



[Научный диалог = Nauchnyi dialog = Nauchnyy dialog, 14(9), 2025]
[ISSN 2225-756X, eISSN 2227-1295]



Информация для цитирования:

Хутыз И. П. Повтор как эффективное средство передачи информации и удержания фокуса внимания адресата в лаконичных текстах анонсов к англоязычным подкастам / И. П. Хутыз // Научный диалог. — 2025. — Т. 14. — № 9. — С. 220—243. — DOI: 10.24224/2227-1295-2025-14-9-220-243.

Khoutyz, I. P. (2025). Repetition as an Effective Means of Information Conveyance and Audience Attention Retention in Concise Texts of English-Language Podcast Announcements. *Nauchnyi dialog*, 14 (9): 220-243. DOI: 10.24224/2227-1295-2025-14-9-220-243. (In Russ.).



Web of Science™



Перечень рецензируемых изданий ВАК при Минобрнауки РФ

Повтор как эффективное средство передачи информации и удержания фокуса внимания адресата в лаконичных текстах анонсов к англоязычным подкастам

Хутыз Ирина Павловна
orcid.org/0000-0003-4141-5395
доктор филологических наук,
профессор,
кафедра прикладной лингвистики
и новых информационных
технологий
ir_khoutyz@hotmail.com

Кубанский
государственный университет
(Краснодар, Россия)

Repetition as an Effective Means of Information Conveyance and Audience Attention Retention in Concise Texts of English-Language Podcast Announcements

Irina P. Khoutyz
orcid.org/0000-0003-4141-5395
Doctor of Philology, Professor,
Department of Applied Linguistics
and New Information
Technologies
ir_khoutyz@hotmail.com

Kuban State University
(Krasnodar, Russia)

ОРИГИНАЛЬНЫЕ СТАТЬИ

Аннотация:

Исследуются различные виды повтора в текстах, описывающих содержание выпусков подкаста. В исследовательский корпус вошли 20 текстов к двум американским подкастам и 20 текстов к двум британским подкастам. Выборку составили подкасты, вошедшие в рейтинги лучших подкастов академической тематики 2024 и 2025 года. Использовались приемы стилистического и лингвопрагматического анализа, систематизации, классификации и подсчета полученных данных, сравнительно-сопоставительный метод. Установлено, что повтор в подобных текстах выступает средством речевого воздействия. Показано, что рассмотренные англоязычные тексты к эпизодам американских и британских подкастов характеризуются преобладанием сквозного лексического повтора, активно опирающегося на использование местоимения-обращения *you*, морфологический повтор, а также повтор в структуре одной фразы. Для текстов в британском корпусе характерно более активное привлечение параллельных конструкций и анафорического повтора, чем для текстов к американским подкастам. Установлена также следующая общая особенность англоязычных текстов: низкая частотность эпифорического повтора, а также повторов восклицательных и вопросительных конструкций. Сделан вывод о том, что повтор в англоязычных лаконичных текстах многофункционален: он направлен на привлечение внимание адресата и стимулирование его интереса к информации.

Ключевые слова:

повтор в тексте; дискурсе подкаста; синопсис подкаста; лаконичный текст; фокус внимания; местоимение-обращение; средство речевого воздействия.

ORIGINAL ARTICLES

Abstract:

This study investigates various forms of repetition in texts that describe the content of podcast episodes. The research corpus comprises 20 texts from two American podcasts and 20 texts from two British podcasts, all of which were selected from the top-ranked academic-themed podcasts of 2024 and 2025. Employing stylistic and linguistic-pragmatic analysis techniques, along with systematic organization, classification, and quantitative assessment of the data, a comparative method was utilized. The findings reveal that repetition serves as a means of rhetorical impact in these texts. It is shown that the analyzed English-language texts for episodes of American and British podcasts are characterized by a predominance of lexical repetition, heavily relying on the use of the address pronoun "you," morphological repetition, and structural repetition within single sentences. The British corpus exhibits a more active engagement with parallel constructions and anaphoric repetition compared to the American texts. Additionally, a common feature across both corpora is the low frequency of epiphora, as well as repetitions of exclamatory and interrogative constructions. The conclusion is drawn that repetition in English-language concise texts is multifunctional: it aims to capture the audience's attention and stimulate their interest in the presented information.

Key words:

textual repetition; podcast discourse; podcast synopsis; concise text; attention focus; address pronoun; rhetorical device.

УДК 811.111'42:004.738.5

DOI: 10.24224/2227-1295-2025-14-9-220-243

Научная специальность ВАК
5.9.8. Теоретическая, прикладная и
сравнительно-сопоставительная лингвистика

Повтор как эффективное средство передачи информации и удержания фокуса внимания адресата в лаконичных текстах анонсов к англоязычным подкастам

© Хутыз И. П., 2025

1. Введение = Introduction

Повтор представляет собой употребление языковых средств более одного раза и может проявляться на любом уровне — фонетическом, морфемном, лексическом и даже сюжетном. Значительное число исследований, посвященных повтору как стилистическому приему, рассматривает его как художественное средство, встречающееся в различных литературных жанрах. Так, в поэзии повтор определяется как «доминант стиля поэта», способствующий структурно-семантической связности текста [Шевченко, 2017, с. 2309]. Звуковой повтор сопутствует созданию образа в поэзии, а виды лексического повтора формируют соответствующий эмоциональный настрой, яркость и экспрессивность образов.

