

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2023.129.48>

## СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ НЕФОРМАЛЬНОГО ИНТЕРВЬЮ В БЕГОВОМ БЛОГЕ-ПОДКАСТЕ (НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКОЙ БЛОГОСФЕРЫ)

Научная статья

Дорошчук Е.С.<sup>1,\*</sup>

<sup>1</sup> ORCID : 0000-0001-8380-9304;

<sup>1</sup> Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Российская Федерация

\* Корреспондирующий автор (leona31[at]yandex.ru)

### Аннотация

В современном медиaprостранстве появилось большое количество новых форматов, постепенно приобретающих высокую популярность у потребителей контента разного уровня и вида. К таким форматам безусловно относится формат подкаста, отличающийся современными возможностями непрерывного контакта с аудиторией. Это достигается и за счет развития в рамках подкастов новых жанровых форм, к одной из которых следует относить неформальное интервью, определяющееся как наиболее адекватный жанр подкаста, полифункциональность которого позволяет решать разнонаправленные задачи. Подкаст представляет синкретичный полифункциональный конструкт, характеризующийся как средство выражения общественного мнения, новый жанр, новая коммуникативная и информационная среда, новый источник новостей. Когнитивный сценарий неформального интервью основан на эффекте рамирования восприятия с целью установления фатического контакта со слушающим подкаст, отличается сиюминутностью формирования контента.

**Ключевые слова:** блог-подкаст, беговой блог-подкаст, жанр, неформальное интервью, блогосфера.

## THE STRUCTURAL AND FUNCTIONAL SPECIFICS OF THE INFORMAL INTERVIEW IN A RUNNING PODCAST BLOG (ON THE EXAMPLE OF RUSSIAN BLOGOSPHERE)

Research article

Doroshchuk Y.S.<sup>1,\*</sup>

<sup>1</sup> ORCID : 0000-0001-8380-9304;

<sup>1</sup> Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan, Russian Federation

\* Corresponding author (leona31[at]yandex.ru)

### Abstract

Numerous new formats have emerged in modern media space, gradually gaining high popularity among consumers of content of various levels and types. The podcast format is undoubtedly one of these, distinguished by its modern possibilities of uninterrupted contact with the audience. It is also achieved through the development of new genre forms within podcasts, one of which is the informal interview, defined as the most adequate podcast genre in which multifunctionality allows to solve multidirectional tasks. A podcast is a syncretic polyfunctional construct characterized as a means of expressing public opinion, a new genre, a new communicative and informational medium, and a new news source. The cognitive scenario of the informal interview is based on the effect of framing perception in order to establish a phatic contact with the listener of the podcast, characterized by the immediacy of content formation.

**Keywords:** podcast blog, running podcast blog, genre, informal interview, blogosphere.

### Введение

Современное пространство блогинга широко развивается как в плане возникновения новых способов и приемов работы с аудиторией, так и в плане бурного развития технологий. Прежде всего, это технологии работы в жанровой сфере, предусматривающей появление новых форм взаимодействия с аудиторией и, как следствие, корректировку/модификацию существующих жанров. Такие процессы протекают и в блогах-подкастах по самым различным проблемно-тематическим направлениям. Если блог определяется как форма личного общения с целевой аудиторией в сети Интернет [18, С. 48], то новая интеграционная форма блог-подкаст представляет собой также коммуникационный феномен, который отличает новизна, синкретичность и нацеленность на реализацию, прежде всего, личностных форматов коммуникационного взаимодействия в медиaprостранстве с применением аудиальных и видео-форматов представления информации. Подкастинг – безусловный тренд современных медиа. Подтверждением этого является создание в последние годы множества сетевых сервисов, популяризация стриминговых и подкаст-платформ, предоставляющих возможности размещения и прослушивания подкастов самых разнообразных форматов. Плюс бурное развитие Интернета, разработка новых моделей смартфонов и айфонов, широкая представленность сети в публичных местах и поддержка отрасли крупными ИТ-компаниями. Как, например, крупнейший в России стриминговый сервис Яндекс. Музыка, где представлены более 13 000 подкастов, тематическое разнообразие которых свидетельствует о широком спектре интересов подкастеров и аудитории, для которой они создаются. Широко развивается интегрированный подкастинг – новое явление в сфере распространения личностно-ориентированной информации: популярные YouTube-блогеры переводят свои шоу с десятками миллионов просмотров в формат подкастов (переформатируют видео в аудио), сохраняя и объединяя разные платформы и увеличивая аудиторию. Трендом можно считать и развитие подкастов как части крупных медиапроектов (таких, как, например, Arzamas,

