
РЕЧЕВЫЕ МОДЕЛИ И СТРАТЕГИИ МЕДИАДИСКУРСА SPEECH MODELS AND MEDIA DISCOURSE STRATEGIES

Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024. № 1 (51). С. 46–54.

eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).

Знак: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2024;1(51): 46–54.

eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).



Научная статья

УДК 654.191

DOI 10.47475/2070-0695-2024-51-1-46-54

ПОЛЕМИЧЕСКИЙ ДИСКУРС В РОССИЙСКОМ РАДИОЭФИРЕ

Светлана Владимировна Гуськова

Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина, Тамбов, Россия,

guskova_s_v@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-6163-403X>

Аннотация. Конкретизируются особенности современного российского медиадискурса на постсоветском пространстве. Акцент сделан на уточнении ключевых характеристик современного радиоконтента, который в России существенно отличается от контента предшествующих периодов.

Гипотезой данного исследования является предположение о том, что полемические по своему содержанию и форме подачи радиоматериалы, выходящие в свет в отечественном эфире, представляют для аудитории большой интерес. Акцентируется внимание на относительно новом для российских радиоэфиров явлении – подкастинге, который пользуется популярностью у российской аудитории. Приводятся замеры наиболее популярной у слушателей подкастов тематики.

Цель настоящего исследования – выяснить особенности полемического дискурса в эфирах современных отечественных радиоканалов.

Материалом исследования стали программы популярных отечественных радиоканалов – «Вести FM», «Радио Маяк», «Радио России», эфиры которых представлены на единой интернет-платформе холдинга «ВГТРК». Критериями для отбора радиоканалов и конкретных радиопрограмм явились: популярность радиоканала согласно различным замерам, его продолжительная история, наличие аналитических и авторских радиопрограмм в эфире радиоканала. Материал исследования составили радиоэфиры обозначенных радиостанций, выход которых датирован 2023 г. Отбор эфиров проходил методом сплошной выборки, при этом учитывалась их полемическая составляющая. Метод лингвистического анализа позволил выявить речевые особенности полемических радиоматериалов, уточнить популярные языковые средства, характерные для современной радиополемике.

В ходе проведения исследования используется социологический метод: в работе приводятся результаты ежегодного опроса, который проводится в студенческой аудитории и позволяет выявить особенности медиапотребления у современной молодежи. Таким образом, в частности, уточняется степень популярности радио как средства массовой информации у молодежной аудитории.

Ключевые слова: массмедиа, средства массовой информации, радиовещание, радиоконтент, радиоэфир, медиадискурс, радиодискурс, подкаст, подкастинг, полемика в СМИ

Для цитирования: Гуськова С. В. Полемический дискурс в российском радиоэфире // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2024. № 1 (51). С. 46–54. doi: 10.47475/2070-0695-2024-51-1-46-54

Original article

POLEMICAL DISCOURSE ON RUSSIAN RADIO BROADCAST

Svetlana V. Guskova

Tambov State University named after G. R. Derzhavin, Tambov, Russia, guskova_s_v@mail.ru,
<https://orcid.org/0000-0001-6163-403X>

Abstract. The article specifies the features of modern Russian media discourse in the post-Soviet space. The emphasis is on clarifying the key characteristics of modern radio content, which in Russia differs significantly from the content of previous periods.

The hypothesis of this study is the assumption that radio materials that are polemical in their content and form of presentation, published on the domestic airwaves, are of greater interest to the audience. Attention is focused on a relatively new phenomenon for Russian radio broadcasts – podcasting, which is popular among the Russian audience. Measurements of the most popular topics among podcast listeners are provided.

The purpose of this study is to find out the features of polemical discourse on the air of modern domestic radio channels.

The material for the study was the programs of popular domestic radio channels – “Vesti FM”, “Radio Mayak”, “Radio Russia”, the broadcasts of which are presented on the unified Internet platform of the VGTRK holding. The criteria for selecting radio channels and specific radio programs were the following: the popularity of the radio channel according to various measurements, its long history, the presence of analytical and original radio programs on the air of the radio channel. The research material consisted of radio broadcasts from the designated radio stations, the release of which was dated 2023. The selection of broadcasts was carried out using a continuous sampling method, while their polemical component was taken into account. The method of linguistic analysis made it possible to identify the speech features of polemical radio materials and clarify the popular linguistic means characteristic of modern radio polemics.

During the research, a sociological method is used: the work presents the results of an annual survey, which is conducted in student audiences and allows us to identify the characteristics of media consumption among modern youth. Thus, in particular, the degree of popularity of radio as a mass media among youth audiences is clarified.

Key words: mass media, mass media, radio broadcasting, radio content, radio broadcast, media discourse, radio discourse, podcast, podcasting, polemic in the media

For citation: Guskova S. V. (2024). Polemical discourse on Russian radio broadcast. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*. 1(51): 46–54. doi: 10.47475/2070-0695-2024-51-1-46-54 (In Russ.).

Введение

Существенные изменения, произошедшие в массмедийном пространстве в постсоветский период в целом, были экстраполированы и на радиовещание в России. Медиадискурс современного радиовещания коренным образом отличается от того, который был даже в начале 2000-х гг. Особенности функционирования современного радио не представляется возможным сравнивать с той системой радиовещания, которая сложилась в нашем государстве в так называемый советский период. Восприняв новейшие технические возможности, создатели радиоконтента привнесли процессы трансформации не только в содержательную часть радиоэфиров, но и в особенности трансляции.

