

И. В. Матюшевская

ПРИЕМ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ В НАЗВАНИЯХ ПОДКАСТОВ
(на материале французского языка)

В эпоху развития технологий неизбежна эволюция СМИ и появление новых форматов медиа. Если видеоблоги на платформе Youtube являются младшим братом телевидения, то формат подкаста можно считать логичным этапом в развитии радио.

Обратимся к определению термина «подкаст»: «теле- или радиопрограмма, которую интернет-пользователь может скачать и использовать на своем плеере; файл такой программы» (Larousse). С момента создания данного формата в 2004 году компанией Apple подкаст постепенно завоевывал любовь слушателей, так как его преимущества включают в себя возможность прослушать материал «по запросу», независимо от сетки вещания, демократичность (необходимы минимальные технические средства), а также широкий круг тем, который данный формат охватывает. Обладая большим рекламным потенциалом, подкаст привлекает не только обычных слушателей, но и бренды, для которых он является дополнительным инструментом продвижения товара. Так, грамотно управляя вниманием аудитории, учитывая ее интересы при выборе темы и делая акцент на ее значимость, автор подкаста формирует лояльность слушателей, а также обеспечивает их вовлеченность (Дорошук).

Популярность подкастов во Франции можно объяснить не только модой на этот формат, но и приверженностью французов к радио. Так, многие крупные радиовещательные компании (France Télévisions, Europe 1, M6-RTL, Radio France (France Inter, France Culture, franceinfo, France Musique, France Bleu, Mouv', Fip), Altice) теперь все чаще сосредотачивают свое внимание на выпуске так называемых «нативных», то есть изначально создаваемых для этого формата подкастов. По данным платформы Acast, средний слушатель подкастов из Франции – это 34-летний человек с высшим образованием, который в месяц прослушивает 4 программы; у 59 % слушателей есть дети, а около 70 % проживает в парижской агломерации или городах с населением более 100 000 человек. Нельзя не отметить, что спрос на подкасты значительно возрос во время периодов изоляции в 2020 и 2021 годах.

Профиль слушателя подкастов отражает высокий уровень образованности, об этом говорят и наиболее востребованные у французов категории подкастов, среди которых «Новости», «Банки и страхование», «Технологии», «Наука», «Юмор». Большое количество предложений на рынке подкастов создает конкуренцию и борьбу за внимание аудитории, что достигается не только интересной тематикой, но и интригующим «рекламным» названием. Если одни компании делают ставку на простоту и легкость в запоминании (*Transfert* ‘Передача’, *Émotions* ‘Эмоции’), то другие стремятся разжечь интерес слушателя неоднозначностью и «неразрешенностью» темы (*Et maintenant ?* ‘Что теперь?’, *Ça commence aujourd’hui* ‘Сегодня начнем’, *La Terre au carré* ‘Земля в квадрате’). Помимо этого, авторы некоторых подкастов выбирают названия, привлекающие внимание слушателей с помощью типографических особенностей, используя графическую игру (Максимов) (*Brut.* ‘В чистом виде.’, *Underscore_* ‘Нижнее подчеркивание’, *Paumé.e.s* ‘Изгой’), а другие делают ставку на использование текста на английском языке (*InPower* ‘В Силе’, *Thinkerview* ‘Обдуманное мнение’, *Cool Parents make happy kids* ‘У спокойных родителей счастливые дети’, *La Story* ‘Та Самая История’). Для еще одной категории характерно намеренное нарушение орфографической нормы,

акцентирующее внимание слушателя (*C dans l'air* 'В воздухе', *J'peux pas j'ai business* 'Не могу, дела'), или использование каламбуров (*Bon plants* 'Хорошее предложение'/'Хорошие растения').

Следует констатировать, что названия подкастов, выпускаемых независимыми студиями, чаще отличаются отклонениями от языковой нормы, тогда как продукция крупных радиокомпаний обычно более традиционна и скорее строится на игре слов и каламбуре. Эти же явления нередко встречаются и в названиях эпизодов таких подкастов. Определим, о чем идет речь. Согласно определению словаря Ларусс, каламбуром называют языковую игру, построенную на разном смысле одинаково звучащих слов (Larousse).