«Лайф-хакер», «Маяк» и т.д.). Все эти тенденции позволяют говорить о популяризации не только подкастов и подкастинга в целом, но и о достаточно высоком интересе к этому явлению со стороны исследователей. Так, с технологической точки зрения рассматривают феномен подкастов Тим О'Рейли, С. Фаривар [29], [25], причины популярности подкастов у аудитории изучают А. Сталберг, Н. Ньюман, Н. Галло [30], [28]. Среди российских исследований подкастов преобладают работы, в которых авторы пытаются выявить специфику и степень популярности подкаста [5], а также его особенности как нового формата коммуникации [3], и обозначить основные направления развития подкастинга [12], [11], [13]. Так, например, Л.А. Круглова и Д.З. Мамедов подчеркивают, что главное отличие подкаста как самостоятельного медиапродукта от традиционного медиаформата (аудио) в том, что здесь нет «ограничений в виде эфирного времени и требований редакции, в количестве программ и в их тематике» [12]. Подкасты относят к таким новым формам коммуникации, которые позволяют полностью реализовать принцип отложенного прослушивания, когда потребитель/аудитория сам решает, когда слушать предложенный в подкасте контент, что с технологической точки зрения приводит к формированию информационных потоков по требованию и желанию потребителя, то есть формируются индивидуальные карты прослушивания, и это выделяет подкасты из ряда существующих форматов коммуникации.

Спортивные подкасты безусловно лидируют в линейке популярности. По данным исследований компании Brand Analytics 2019 года самыми обсуждаемыми подкастами являются спортивные подкасты [19]. В линейке спортивных подкастов выделяется феномен бегового подкаста, который в контексте синкретичности современных форматов взаимодействия с аудиторией и стал предметом исследования в данной статье, цель которой – определить специфику и функциональные особенности такой популярной разновидности лидера жанрового моделирования блогов-подкастов как неформальное интервью.

### **Методы исследования**

Для анализа жанрово-форматной структуры содержания подкастов о спорте Across the universe (Через всю вселенную), и «Бег вреден» на Яндекс. Музыкае был применен структурно-функциональный метод, в результате чего были определены основные особенности неформального интервью как наиболее адекватного жанра блог-подкаста и выделены специфические характеристики его контента.

Всего структурно-функциональному анализу подверглись более 70 выпусков указанных подкастов за 2018-2022 гг.

### **Результаты и обсуждение**

Подкаст – это инновационный продукт, аудиофайл, выложенный в Интернет с доступом к нему по подписке или без подписки в приложении, на сайте или специальном сервисе для прослушивания подкастов. Интересное определение термину даёт журналист Б. Хаммерсли, называя подкастинг видом совершенно нового «партизанского» медиа, отличающегося «интимностью устного обращения, интерактивностью web-блогинга и удобством» [26]. Инновационность подкаста заключается в близости аудитории, что позволяет организовывать коммуникацию с ней как доверительное общение на основе ее лояльности. В современной отечественной теории журналистики нет четкого теоретического определения подкаста – это продукт творческой деятельности и поэтому представление о нем подвержено изменениям, как и сам продукт. Однако осмысление этого феномена приводит к неизбежному сближению подкаста и его теоретического наполнения, и блога, ведь во многом блог и подкаст – схожие явления. Во-первых, и блог, и подкаст тесно связаны с интернет-ресурсами, сами являясь интернет-ресурсами. Во-вторых, и блог, и подкаст содержат мультимедийный контент (аудио и/или видео), который открыт для комментариев. В-третьих, дневниковый формат представления материалов опирается на хронологический принцип подачи, но в обратном хронологическом порядке [2]. Поэтому часто в теории журналистики подкаст и блог используются как синонимы. Однако, подкаст практически лишен текстовой письменной формы, так как основан на аудиальном и аудиовизуальном контенте. Таким образом, подкаст предстает и как средство выражения общественного мнения, и как новый жанр, и как новая коммуникативная и информационная среда, и как новый источник новостей.

Аудитория современного подкаста формируется в большей степени из тех, кто предпочитает не читать, а слушать, то есть аудиалов. И это, по мнению М.С. Голоковой, свидетельствует об усилении роли устной речи не только в повседневной жизни, но и в профессиональной деятельности журналиста [4, С. 332]. Такая тенденция является свидетельством усиления процессов медиатизации, которые требуют разработки и применения новых инструментов формирования контента. Как известно, создание контента в журналистской деятельности – процесс творческий, хотя в последнее время он подвергается высокой степени технологизации. Поэтому одной из целей данного процесса является удовлетворение аудитории, поддержка ее интереса к теме/контенту, удержание ее на определенном уровне внимания, достаточном для формирования устойчивого потребления предлагаемого материала.

Проведенный анализ контента спортивных (беговых) подкастов позволил определить неформальное интервью как наиболее продуктивный и часто применяемый формат коммуникации в данном блоге.

Интервью представляет собой безусловно коммуникативный процесс, так как в основе его обмен смыслами между участниками, что делает его универсальной формой не только общения, но и познания, смыслопорождения, смыслопередачи. Интервью в журналистском творчестве носит двойственный характер – выступает как жанр, в рамках которого передается мнение компетентного человека по тому или иному актуальному вопросу, и как метод познания, сбора информации журналистом, в ходе применения которого также включается механизм обмена мнениями, что позволяет синтезировать собранную информацию.