Радиодискурс 2020-х гг. вообрал в себя все возможности представления контента: для него характерна не только передача информации с помощью звучащей речи ведущего и гостей студии в радиоэфире, но и, благодаря представленности на интернет-платформах, наличие весомого слова аудитории, которое обнаруживается в том числе при комментировании материалов. Причем процесс развития радио, как и всей медиасистемы в целом, идет стремительно и непрерывно. Так, в 2023 г. уже несколько неактуальным является сделанное в 2020 г. утверждение С. В. Аслановой о том, что «процесс адаптации радиовещания к клиповому медиапотреблению, в отличие от других видов традиционных СМИ, идет медленно. Это происходит в силу специфики радиовещания – его невизуальности; аудиоконтент сложнее всего адаптировать к условиям тотальной клиповости и яркой визуализации, которые диктуют нам новое время и новые технологии. Развитие социальных сетей как технологических медиаплатформ для размещения контента и одновременно как агрегаторов разных видов контента стало для традиционных форм радиовещания серьезным вызовом» (Асланова 2020: 282). В начале указанного процесса адаптации медиа к новой реальности данные сложности имели место быть, однако со временем, весьма стремительно, радиовещание заняло свою нишу в современном медиaprостранстве. В частности, относительно новое для российской медиаиндустрии явление – подкастинг – прочно вошло в жизнь массовой аудитории и на сегодняшний день является перспективным, на что указывают его следующие особенности: возможность подобрать каждому представителю аудитории именно ту тему и ту программу, которая ему глубоко интересна; представленность в различных форматах – в аудиальном или аудиовизуальном; потребление контента в удобное время, вне зависимости от сетки вещания; удобство поиска программ. Подтверждение находим в работе А. Н. Чумикова: «Несмотря на стремительно меняющуюся медийную экосистему, радио оставалось к началу третьего десятилетия XXI в. фактором стабильности; важным, оперативным, уравновешенным источником разнообразной информации; звеном единого информационного пространства страны. Расширились границы, присущие привычному радио: кроме традиционного FM-

вещания активно развивалось вещание в мобильных приложениях, на сайтах радиостанций, в социальных сетях, мессенджерах; набирала обороты трансляция видеоконтента радиостанций» (Чумиков 2023: 9).

Справедливо звучит утверждение Н. Б. Кирилловой о том, что «Рубеж XX–XXI веков ознаменовался небывалым скачком в развитии глобальных информационно-коммуникационных технологий, которые коренным образом повлияли на трансформацию социально-культурной сферы, что привело к созданию глобальной медиасреды, единого мирового информационного пространства. Речь идет, по сути, о новой, информационной цивилизации, связанной с колоссальным, невиданным ранее влиянием современной «индустрии информации» буквально на все стороны общественной жизни и сознания» (Кириллова 2022: 183).

Действительно, речевая коммуникация в современном мире претерпела существенные изменения. В этой связи актуально умозаключение И. Ф. Минюшевой: «Последние десятилетия отмечены стремительным ростом увеличения влияния СМИ на сознание людей, характер мыслительных процессов индивида, его эмоций. СМИ, формируя общественное мнение, во многом определяют как отдельные поступки, так и деятельность личности в целом, включая особенности речевого поведения. К сожалению, русский язык в СМИ, по мнению самих журналистов, в наше время не являет собой примера для подражания. Допущенные работниками прессы, радио- и телеэфира отступления от существующих литературных норм многократно тиражируются, быстро и вполне успешно внедряются в сознание и речь читателей, слушателей и зрителей, неизбежно проникают в язык, в то время как СМИ должны прививать носителям языка его объективную норму и способствовать обогащению средств языкового выражения» (Минюшева 2017: 74). И, действительно, нельзя отрицать того, что качество устной и письменной речи, в том числе транслируемой по каналам передачи информации, обнаруживает расшатывание норм русского литературного языка. Но вместе с тем следует признать колоссальное влияние средств массовой информации на сознание аудитории, в связи с чем актуализируются манипулятивные механизмы. В ранее проведенных автором работы исследованиях (Гуськова 2021) установлено, что подобные механизмы в большей степени характерны для полемических материалов.

Цель данной работы – выявить особенности полемического дискурса в эфирах современных отечественных радиоканалов.

Материалы и методы исследования

Материалом исследования стали эфиры программ популярных отечественных радиостанций – «Вести FM» (программа «Комментарии экспертов») и «Радио Маяк» (программа «Пойми себя, если сможешь»); обращается внимание на контент «Радио России». Критериями отбора радиостанций и конкретных радиопрограмм стали следующие: популярность согласно различным замерам, продолжительная история радиостанций, наличие аналитических и авторских радиопрограмм. Материал исследования составили радиоэфиры обозначенных радиостанций, датированных 2023 г.

Отбор эфиров проходил методом сплошной выборки, при этом учитывалась их полемическая составляющая. Метод лингвистического анализа позволил выявить речевые особенности полемических радиоматериалов, уточнить популярные языковые средства, характерные для радиополемики.