Словарь *le Trésor de la langue française* определяет его как «остроумное выражение, основанное на двойном смысле слов или неоднозначности слов, предложений или отдельных элементов предложений, которые одинаково произносятся, но имеют разное значение». Можно заметить сходство понятия «каламбур» с понятием языковой игры, которая и обозначает экивок или шутку, основанную на сходстве слов (Larousse). По мнению крупных исследователей в этой области, каламбур входит в непосредственное определение языковой игры, которая понимается как «игра с формой речи, шутка, острота, каламбур, разные виды тропов» (Земская).

Стоит отметить, что языковая игра требует от реципиента высокого интеллектуального уровня и хорошего владения языком. На основании анализа названий популярных подкастов можно сделать вывод, что каламбур практически не используется для привлечения внимания в программах, направленных на расширение кругозора слушателя (например, *Choses à savoir* 'Что нужно знать', *Mourir moins con* 'Умереть умнее'), так как названия выпусков в них обычно имеют доступную форму прямого вопроса: *Pourquoi certaines personnes s'orientent mieux que d'autres ?* 'Почему некоторые люди ориентируются в пространстве лучше других?'

Наиболее частотные употребления каламбуров отмечаются в подкастах на темы «Наука», «Политика», «Общество». Обратимся к примерам, которые в большинстве случаев основываются на принципах омонимии, омофонии, паронимии и полисемии (Ломов) и выполняют несколько функций, в числе которых 1) привлечь внимание; 2) доставить удовольствие; 3) выполнить компрессию смысла; 4) обойти цензуру (Амири), а также 5) воздействовать на слушателя (Земская).

Название эпизода *Dans quels États sommes-nous?* 'В каком мы состоянии/В каких мы государствах' основывается на окказиональной трансформации автором устойчивого выражения *être dans tous ses états* 'пребывать в сильном возбуждении', в котором лексическая единица *état* является многозначной и обозначает как страну, так и состояние. К такому же типу каламбура можно отнести название *Netflix, catastrophes en série* 'Нетфликс, катастрофа за катастрофой/Катастрофа с сериалами', поскольку многозначность слова *une série* 'серия', 'телесериал' позволяет заложить в название сразу несколько значений. В этих случаях мы говорим о каламбуре, основанном на полисемии.

Название *Notre-Dame à cœur ouvert* ‘Собор Парижской Богоматери с открытым сердцем/хором’ иллюстрирует другой тип языковой игры, построенной на омофонии, так как во французском языке слова *un cœur* ‘сердце’ и *une cœur* ‘хор’ одинаково произносятся. К этому же типу можно отнести и пример *Mal à droite* ‘Боль партии правых/Неловкая’, где звуковое тождество выражений помогает добиться желаемого эффекта, а также название *Première foi* ‘Первая вера/Первый раз’.

Примером каламбура, основанного на паронимии, т. е. близком звучании, но разном смысле слов, можно считать название *Une soupe à l'union* ‘Суп с союзниками’, где название блюда *une soupe à l'onion* ‘луковый суп’ использует отличное всего парой звуков слово *l'union* ‘союз’.

Следует отметить, что помимо языковой игры в названии выпусков подкастов также встречается прецедентность: *My name is Webb, James Webb* ‘Меня зовут Вебб, Джеймс Вебб’ отсылает слушателя к фразе из кинофильма «Меня зовут Бонд, Джеймс Бонд», а название *Hercules et les éoliennes* ‘Геркулес и ветрогенераторы’ является отсылкой к греческой мифологии.

В целом, использование языковой игры, а также различных стилистических приемов позволяет создателям подкастов поддерживать интерес аудитории, выделяться на фоне конкурентов и сохранять французский дух и остроумие в новом популярном формате.