Сложное определение неформального интервью дает, например, Т.С. Шишкина, характеризуя его как «переходную дискурсивную форму, объединяющую в себе признаки жанра официального интервью, являющегося статусно-ориентированным типом диалогического дискурса и жанра беседы, относящегося к личностно-ориентированному типу дискурса» [23, С. 148]. Я.Ю. Кравченко подчеркивает особенности неформального интервью как продукта неформальной коммуникации [10]. Большое количество определений неформального интервью содержат отсылку к

характеристикам жанра интервью как устного или письменного диалогического текста [21], как межличностного устного обмена «информацией с целью возникновения оригинальных сведений, удовлетворяющих потребность общества в информации» [16, С. 48], как целостного акта коммуникации, предполагающего «диалогическое общение журналиста с респондентом в ситуации последовательного чередования вопросов и ответов, с целью получения информации, мнений и суждений, представляющих общественный интерес» [6, С. 16].

Резюмируя сказанное, следует подчеркнуть, что жанрово-форматные признаки интервью сохраняются и в неформальном интервью, которое представляет собой разновидность популярного жанра и может быть определено как жанр неформальной коммуникации, в основе которого лежит диалогическое взаимодействие. Это – результат/продукт неформальной коммуникативной деятельности, как полагает Т.С. Шишкина, с одной стороны [23], но, с другой, в процессе подготовки и трансляции, например, подкаста – это продукт сиюминутный, помещенный в формальные границы подкаста, что, однако, несколько не снижает степень его неформальности.

Таким образом, неформальное интервью – продукт неформальной коммуникации, к основным характеристикам которой Я.Ю. Кравченко относит анонимность, эмоциональность (порой, излишнюю), личностный характер, примат собственного, обыденного в большей степени, опыта, аргументацию достоверности или отсутствие аргументации, нерациональный характер обработки информации, сильное влияние социальных стереотипов и пр. [10]. В нашем случае неформальная коммуникация носит вербальный характер и, по мнению С.Г. Тер-Минасовой, является мощным средством установления, поддержания и/или прекращения социальных отношений, демонстрацией своего отношения к собеседнику [22]. Следует подчеркнуть, что с позиций психологии неформальное общение всегда личностно-ориентировано, основано на установлении отношений взаимного доверия и открытости. В основе его всегда диалог, что, по мнению Г.А. Китайгородской, предполагает организацию особого типа отношений участников. В основе его, как полагает Г.А. Китайгородская, лежит устремленность к другому человеку, внимание и интерес к нему, способность дорожить им и видеть в нем цель, а не средство. Подобная взаимность требует активной позиции каждого участника общения [8].

Неформальное общение – основа спортивного подкаста в формате неформального интервью, его жанрообразующая технология, позволяющая организовать информационный обмен «для информационного насыщения главного, хотя и незримого, третьего участника коммуникации – аудитории» [23, С. 146], чьим потребностям этот обмен должен соответствовать.

Как и любой жанр, неформальное интервью строится по определенному когнитивному сценарию и протекает в рамках этого сценария при условии доверия участников интервью друг другу и знания этого сценария. Это способствует эффекту рамирования восприятия (J. Heritage), то есть предъявления определенной последовательности видимых картин мира, которые фиксируют в рамках интервью особенности сосуществования человека с другими людьми, все, что находится за этими рамками остается невидимым (прежде всего, для аудитории) [27, С. 185].

Исследователи подчеркивают значение диктумной составляющей в репликах-стимулах неформального интервью, что существенно для установления фатического контакта со слушающим подкаст (ориентированного на установление межличностных отношений между собеседниками) с целью добиться от него эмоциональной реакции, которая как раз и представляет особый интерес для аудитории. Именно фатический контакт в неформальном интервью в беговом подкасте становится определяющим контент, формирующийся сиюминутно во время беседы. Согласимся с Н.А. Прокофьевой, что именно жанры, основанные на формате беседы, могут быть определены как фатические, к которым относятся и жанры светской беседы или дружеского разговора [20]. Особенности фатики в неформальном интервью в беговом подкасте отличают: наличие непривычных коммуникативных действий; включение околоречевой информации; выбор курьёзного информационного повода для публикации; практика бытового речевого поведения; элементы дружеского разговора; равноправное положение участников разговора (развитие в процессе неформального интервью диалоговой практики – разговор на равных в профессиональном поле); высокая степень раскрытия личности интервьюера (в процессе рассказа о собственных интересах и мыслях) и интервьюируемого (в процессе рассказа истории); представление интервьюируемого не как источника информации, а как самого по себе интересного человека; превалирование привычных способов ведения беседы (для подкастера и героя).

Н.А. Корнилова подчеркивает, что важная составляющая неформального интервью – это целевая установка интервьюера на «добывание» информации о частной жизни интервьюируемого, что происходит при помощи приемов фатического общения [9].