Используется социологический метод: в работе приводятся результаты ежегодного опроса, который проводится в студенческой аудитории и позволяет выявить особенности медиапотребления у молодежи.

Результаты исследования и обсуждение

Современное медиапространство характеризуется, с одной стороны, потерей аудиторией стабильного интереса к традиционным массмедиа, в особенности к печатным, с другой – заинтересованностью со стороны потребителей в самом различном контенте, представленного на различных платформах. Так, многие печатные издания успешно продолжают функционировать в интернет-пространстве. Радиоканалы, вещавшие ранее по радиоприемникам, обосновались на собственных сайтах, более того, стали предоставлять информацию по требованию – именно такого свойства подкасты: каждый может найти именно ту программу или конкретный выпуск, который интересен именно ему и часто имеет очень узкую тематическую направленность.

В рамках данной работы остановимся на характерных особенностях современного радиовещания в России. Так, в своей работе О. Р. Арсланова отмечает: «В структуре СМИ радио остается наиболее оперативным средством вещания. Для телевидения еще не разработано технологий, позволяющих без предварительной подготовки выходить в эфир из любой точки земного шара с рассказом о событии и явлении любого характера уже в момент его начала. В оперативности радио уверенно опережает и прессу, и телевидение. Кроме того, из всех СМИ радио является самым удобным для восприятия аудиторией. Прослушивание радио, как правило, не требует отказа от повседневных дел, его можно совместить с производственной занятостью, и с делами по дому. Колоссальную часть аудитории радио составляют автомобилисты и их пассажиры. А из-за отсутствия видеоряда радио возбуждает фантазию, стимулирует чувства и тем самым дает работу и мышлению, и эмоциям. Таковы основные свойства радио, позволяющие

ему успешно конкурировать с другими СМИ, сохраняя при этом неповторимые методы и формы воздействия на аудиторию» (Арсланова 2009).

В основе предлагаемой А. М. Шестериной типологии новых медиа (Шестерина 2023) лежат следующие признаки: целевое назначение, форма собственности, организационно-экономические характеристики, формат контента, характер информации (жанровые и тематические особенности), периодичность; кроме того, исследователь обращает внимание на такие признаки, как авторство, аудиторная направленность и характер интерактивности.

Следовательно, радио было и остается самым оперативным источником информации, доступным для большинства, при этом в условиях демократизации общества в целом и СМИ в частности радио продолжает воздействовать на реципиентов, а подчас и манипулировать аудиторией. Вместе с тем С. Н. Ильченко утверждает мысль о том, что «сегодня радио оказывается тем СМИ, которое обладает определенным креативным и технологическим потенциалом для формирования фейкового контента» (Ильченко 2019: 165).

Обращаясь к вопросу типологического деления современного радиовещания, отметим подход Е. Р. Раскатовой (Раскатова 2012). Исследователь указывает на следующие классификационные признаки радиостанций:

1. По целевому признаку (радиостанции, ставящие перед собой преимущественно общественно-политические цели, коммерческие цели, просветительские цели, информационные цели, реализующие развлекательные цели).

2. По аудиторному признаку (по возрастному признаку: детские, подростковые, юношеские радиостанции, радио для молодых, радио для взрослых, радио для пожилых; по признаку с учетом принадлежности к социальной группе населения: массовые, элитарные, для слушателей, объединенных профессиональными интересами, радио для владельцев предприятий и бизнесменов, радиостанции для работников офисов, для работников предприятий, радиостанции, ориентированные на студенческую аудиторию, радио для женщин, религиозные радиостанции, этнические радиостанции).

3. По форме собственности (государственные и негосударственные радиостанции, радиостанции со смешанной формой собственности).

4. Классификация радиостанций по вторичным типологическим признакам (формат радиостанции, содержательно-тематическая направленность вещания, жанровая палитра радиовещания).

5. Классификация радиостанций по формальным типологическим признакам (территория вещания, объем вещания, объем аудитории).

Следует признать, что на сегодняшний день функционируют самые различные радиостанции, программы которых способны удовлетворить информационные запросы широкой аудитории.

Однако, согласно результатам ежегодного опроса (2021–2023 гг.), который проводится в студенческой аудитории (первокурсники факультета филологии и журналистики Тамбовского государственного университета имени Г. Р. Державина), у подавляющего большинства испытуемой студенческой аудитории нет привычки потребления радиоконтента. Исключение составляют музыкальные программы, которые воспринимаются фоном во время передвижения в транспортных средствах. Но наряду с этим в студенческой аудитории отмечается интерес к новому по своей организации для российской медийной действительности радиоконтенту – подкастингу. Подкасты представляют собой цифровой аудиоконтент, который распространяют в Интернете с помощью службы хостинга подкастов, при этом пользователи могут слушать аудиоинформацию на различных устройствах. Таким образом, радиоинформация становится контентом, доставляемым заинтересованной аудитории согласно ее требованиям, в частности, информационным запросам. На сайтах подкасты обычно размещаются в специальных разделах, легко находятся по тегам – своего рода меткам подкастов (например, «Популярные подкасты»).

Заслуживает внимания исследование, проведенное в том же регионе (Тамбовская область) С. Н. Курбатовым и С. В. Гузениной (Курбатов, Гузенина 2023). Для выявления специфики региональной радиоинформации изучалось мнение горожан. Авторы исследования сделали вывод о недостаточности наполнения региональных радиoproграмм культурной составляющей, а также о социальном запросе молодежи на культурный, просветительский и научный радиоконтент. При этом сообщаются такие данные: в радиопрослушивание вовлечены 82,2 % населения Тамбовской области, каждый день слушают радио 28,2 % тамбовчан, несколько раз в неделю – 27,1 %, несколько раз в месяц – 27,1 %. Приведенные данные свидетельствуют об интересе к радиоинформации со стороны массовой аудитории региона, однако тематические предпочтения в этом случае не подвергались глубокому изучению.

А. Н. Чумиков (Чумиков 2023: 10–11) приводит рейтинг наиболее популярных тем подкастов (расположены в порядке убывания): авторское шоу, выпуски о культуре, отдыхе и еде; история, музыка, хит-парады; утреннее шоу, интервью; русский язык, литература, образование; бизнес, технологии, наука; вечернее шоу, психология, воспитание и семья; мужские темы; кино и телевидение; дневное шоу, передачи о спорте, здоровье; транспорт; политика, жизненные советы, работа и карьера, недвижимость.

В исследовании П. А. Кудабоевой и Т. С. Сатыбалдиевой акцентируется внимание на образовательной функции подкастов: «Technical learning tools are needed to improve the quality of learning, to reduce student fatigue. Teaching aids provide an opportunity to present the material clearly, in a visually understandable and therefore easily understandable and memorable form. In addition, methodologists have always pointed out that audiovisual media and materials bring something new to the lesson, diversify it and make it more interesting and motivated for the learners» [Технические средства обучения необходимы для повышения качества обучения, снижения утомляемости учащихся. Они дают возможность изложить материал наглядно, в наглядно понятной, а потому легко понятной и запоминающейся форме. Кроме того, методологи всегда отмечали, что аудиовизуальные медиа и материалы привносят в урок что-то новое, делают его разнообразным и более интересным, мотивирующим для учащихся] (Kudabayeva, Satybaldieva 2020: 120). Подтверждение данной точки зрения о действенности подкастинга в образовательном процессе находим и у других исследователей, к примеру, у Т. О. Молдабаевой и И. А. Ольковой (Moldabayeva, Olkova 2020), Ю. С. Замышляевой и П. И. Чичериной (Замышляева, Чичерина 2022) и др.

Однако, с точки зрения лингвистики, подкаст рассматривается и как современный речевой жанр; исследования на эту тему, в частности, принадлежат Г. А. Шушариной и Н. С. Шушарину (Шушарина, Шушарин 2023), рассматривающих подкаст как жанр, производный от жанра радиопередачи.

Подобные разделы – подкасты – появились на интернет-платформах многих медиа. В связи с этим внимание ученых сосредоточилось на изучении проблем функционирования подкастов в сети Интернет. К примеру, М. В. Седых рассматривает подкасты как вид языкового контента в сети Интернет (Седых 2022). А. Н. Павлова связывает популярность подкастов с акцентом на человекоцентричности в медиапространстве в целом (Павлова 2023).

В любом случае приходится признать, что подкастинг как феномен в российском радиовещании занял прочную нишу. Так, радиоканал с многолетней историей, «Радио «Маяк», контент которого представлен на официальном сайте холдинга «ВГТРК» (<https://smotrim.ru/radiomayak>), не только по-прежнему вещает в прямом эфире, что можно наблюдать и на официальном сайте, но и представляет возможность обратиться к информационному контенту в так называемом отложенном режиме. В частности, на сайте холдинга есть вкладка «Подкасты». В этом разделе представлены программы «Речь» (в анонсе к программе сказано: «Слова имеют значение: как появляются исторические речи и в чем секрет их влияния на людей»), «Как русская хозяйка в доме мир наводила» (анонс программы: «Сказка, прочитанная на ночь ребенку, – это не просто безотказный способ перевести его в режим сна. Сказка – это носитель нашего культурного кода, который мы вместе учимся читать и правильно использовать в жизни»), «Доктор, мне только спросить!» (анонс программы: «Настает час, когда следует обратиться к врачу. Рита Митрофанова решает наболевшие вопросы»), «Сила звука» (анонс программы: «Кто придумывает, как должна звучать музыка? Как технические прорывы и студийные открытия изменяют подход к творчеству? Почему хиты были записаны именно так, а не иначе? Александр Пушной и Ваге Севумян исследуют физиологические и лирические стороны силы звука») и многие другие.

Дискурсивной особенностью многих подкастов на «Радио Маяк» и «Вести FM» является то, что, вопреки ожиданиям и сложившемуся представлению о подкастах, на сайте представлены подкасты в видеоформате (единая платформа «ВГТРК» «Смотрим» ориентирована на расширение диапазона возможностей современного радио за счет представления на сайте видеофайлов): на сайте «Смотрим» в разделе подкасты наличествуют видеофайлы с записью программ, развернутые текстовые анонсы программ, а также краткое текстовое содержание программ. Большинство подкастов представлены в уже сложившейся для них форме – в виде аудиоинформации (к примеру, всегда дискуссионный подкаст «Физики и лирики»). Безусловно, возможность прослушивания интересной информации расширяет круг аудитории радиопрограмм, поскольку звучащую информацию удобнее потреблять в сравнении с необходимостью просмотра видеоподкастов.