Важно расположить собеседников друг к другу, чтобы добиться взаимопонимания, и эту задачу решает подкастер. Одним из способов такого расположения становится эмпатическое понимание подкастером своего собеседника, своего рода, налаживание личностных отношений до проведения интервью и в ходе самой беседы.

Как правило, герои беговых подкастов – это неформальные личности, не являющиеся представителями официальных структур, поэтому у подкастера всегда под рукой информация о качествах собеседника и/или возможность ее получения из первых уст, что становится контентообразующим элементом для аудитории.

Эффект неформального интервью подкастера зависит от степени знакомства с тематикой беседы как со стороны подкастера, так и со стороны его собеседника, поэтому в большинстве случаев в беговых подкастах собеседниками являются специалисты в области бега (и никаких других спортивных областей). Сам подкастер также является своего рода специалистом в этой области – любителем или начинающим бегуном. Это определяет степень адекватности понимания собеседниками друг друга и, в конечном итоге, понимания разговора аудиторией.

Например, героем первого выпуска подкаста Across the universe (Через всю вселенную) «Ма бой Олег Григорьев» (28 декабря 2018 года) стал российский марафонец, основатель школы бега «42run.ru» Олег Григорьев. Стиль ведущего – известного бегового блогера Константина Кана – определяет и стиль беседы: «В октябре я был в Кисловодске и застал там Олешку. Честно говоря, мы совершенно не готовились, а просто сели и поболтали обо всём и ни о чём» [15]. Герои общаются на близком расстоянии, в лексике преобладает обращение к «ты», применяются

нарративные техники и сторителлинг в формате маленькой беседы (small talk). Все это позволяет говорить о том, что неформальное интервью в подкасте выходит за рамки жанра, становится технологией создания блога-подкаста.

Причина доверительного отношения к ведущему подкаста в данном случае заключается и в том, что он, не являясь профессиональным бегуном, но, находясь в гуще событий бегового комьюнити, которое сам и создал, вызывает доверие у профессионалов, получая при этом возможность обладать инсайдерской информацией, что делает его популярным как в соцсетях, так и среди бегунов-профессионалов.

Подкаст YouTube-канала «Бег вреден» ведут Алексей Иванов и Александр Смирнов, и он является одним из самых популярных подкастов о беге, так же, как и YouTube-канал «Бег вреден» является самым известным каналом в российском беговом комьюнити. Ведущие – бегуны-любители с четко прописанными амплуа, что особенно ярко проявляется в неформальных интервью. Если Алексей Иванов проявляет твердость и способность к открытой конфронтации, то Александр Смирнов отстаивает позиции примирения и в большей степени толерантен и открыт.

Представления героев в неформальной стилистике также способствуют созданию доверительной атмосферы. Например, выпуск «Лена Дьячкова. Экономика в МГУ, ЧМ с ВФЛА, США, онлайн фитнес с Peloton» начинается так: «*Знакомьтесь, Лена Дьячкова и её кулстори!*» [14], а выпуск «Яна Бокарева. Подписала Степана Киселёва, Жульена Вондерса и Сондрэ Моэна» так: «*Привет! Яна Бокарева занимает одну из самых высоких позиций в европейском подразделении Asics*» [24], выпуск «Антон Грабовский. Всё, что вы не знали об Антошке» Константин Кан начинает так: «*Хай! Кажется, все знают Антошку...*» [1].

Созданию непринужденной атмосферы беседы способствует разговорный стиль неформального интервью, признаком которого становятся, обилие таких слов как «кайфанули», «офигенно», «фэны», обилие сокращений, в том числе профессионализмов («ультра» от «ультрамарафон»; «половинка» от «полумарафон»; «личник» от «личного рекорда»; «сбросить 3 минуты личника», что значит «пробежать на 3 минуты быстрее, чем личный рекорд» и пр.). Обмен мнениями в неформальном интервью часто строится на конфликте – противопоставлении точек зрения ведущих, что также способствует повышению интереса аудитории, как, например, в выпуске об Искандере Ядгарове о проблемах подготовки современного бегуна [7].

Ориентация на личный интерес ведущего подкаста является бесприкрытым приемом при формировании аудитории, демонстрацией отношения подкастеров к герою, снятия коммуникационных барьеров, как, например, в выпуске подкаста «Бег вреден»: «*Пока мы находились в Дубаи, мы познакомились с очень интересной девушкой, которая там живет и работает. А раз нам интересно, значит, это повод поболтать и записать эту беседу как очередной подкаст в нашем формате Бег Стрим Бойз*» [17].

Локации для неформальных интервью, выбранные подкастерами, также создают неформальную обстановку и способствуют раскрытию собеседника: например, интервью с трейлранером – спортсменом, занимающимся бегом по природному рельефу, записывалось в природных условиях Кавказских гор в Сочи, а интервью с бегуном – в Кении, Мекке бегунов.