Видеоподкасты преимущественно на радио «Маяк» построены в дискуссионном ключе: выбираются не только проблемные вопросы («Так ли важна самореализация?» (<https://smotrim.ru/video/2707138>), «Спорт важнее, чем кажется?» (<https://smotrim.ru/video/2696272>), «В чем феномен Пелевина?» (<https://smotrim.ru/video/2699902>) и т. п.), но в студии, как правило, два ведущих, чаще всего ведущий и специалист в какой-либо сфере. Их точки зрения часто не совпадают, каждый в полемике отстаивает именно свою.

Проанализируем выпуск «Зачем нам социальные сети?» (<https://smotrim.ru/video/2710382>) программы «Пойми себя, если сможешь» от 8 ноября 2023 г. В анонсе программы сказано: «Примерно 10 лет назад понятие “интернет” было обособленным. Многие еще помнят, что мы “выходили в интернет” – именно это устойчивое выражение было в ходу. Сейчас интернет есть в каждом кармане, никто никуда не выходит. Новая реальность приучила нас иметь свое цифровое альтер эго, в своем роде идеальный мир идеальных же нас». На эту тему в эфире общаются писатель, литературовед, учитель Артём Новиченков и психолог и лектор Владислав Тимкин. Тему эфира они обозначили так: «поговорим о виртуальной реальности».

Очевидно, ведущие имеют схожую точку зрения, о чем свидетельствуют их многочисленные примеры из жизни, которые используются для подтверждения позиции, но все они доказывают одно: социальные сети – неизбежная данность, в большей степени навязываемая современному обществу, часто создающая мнимые авторитеты и приоритеты у современников. Так, В. Тимкин приводит пример, когда на книжной выставке не допустили в число лекторов его знакомую с большим опытом в конкретной сфере, но не ведущую соцсети. В дополнение А. Новиченков приводит свой пример: его книги отказались публиковать в одном издательстве, так как он не имеет десяти тысяч подписчиков. Совершенно справедливо в этой связи замечание о том, что «Основная функция речи – это, прежде всего, общение. Если поделиться мыслью с кем-то, значит, иметь возможность не только сообщить информацию, но и воздействовать на своего собеседника, оказывать ему моральную поддержку или давление» (Мальцева 2022: 202). Именно так и происходит в эфире программы. Ведущие полемизируют не между собой, а с распространенными в современном обществе стереотипами. В примерах они не раз используют имена авторитетных известных личностей, сложные социальные явления объясняют через упрощение.

С одной стороны, весь диалог ведется вокруг одной проблемы (социальные сети: благо или зло?); но, с другой стороны, в эфире затрагивается ряд проблем современного общества. Согласно классификации приемов смены темы, которую дает В. А. Егошкина, можно выделить следующие: использование вопросов, прогнозов, шуток, слухов и т. д., актуализация информации, известной ведущему, обращение к собеседнику в студии, введение в диалог личного мнения говорящего, использование прецедентных текстов, использование домашней заготовки (Егошкина 2014: 182). Все они обнаруживаются в данном выпуске программы.

Подтверждение мысли о том, что смена тем в программе должна происходить органично, находим у А. А. Ельниковой и Е. А. Беспаловой, которые утверждают, что «принципиально значимым для эффективной коммуникации является умение быстро переходить от одного предмета обсуждения к другому. Учитывая, что в студии несколько ведущих, эта проблема решается довольно просто: слушатель далеко не всегда может уловить, когда происходит смена темы, диалог длится непрерывно благодаря отработанным приемам использования речевых фатических жанров» (Ельникова, Беспалова 2020: 95–96). В качестве таких приемов приводятся воспоминание, сплетня, анонс, обещание, переход от общего к частному, введение в диалог примеров из личного опыта. В ходе анализа выпусков программы «Пойми себя, если сможешь» установлено, что все эти приемы активно используются ведущими.

Выявлено, что для констатации авторской точки зрения в полемических выпусках ведущие проанализированной программы на «Радио Маяк» часто используют следующие приемы констатации авторской точки зрения: аргумент при помощи примера, аргумент от авторитета, аналогии и упрощения.

Весомое заключение в конце выпуска делает А. Новиченков:

– *Соцсеть, как и, **наверное**, всё, – ни хорошо, ни плохо. Она может стать оплотом новой иллюзии для человека, а может стать местом, где человек позволяет себе быть искренним и честным, потому что он не может себе это позволить с другими людьми. Почему он не может себе это позволить с другими людьми? На то бывают разные причины. Но то, что интернет – это не пространство лжи, а пространство... Это слепок нашей реальности.*

– *Причем, мне кажется, более честной, чем наша реальность,* – дополняет В. Тимкин.

– *Потому что, как мы там лжем даже, говорит о нас даже больше, чем мы в реальности пытаемся быть самими собой. Хорошая фраза, ее, **кстати**, можно осмыслить,* – заключает А. Новиченков.

В итоге в радиоэфире получилась конструктивная полемика, в ходе которой ведущие отстаивали собственную позицию, подвергли критике устоявшуюся в обществе позицию. При этом финал радиоматериала открытый, что характерно для полемических материалов.

Следует уточнить, что, разумеется, не только полемичность в контексте радиоматериала способствует его заметности среди остальных. Разумеется, многие составляющие делают материал интересным. Так, Е. С. Росс отмечает, что для успешного ток-шоу на радио очень важно соблюдение определенных критериев, среди которых отмечаются следующие: правильно подобранный ведущий, актуальная тема / проблема, интересные собеседники (Росс 2014: 42). И с этим нельзя не согласиться. Установлено, что подобные критерии преимущественно соблюдаются при выпуске программ на радио холдинга «ВГТРК».

В эфире радиоканала «Вести FM» (<https://smotrim.ru/radiovesti>) обсуждается немало актуальных проблемных тем, в частности злободневным вопросам посвящена программа «Комментарии экспертов». Например, эфир от 1 ноября 2023 г. озаглавлен так: «Цель Запада – добиться дипломатической изоляции КНДР» (<https://smotrim.ru/audio/2733107>). В анонсе программы обозначено: «КНДР закрывает посольства по всему миру. По сообщениям СМИ и аналитиков, Северная Корея готова закрыть не менее дюжины посольств, в том числе в Испании, Гонконге и ряде стран Африки, что может привести к закрытию почти 25 % представительств Пхеньяна по всему миру. В чем причина? Об этом “Вестям FM” рассказал ведущий научный сотрудник Центра корейских исследований Института Дальнего Востока РАН Александр

Жебин». Очевидно, что вопрос дискуссионный; в студию приглашаются эксперты, которые могут озвучить аргументированную точку зрения, привести факты, поспорить с существующим положением дел, раскритиковать чью-либо позицию. Особенность данной программы состоит и в том, что ее полемический характер становится очевидным даже после прочтения заголовка. К примеру, таковыми по своему содержанию являются выпуски с заголовками: «Леонид “Зосима” Власов имеет четыре судимости, одна из них – по статье “Педофилия”» (<https://smotrim.ru/audio/2732936>), «Модернизация ядерного арсенала США идет не только по линии бомб свободного падения» (<https://smotrim.ru/audio/2732695>), «Ощущение, что Си придет в США: уж очень многое поставлено на карту» (<https://smotrim.ru/audio/2732077>), «Все отставки – трек контроля, борьба с коррупцией, соблюдение партийных норм» (<https://smotrim.ru/audio/2731592>) и многие другие. Очевидно, что заголовки ко многим программам не просто полемические, но и обнаруживающие определенные агрессивные реакции или действия со стороны кого-либо, явное противостояние. Таким образом, полемические черты материалов могут обнаруживаться и в заголовках к ним. Однако для более глубокого изучения проблемы тем не менее следует обратиться к материалу, которому соответствует подобная конструкция.

В противовес программам радиоканалов «Вести FM» и «Радио Маяк» программы «Радио России» (<https://smotrim.ru/radiorus>) не обнаруживают радиополемiku. В эфире, в частности в подкастах, канала очевиден широкий диапазон обсуждаемых тем и проблем, однако преимущественно они организованы в конструктивном неполемическом ключе. Так, сообщаются биографические сведения об известных и малоизвестных, но примечательных людях, музыкальных направлениях, культурных событиях и т. п. В них нет столкновения точек зрения или отстаивания во что бы то ни стало авторской точки зрения: программы интересны, познавательны, отчасти развлекательного характера.

Заключение

В результате проведенного исследования выявлены следующие ключевые особенности современного российского медиадискурса на постсоветском пространстве:

- современный радиодискурс значительно отличается от существовавшего в предшествующие периоды;
- радиовещание продолжает пользоваться популярностью у аудитории, хотя способы предъявления контента существенно изменились;
- в сегменте радиовещания активно развивается подкастинг как форма потребления радиоинформации, подобранной аудиторией специально под себя; эфирное вещание продолжает быть актуальным в FM-сегменте.

Предположительно полемические по своему содержанию и форме подачи радиоматериалы представляют для аудитории больший интерес. Данные программы имеют следующие отличительные особенности:

- дискуссионность тематики и проблематики программ, очевидные как при знакомстве с основным материалом, так и при знакомстве с заголовком и анонсом к нему;
- наличие явного или предположительного оппонента, с точкой зрения которого не согласен ведущий программы;
- наличие конфликта, столкновение чьих-либо интересов чаще всего привлекает внимание аудитории;
- открытый финал полемических материалов приглашает аудиторию к размышлению, предполагает возможность обсудить данную проблему позже.

Установлено, что в полемическом ключе обсуждаются проблемы в эфире популярных отечественных радиоканалов «Вести FM» и «Радио Маяк», составивших материал исследования и представленных на единой интернет-платформе холдинга «ВГТРК». Однако есть каналы, к примеру «Радио России», для которых несвойственно в эфире вести полемику; такие радиоканалы в большей степени выполняют образовательную, просветительскую, рекреационную функции.

Результаты проведенного опроса в студенческой аудитории позволяют сделать выводы об особенностях медиопотребления у молодежи; в частности, выявлено, что целенаправленное слушание радио у данной аудитории непопулярно, однако подкастинг пользуется спросом у студенческой молодежи.