## **Выводы**

Таким образом, проведенный структурно-функциональный анализ жанра неформального интервью в беговом блоге-подкасте позволил сделать следующие выводы:

1. Неформальное интервью в беговом блоге-подкасте определено как наиболее адекватный жанр подкаста, решающий сразу несколько задач: гуманизация темы спорта, создание зоны доступности для обсуждения; развлекательная и просветительская задачи для реализации соответствующих функций в медиапространстве; создание медийного образа бега и ведущего подкаста, как правило, увлекающегося этим видом спорта.

2. Неформальное интервью выполняет функции технологии создания контента и моделирования жанровой структуры на основе личностно-ориентированной информации, получаемой сиюминутно в ходе дружеской беседы в эфире.

3. Современный беговой подкаст в силу своей синкретичности поли функционален и характеризуется как средство выражения общественного мнения, как новый жанр, как новая коммуникативная и информационная среда, как новый источник новостей для специфической аудитории – любителей бега.

4. В неформальном интервью, представленном в современном беговом подкасте, сохраняются жанрово-форматные признаки интервью, придавая ему видовые характеристики популярного жанра, позволяя определить неформальное интервью как жанр неформальной коммуникации, в основе которого лежит диалогическое взаимодействие.

5. Когнитивный сценарий неформального интервью основан на доверии участников интервью друг другу, вызывающем эффект рамирования восприятия, а также на установлении фатического контакта со слушающим подкаст, с целью добиться от него эмоциональной реакции. Фатический контакт в неформальном интервью в беговом подкасте определяет контент, формирующийся сиюминутно во время беседы.

6. К особенностям фатики в неформальном интервью в беговом подкасте отнесены: включение околопредметной информации; практика бытового речевого поведения; элементы дружеского разговора; равноправное положение участников разговора; высокая степень раскрытия личности интервьюера и интервьюируемого; представление интервьюируемого не как источника информации, а как самого по себе интересного человека.

7. Подкастер решает задачу расположения собеседников друг к другу за счет эмпатического понимания подкастером своего собеседника; знания качеств собеседника; степени знакомства с тематикой беседы; выбора стиля беседы (обращение к «ты»); ориентации на личный интерес ведущего подкаста; применения нарративных техник, сторителлинга в формате маленькой беседы.

8. Созданию неформальной обстановки и раскрытию собеседника способствуют локации для неформальных интервью, которые выбираются подкастерами в зависимости от предмета и темы обсуждения.

## **Заключение**

Таким образом, в ходе проведенного исследования были выявлены особенности жанровой структуры современного российского спортивного блога-подкаста, к которой относятся адекватное применение жанра неформального интервью для раскрытия собеседника в ходе доверительного разговора, формирующего контент бегового подкаста.

### Конфликт интересов

Не указан.

### Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

### Conflict of Interest

None declared.

### Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

### Список литературы / References

1. Грабовский А. Всё, что вы не знали об Антошке / А. Грабовский // Яндекс. Музыка. Across the runiverse. — 2020. — URL: <https://music.yandex.ru/album/10491621/track/65012043> (дата обращения: 06.08.22).
2. Баженова Е.А. Блог как интернет-жанр / Е.А. Баженова, И.А. Иванова // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. — 2012. — 4. — с. 125-131.
3. Воинова Е.А. Подкаст как новый формат публичной коммуникации в условиях цифровой медиасреды / Е.А. Воинова, Е.В. Сивякова // Социально-гуманитарные знания. — 2018. — 12. — с.104-120.
4. Голокова М.С. Речевая структура аудиоподкаста спортивного СМИ / М.С. Голокова // Медиалингвистика: материалы V Международной научной конференции (Санкт-Петербург, 30 июня – 02 июля 2021 г.) / Науч. ред. Л.Р. Дускаева; отв. ред. А.А. Малышев. — Санкт-Петербург: Медиапайпер, 2021. — Вып. 8. Язык в координатах массмедиа. — с. 332-335.
5. Журавлева А.А. Подкастинговое вещание: структура, жанрово-тематическое разнообразие, особенности развития в социальной сети «ВКонтакте» / А.А. Журавлева // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2020. — 1(35). — с. 112-119.
6. Ильченко С.Н. Интервью в журналистике: как это делается / С.Н. Ильченко. — Санкт-Петербург, 2016. — 236 с.
7. Ядгаров И. Как меняется восприятие Кении, самого медийного легкоатлета России / И. Ядгаров // Яндекс. Музыка. Across the runiverse. — 2020. — URL: <https://music.yandex.ru/album/10491621/track/65012043> (дата обращения: 6.11.22).
8. Китайгородская Г.А. Интенсивное обучение иностранному языку: теория и практика / Г.А. Китайгородская. — Москва: Высшая школа, 2009. — 277 с.
9. Корнилова Н.А. Фатическая речь в массмедиа: композиционно-стилистические формы: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Н.А. Корнилова. Санкт-Петербург, 2013. — 23 с.
10. Кравченко Я.Ю. Лексико-стилистические и социально-прагматические особенности неформального речевого общения: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Я.Ю. Кравченко. — Майкоп, 2008. — 23 с.
11. Круглова Л.А. Особенности и актуальные проблемы российского подкастинга в 2017 году: функции, тематика и аудитория / Л.А. Круглова // Экранные коммуникации как фактор социализации медиапространства / Под ред. С.Л. Уразовой. — Москва: Академия медиаиндустрии, 2019. — с. 280-295.
12. Круглова Л.А. Проблемы подкастинга в России / Л.А. Круглова, Д.З. Мамедов // Вестник НГУ. Серия: История, филология. — 2021. — Т. 20. — 6: Журналистика. — с. 156-167.
13. Круглова Л.А. Российские аудиоподкасты: становление и специфика развития / Л.А. Круглова // Медиа-Альманах. — 2018. — 1 (84). — с. 89-101.
14. Дьячкова Е. Экономика в МГУ, ЧМ с ВФЛА, США, онлайн фитнес с Peloton / Е. Дьячкова // Яндекс. Музыка. Across the runiverse. — 2020. — URL: <https://music.yandex.ru/album/10491621/track/66455332> (дата обращения: 06.08.22).
15. Ма бой Олег Григорьев // Яндекс. Музыка. Across the runiverse. — 2018. — URL: <https://music.yandex.ru/album/10491621/track/65012031> (дата обращения: 6.11.22).
16. Мажура А.В. К вопросу о жанровой классификации интервью в журналистском творчестве / А.В. Мажура, Е.Д. Тимофеева // Наука и школа. — 2019. — 3. — с. 47-53.
17. Ольга Осканова: телохранитель, массажистка, баскетболистка // Яндекс. Музыка. Бег вреден. — 2021. — URL: <https://music.yandex.ru/album/10049073/track/69950458> (дата обращения: 6.11.22).
18. Паутов А.Д. Блог о спорте как современный способ публичности / А.Д. Паутов, Л.Г. Пушкарёва // Наука о человеке: гуманитарные исследования. — 2019. — 1. — с. 48-52.
19. Подкасты в России 2019 – на пороге бума? // Brand Analytics. — URL: <https://br-analytics.ru/blog/podcasts-in-russia-2019/> (дата обращения: 12.10.2022).
20. Прокофьева Н.А. Интенциональность фатической беседы в медиадискурсе / Н.А. Прокофьева // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. — 2016. — Вып. 1(33). — с. 63-71.
21. Сахнова Е.Б. Жанр интервью и его модификации / Е.Б. Сахнова // Известия Саратовского университета. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. — 2013. — Т. 13. — Вып. 4. — с. 98-103.
22. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация / С.Г. Тер-Минасова. — Москва: Слово, 2000. — 61 с.

23. Шишкина Т.С. Неформальное интервью в лингвопрагматическом аспекте / Т.С. Шишкина // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. — 2014. — 6. — с. 145-148.
24. Яна Бокарева. Подписала Степана Киселёва, Жульена Вондерса и Сондрэ Мозна // Яндекс. Музыка. Across the runiverse. — 2021. — URL: <https://music.yandex.ru/album/10491621/track/80453931> (дата обращения: 06.08.22).
25. Farivar C. 10 years of Podcasting: Code, Comedy, and Patent Lawsuits / C. Farivar // Arstechnica. — 2014. — URL: <https://arstechnica.com/business/2014/08/10-years-of-podcasting-code-comedy-andpatent-lawsuits/> (accessed: 12.10.2022).
26. Hammersley B. Audible Revolution / B. Hammersley. — URL: <http://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia> (accessed: 24.10.2022).
27. Heritage J. Cognition in Discourse / J. Heritage // Conversation and Cognition. — Cambridge; New York; Melbourne; Madrid; Cape Town; Singapore; San Paulo, 2005. — p. 184-203.
28. Newman N. News Podcasts and the Opportunities for Publishers / N. Newman, N. Gallo // Reuters Institute. — 2019. — URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news-podcasts-and-opportunities-publishes/> (accessed: 12.10.2022).
29. O'Reilly T. What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software / T. O'Reilly // Oreillynet. — 2005. — URL: [www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-isweb-20.html](http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-isweb-20.html) (accessed: 12.10.2022).
30. Stulberg A. Podcasting is getting huge. Here's why / A. Stulberg // Vox. — 2015. — URL: <http://www.vox.com/business-and-finance/2015/12/15/10126144/serialpodcast-huge-hit/> (accessed: 12.10.2022).

### Список литературы на английском языке / References in English

1. Grabovskij A. Vsyo, chto vy ne znali ob Antoshke [Everything You Didn't Know about Antoshka] / A. Grabovskij // Yandex. Music. Across the Runiverse. — 2020. — URL: <https://music.yandex.ru/album/10491621/track/65012043> (accessed: 06.08.22). [in Russian]
2. Bazhenova E.A. Blog kak internet-zhanr [Blog as an Internet Genre] / E.A. Bazhenova, I.A. Ivanova // Vestnik Permskogo universiteta. Rossijskaya i zarubezhnaya filologiya [Bulletin of Perm University. Russian and Foreign Philology]. — 2012. — 4. — p. 125-131. [in Russian]
3. Voinova E.A. Podkast kak novyj format publichnoj kommunikacii v usloviyah cifrovoj mediasredy [Podcast as a New Format of Public Communication in the Digital Media Environment] / E.A. Voinova, E.V. Sivyakova // Social'no-gumanitarnye znaniya [Social and Humanitarian Knowledge]. — 2018. — 12. — p.104-120. [in Russian]
4. Golokova M.S. Rechevaya struktura audiopodkasta sportivnogo SMI [Speech Structure of the Sports Media Audio Podcast] / M.S. Golokova // Medialingvistika [Media Linguistics]: proceedings of the V International Scientific Conference (St. Petersburg, June 30 – July 02, 2021) / Sci. ed. by L.R. Duskaeva, ed. by A.A. Malyshev. — Saint-Petersburg: Mediapapir, 2021. — Iss. 8. Language in the Coordinates of the Mass Media. — p. 332-335. [in Russian]
5. Zhuravleva A.A. Podkastingovoe veshchanie: struktura, zhanrovo-tematicheskoe raznoobrazie, osobennosti razvitiya v social'noj seti «VKontakte» [Podcasting Broadcasting: Structure, Genre-Thematic Diversity, Features of Development in the VKontakte Social Network] / A.A. Zhuravleva // Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya [Sign: the Problematic Field of Media Education]. — 2020. — 1(35). — p. 112-119. [in Russian]
6. Il'chenko S.N. Interv'y u zhurnalistike: kak eto delaetsya [Interview in Journalism: How It Is Done] / S.N. Il'chenko. — SPb., 2016. — 236 p. [in Russian]
7. Yadgarov I. Kak menyaetsya vospriyatие Kenii, samogo medijnogo legkoatleta Rossii [How the Perception of Kenya of the Most Media Athlete in Russia is Changing] / I. Yadgarov // Yandex. Music. Across the runiverse. — 2020. — URL: <https://music.yandex.ru/album/10491621/track/65012043> (accessed: 6.11.22). [in Russian]
8. Kitajgorodskaya G.A. Intensivnoe obuchenie inostrannomu yazyku: teoriya i praktika [Intensive Foreign Language Teaching: Theory and Practice] / G.A. Kitajgorodskaya. — Moscow: Vysshaya shkola, 2009. — 277 p. [in Russian]
9. Kornilova N.A. Fatcheskaya rech' v massmedia: kompozicionno-stilisticheskie formy [Phatic Speech in Mass Media: Compositional and Stylistic Forms]: abstr. dis. ... of PhD in Philology / N.A. Kornilova. — Saint-Petersburg, 2013. — 23 p. [in Russian]
10. Kravchenko Ya.Yu. Leksiko-stilisticheskie i social'no-pragmaticheskie osobennosti neformal'nogo rechevogo obshcheniya [Lexico-Stylistic and Socio-Pragmatic Features of Informal Speech Communication]: abstr. dis. ... of PhD in Philology / Ya.Yu. Kravchenko. — Majkop, 2008. — 23 p. [in Russian]
11. Kruglova L.A. Osobennosti i aktual'nye problemy rossijskogo podkastinga v 2017 godu: funkcii, tematika i auditoriya [Features and Current Problems of Russian Podcasting in 2017: Functions, Topics and Audience] / L.A. Kruglova // Ekrannye kommunikacii kak faktor socializacii mediaprostranstva [Screen Communications as a Factor of Socialization of the Media Space] / Ed. by S.L. Urazovoj. — Moscow: Akademiya mediaindustrii, 2019. — p. 280-295. [in Russian]
12. Kruglova L.A. Problemy podkastinga v Rossii [Podcasting Problems in Russia] / L.A. Kruglova, D.Z. Mamedov // Vestnik NGU. Seriya: Istoriya, filologiya [Bulletin of the NSU. Series: History, Philology]. — 2021. — Vol. 20. — 6: Journalism. — p. 156-167. [in Russian]
13. Kruglova L.A. Rossijskie audiopodkasty: stanovlenie i specifika razvitiya [Russian Audio Podcasts: Formation and Specifics of Development] / L.A. Kruglova // Media-Al'manah [Media Almanac]. — 2018. — 1(84). — p. 89-101. [in Russian]
14. D'yachkova E. Ekonomika v MGU, ChM s VFLA, SShA, onlajn fitnes s Peloton [Economics at MSU, World Cup with VFL, USA, Online Fitness with Peloton] / E. D'yachkova // Yandex. Music. Across the Runiverse. — 2020. — URL: <https://music.yandex.ru/album/10491621/track/66455332> (accessed: 06.08.22). [in Russian]
15. Ma boj Oleg Grigor'ev [Ma boy Oleg Grigoriev] // Yandex. Music. Across the Runiverse. — 2018. — URL: <https://music.yandex.ru/album/10491621/track/65012031> (accessed: 6.11.22). [in Russian]