Обозначенные в исследовании тенденции указывают на то, что радио, воспринявшее новейшие технические возможности, в России имеет все шансы для успешного функционирования на медиарынке. В частности, представляется необходимым развитие активных форм взаимодействия с аудиторией. Так, открытое обсуждение проблем, обозначенных в эфире, в процессе комментирования их аудиторией на интернет-платформах позволило бы привлечь к программам новых слушателей и прочно удерживать прежних, что пока апробируется далеко не всеми радиоканалами.

Поиск новых форм работы с аудиторией и новых технических решений, направленных на популяризацию радио как доступного медиа, также способен открыть дополнительные возможности для перспективного функционирования радио.

Список источников

- Асланова С. В. Концептуальные особенности проекта «Классное радио» // Медиаисследования. 2020. № 7. С. 276–283.
- Арсланова О. Р. Особенности современного информационного радиовещания в России // Вестник РУДН, серия: Литературоведение. Журналистика. 2009. № 2. С. 45–50.
- Гуськова С. В. Полемика в соцсетях: региональный аспект // Заметки ученого. 2021. № 12-1. С. 309–311.
- Егошкина В. А. Прагматилистическая специфика развлекательного радиийного дискурса // Коммуникативные исследования. 2014. № 2 (2). С. 181–188.
- Ельникова А. А., Беспалова Е. А. Формат развлекательно радио как фактор, определяющий речевую культуру радиожурналиста (на примере радио «ЕвропаПлюс») // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2020. Т. 39, № 1. С. 90–99.
- Замышляева Ю. С., Чичерина П. И. Подкасты как средство эффективного развития навыков аудирования и говорения // Лингвистические и экстралингвистические проблемы коммуникации: теоретические и прикладные аспекты: сборник научных трудов. Саранск, 2022. С. 90–93.
- Ильченко С. Н. Манипулятивные возможности радио, или Может ли фейк появиться в современном эфире? // Век информации. 2019. Т. 7, № 1. С. 156–165.
- Кириллова Н. Б. Медиалогия: наука глобализованного мира : учеб. пособие. М. : Академический проект, 2022. 424 с.
- Курбатов С. Н., Гузенина С. В. Проблемы современного регионального радиовещания (на примере Тамбовской области: социологический анализ) // Омские социально-гуманитарные чтения–2023. Материалы XVI Международной научно-практической конференции. Отв. ред. Л. А. Кудринская. Омск, 2023. С. 37–40.
- Мальцева И. А. Навыки радио- и телеречи как ключ к эффективному взаимодействию в современном медиадискурсе (из опыта журналиста-практика) // Вестник Волжского ун-та им. В.Н. Татищева. 2022. Т. 2, № 2 (38). С. 200–208.
- Минюшева И. Ф. Радиопередачи о культуре русского слова (на материале архивных передач «Радио России») // Успехи современной науки и образования. 2017. Т. 3, № 5. С. 74–76.
- Павлова А. Н. Человекоцентричность как сквозное явление в российских медиа: медиахолдинги, онлайн-проекты, подкасты // Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева. 2023. Т. 2, № 2. С. 182–192.
- Раскатова Е. Р. Типологический анализ современного радиовещания : учеб. пособие. Тольятти : Изд-во ТГУ, 2012. 108 с.
- Росс Е. С. Слагающие успешного ток-шоу на радио // Медиасреда. 2014. № 9. С. 40–42.
- Седых М. В. Подкасты как вид языкового контента в сети Интернет // Ломоносовские научные чтения студентов, аспирантов и молодых ученых–2022. Сборник мат-лов конференции в 2-х томах. Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова. 2022. С. 635–639.
- Чумиков А. Н. Медиакоммуникации : учебник. М. : Проспект, 2023. 176 с.
- Шестерина А. М. К вопросу о типологизации новых медиа // Нефилология. 2023. Т. 9, № 4. С. 855–863.
- Шушарина Г. А., Шушарин Н. С. Подкаст как современный речевой жанр // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. 2023. № 4 (68). С. 26–30.
- Kudabayeva P. A., Satybaldieva T. S. Podcasts in audiovisual training // Bulletin of Kazakh National Women's Teacher Training University. 2020. № 1 (81). Pp. 120–125.
- Moldabayeva T. O., Olkova I. A. Podcasts as the tool for foreign language teaching // Bulletin of the M. Kozybayev NKU. 2020. № 2 (47). Pp. 98–102.

References

- Aslanova, S. V. (2020). Kontseptual'nye osobennosti proekta «Klassnoe radio» [Conceptual features of the «Cool Radio» project]. *Mediassledovaniya*, 7, 276–283. (In Russ.).
- Arslanova, O. R. (2009). Osobennosti sovremennogo informatsionnogo radioveshchaniya v Rossii [Features of modern information broadcasting in Russia]. *Vestnik RUDN, seriya: Literaturovedenie. Zhurnalistika*, 2, 45–50. (In Russ.).
- Gus'kova, S. V. (2021). Polemika v sotssetyakh: regional'nyy aspekt [Controversy in social networks: regional aspect]. *Zametki uchenogo*, 12-1, 309–311. (In Russ.).
- Egoshkina, V. A. (2014). Pragmatilisticheskaya spetsifika razvlekatel'nogo radiynogo diskursa [Pragmatylistic specificity of entertaining radio discourse]. *Kommunikativnye issledovaniya*, 2 (2), 181–188. (In Russ.).
- El'nikova, A. A. & Bespalova, E. A. (2020). Format razvlekatel'no radio kak faktor, opredelyayushchiy rechevuyu kul'turu radiozhurnalista (na primere radio «EvropaPlyus») [Entertainment radio format as a factor determining the speech culture of a radio journalist (using the example of radio «EuropaPlus»)]. *Voprosy zhurnalistiki, pedagogiki, yazykoznaneya*, 39, 1, 90–99. (In Russ.).
- Zamyshlyayeva, Yu. S. & Chicherina, P. I. (2022). Podkasty kak sredstvo effektivnogo razvitiya navykov audirovaniya i govoreniya [Podcasts as a means of effectively developing listening and speaking skills]. *Lingvisticheskie i ekstralingvisticheskie problemy kommunikatsii: teoreticheskie i prikladnye aspekty: sbornik nauchnykh trudov*. Saransk, 90–93. (In Russ.).
- Il'chenko, S. N. (2019). Manipulyativnye vozmozhnosti radio, ili Mozhet li feyk poyavit'sya v sovremennom efire? [Manipulative capabilities of radio, or Can a fake appear on modern air?]. *Vek informatsii*, T. 7, 1, 156–165. (In Russ.).
- Kiril'lova, N. B. (2022). Medialogiya: nauka globalizovannogo mira [Medialogy: the science of a globalized world: textbook. Allowance]. Moscow: Academic project. 424 p. (In Russ.).
- Kurbatov, S. N. & Guzenina, S. V. (2023). Problemy sovremennogo regional'nogo radioveshchaniya (na primere Tambovskoy oblasti: sotsiologicheskiiy analiz) [Problems of modern regional radio broadcasting (using the example of the Tambov region: sociological analysis)]. *Omskie sotsial'no-gumanitarnye chteniya–2023. Materialy XVI Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*, otv. red. L.A. Kudrinskaya, Omsk, 37–40. (In Russ.).
- Mal'tseva, I. A. (2022). Navyki radio- i telerechi kak kluch k effektivnomu vzaimodeystviyu v sovremennom mediadiskurse (iz opyta zhurnalista-praktika) [Radio and television speaking skills as the key to effective interaction in modern media discourse (from the experience of a practicing journalist)]. *Vestnik Volzhskogo un-ta im. V.N. Tatishcheva*, T. 2, 2 (38), 200–208. (In Russ.).
- Minyusheva, I. F. (2017). Radioperedachi o kul'ture russkogo slova (na materiale arkhivnykh peredach «Radio Rossii») [Radio broadcasts about the culture of the Russian word (based on archival broadcasts of Radio Russia)]. *Uspekhi sovremennoy nauki i obrazovaniya*, T. 3, 5, 74–76. (In Russ.).
- Pavlova, A. N. (2022). Chelovekotsentrichnost' kak skvoznoe yavlenie v rossiyskikh media: mediakholdingi, onlayn-proekty, podkasty [Human-centricity as a cross-cutting phenomenon in Russian media: media holdings, online projects, podcasts]. *Vestnik Volzhskogo universiteta imeni V.N. Tatishcheva*, T. 2, 2, 182–192. (In Russ.).

- Raskatova, E. R. (2012). *Tipologicheskiy analiz sovremennogo radioveshchaniya* [Typological analysis of modern radio broadcasting: textbook. Allowance]. Tolyatti: TSU Publishing House. 108 p. (In Russ.).
- Ross, E. S. (2014). Slagayushchie uspehnogo tok-shou na radio [The Ingredients of a Successful Radio Talk Show]. *Mediasreda*, 9, 40–42. (In Russ.).
- Chumikov, A. N. (2023). *Mediakommunikatsii* [Media communications]. Moscow: Prospekt. 176 p.
- Sedykh, M. V. (2022). Podkasty kak vid yazykovogo kontenta v seti Internet [Podcasts as a type of language content on the Internet]. *Lomonosovskie nauchnye chteniya studentov, aspirantov i molodykh uchenykh–2022*, 635–639. (In Russ.).
- Shesterina, A. M. (2023). K voprosu o tipologizatsii novykh media [On the issue of typology of new media]. *Neofilologiya*, T. 9, 4, 855–863. (In Russ.).
- Shusharina, G. A. & Shusharin, N. S. (2023). Podkast kak sovremennyy rechevoy zhanr [Podcast as a modern speech genre]. *Uchenye zapiski Komsomol'skogo-na-Amure gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta*, 4 (68), 26–30. (In Russ.).
- Kudabayeva, P. A. & Satybaldieva, T. S. (2020). Podcasts in audiovisual training. *Bulletin of Kazakh National Women's Teacher Training University*, 1 (81), 120–125. (In Engl.).
- Moldabayeva, T. O. & Olkova, I. A. (2020). Podcasts as the tool for foreign language teaching. *Bulletin of the M. Kozybayev NKU*, 2 (47), 98–102. (In Engl.).

Информация об авторе

С. В. Гуськова – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью.

Information about the author

Svetlana V. Guskova – PhD, Associate Professor of the Department of Journalism, Advertising and Public Relations.

Статья поступила в редакцию 09.11.2023; одобрена после рецензирования 25.02.2024; принята к публикации 27.02.2024.
The article was submitted 09.11.2023; approved after reviewing 25.02.2024; accepted for publication 27.02.2024.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.
The author declares no conflicts of interests.