16. Mazhura A.V. K voprosu o zhanrovoj klassifikacii interv'yu v zhurnalistskom tvorchestve [On the Issue of Genre Classification of Interviews in Journalistic Creativity] / A.V. Mazhura, E.D. Timofeeva // *Nauka i shkola* [Science and School]. — 2019. — 3. — p. 47-53. [in Russian]
17. Ol'ga Oskanova: telohranitel', massazhistka, basketbolistka [Olga Oskanova: Bodyguard, Masseuse, Basketball Player] // Yandex. Music. Beg vreden [Yandex. Music. Running is Harmful]. — 2021. — URL: <https://music.yandex.ru/album/10049073/track/69950458> (accessed: 6.11.22). [in Russian]
18. Pautov A.D. Blog o sporte kak sovremennyy sposob pablititi [Blog about Sports as a Modern Way of Publicity] / A.D. Pautov, L.G. Pushkaryova // *Nauka o cheloveke: gumanitarnye issledovaniya* [Human Science: Humanitarian Studies]. — 2019. — 1. — p. 48-52. [in Russian]
19. Podkasty v Rossii 2019 – na poroge buma? [Podcasts in Russia 2019 – on the Verge of a Boom?] // Brand Analytics. — URL: <https://br-analytics.ru/blog/podcasts-in-russia-2019/> (accessed: 12.10.2022). [in Russian]
20. Prokof'eva N.A. Intencional'nost' faticheskoy besedy v mediadiskurse [The Intentionality of a Phatic Conversation in a Media Discourse] / N.A. Prokof'eva // *Vestnik Permskogo universiteta. Rossijskaya i zarubezhnaya filologiya* [Bulletin of Perm University. Russian and foreign philology]. — 2016. — 1(33). — p. 63-71. [in Russian]
21. Sahnova E.B. Zhanr interv'yu i ego modifikacii [Interview Genre and Its Modifications] / E.B. Sahnova // *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Nov. ser. Ser. Filologiya. Zhurnalistika* [News of Saratov University. A new series. Philology series. Journalism]. — 2013. — Vol. 13. — Iss. 4. — p. 98-103. [in Russian]
22. Ter-Minasova S.G. Yazyk i mezhkul'turnaya kommunikaciya [Language and Intercultural Communication] / S.G. Ter-Minasova. — Moscow: Slovo, 2000. — 261 p. [in Russian]
23. Shishkina T.S. Neformal'noe interv'yu v lingvopragmaticheskom aspekte [Informal Interview in the Linguopragmatic Aspect] / T.S. Shishkina // *Izvestiya vysshih uchebnyh zavedenij. Severo-Kavkazskij region. Obshchestvennye nauki* [News of Higher Educational Institutions. The North Caucasus Region. Social Sciences]. — 2014. — 6. — p. 145–148. [in Russian]
24. Yana Bokareva. Podpisala Stepana Kiselyova, Zhul'ena Vondersa i Sondre Moena [Yana Bokareva. Signed by Stepan Kiselyov, Julien Vonders and Sondra Moen] // Yandex. Music. Across the Runiverse. — 2021. — URL: <https://music.yandex.ru/album/10491621/track/80453931> (accessed: 06.08.22). [in Russian]
25. Farivar C. 10 years of Podcasting: Code, Comedy, and Patent Lawsuits / C. Farivar // *Arstechnica*. — 2014. — URL: <https://arstechnica.com/business/2014/08/10-years-of-podcasting-code-comedy-andpatent-lawsuits/> (accessed: 12.10.2022).
26. Hammersley B. Audible Revolution / B. Hammersley. — URL: <http://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia> (accessed: 24.10.2022).
27. Heritage J. *Cognition in Discourse* / J. Heritage // *Conversation and Cognition*. — Cambridge; New York; Melbourne; Madrid; Cape Town; Singapore; San Paulo, 2005. — p. 184-203.
28. Newman N. News Podcasts and the Opportunities for Publishers / N. Newman, N. Gallo // *Reuters Institute*. — 2019. — URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news-podcasts-and-opportunities-publishes/> (accessed: 12.10.2022).
29. O'Reilly T. *What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software* / T. O'Reilly // *Oreillynet*. — 2005. — URL: [www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-isweb-20.html/](http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-isweb-20.html/) (accessed: 12.10.2022).
30. Stulberg A. Podcasting is getting huge. Here's why / A. Stulberg // *Vox*. — 2015. — URL: <http://www.vox.com/business-and-finance/2015/12/15/10126144/serialpodcast-huge-hit/> (accessed: 12.10.2022).