Классификация повтора зависит от фокуса исследования. Как правило, за основу классификации берется повторяемая часть речи, конструкция или другой многократно используемый элемент. По мнению лингвистов, изучающих данное явление, для прозы характерен лексико-синтаксический повтор. В этом случае возможна классификация повтора по месту его расположения в структуре предложения, то есть «исходя из композиционных моделей» [Гусева, 2017, с. 73]. Рассмотрев романы марийских писателей, Э. В. Гусева выделяет виды лексико-синтаксического повтора, а именно: анафорический повтор слова или словосочетания, эпифорический, сквозной повтор слова, использование дуплетных слов, повтор-подхват, корневой и синонимический повтор. Параллельные конструкции, которые автор находит в рассмотренном материале, также можно классифицировать (изоколон, симплова). На фонетическом уровне возможен фокус на повторе шипящего звука или сонанта, многократном повторе гласного звука. Однако, как отмечается в исследовании, фонетический повтор не является частотным по сравнению с лексическим повтором, например повтором отдельных слов (анафорический и эпифорический) и др. [Гусева, 2017].

Отмечается, что лексический повтор является неотъемлемым элементом поэзии и определяется лингвистами как стилистическая фигура речи. На материале англоязычной поэзии Э. По было выявлено, что повтор составляет 31 % от других использованных в поэзии стилистических средств. Сам повтор представлен такими частями речи, как союзы, предлоги, глаголы, наречия, местоимения, а также словосочетаниями. Функции данного приема многогранны, однако для поэтического текста повтор участвует в поддержании ритма, усиливая смысловую нагрузку произведения и, соответственно, его выразительность [Аверина, 2015].

В драматургии А. П. Чехова повтор является важнейшим элементом, позволяющим раскрыть характер персонажа, например, его беспринципность или деградацию. Опираясь на классификацию повторов А. А. Баталова и Н. В. Никашина [Баталов и др., 2012], Ч. Канюй определяет наличие в текстах произведений А. П. Чехова повторов-обновлений и повторов-тавтологий, а также сюжетных повторов в рамках одного произведения. Как следствие, создаётся эффект вечного возвращения, повторяемости, бессмысленности событий [Канюй, 2021].

Повтор в художественном произведении может усиливать авторскую позицию и выступать в качестве персуазивного средства. На материале романа Ф. С. Фитцджеральда «Великий Гэтсби» были выявлены типы повторов, которые обладают именно персуазивным воздействием на читателя. Повтор внедряет видение в восприятие читателя [AL-Muslimawi, 2024]. Данное мнение, согласно Ал-Муслимави, было подтверждено психологами Дж. Т. Качиаппо и Р. Петти [Cachiappo, Petty, 1989], которые утверждали, что аргумент, представленный с помощью повтора, обретает эффективную персуазивную силу. Повтор создает у реципиента ощущение предварительного знакомства с сообщаемой информацией, что приводит к его постепенному согласию [Lewis, 2024]. Было установлено, что Фитцджеральд использует пять основных типов повтора: анафора (любой повтор — звуков, морфем или конструкций в начале фразы), эпифора (повтор в конце, усиливающий накал интереса у адресата), анадиплосис (слово или словосочетание в конце фразы повторяется в начале следующей фразы), эпанапелсис (повтор в начале и в конце фразы с промежуточными словами между ними), мезодиплосис (повтор слова или фразы в середине последовательных предложений) [AL-Muslimawi, 2024].

Повтор способствует эффективному запоминанию информации, что было выявлено на материале академических текстов [Adorján, 2019], а также при обучении иностранному языку. Так, при выполнении заданий, направленных на улучшение навыков чтения и освоение новой лексики, лексические повторы помогают лучше запомнить лексику, одновременно

выделяя наиболее значимые смыслы. Например, при повторе форм глаголов английского языка происходит освоение не только значения этого глагола, но и его морфологических форм — *write, written, writing, wrote* [Qingshun, 2014].

Хотя повтор как стилистическая фигура преимущественно изучается на материале художественных и поэтических текстов, риторические особенности данного приема были рассмотрены на материале институционального дискурса, например, политического [Никашина и др., 2015], рекламного [Стрельникова, 2005]. В политическом дискурсе повтор выступает как одно из наиболее эффективных средств «убеждения, достижения стратегических целей» [Никашина и др., 2015, с. 202]. Разнообразные виды повторов в политических выступлениях Маргарет Тэтчер преимущественно выполняют суггестивную функцию. Все виды повторов выполняют текстообразующую роль и направлены на усилительно-выделительный эффект [Там же]. Повтор ключевых лексем в рекламном дискурсе обращает внимание адресата на информацию, а звуковые повторы вместе с лексическими способствуют ритмичности и запоминаемости текста [Стрельникова, 2005]. Соответственно, из рассмотренных исследований можно заключить, что повтор как художественно-стилистическое средство стимулирует внимание адресата, концентрируя его на наиболее значимой информации. С помощью анализа повторов, которые употреблялись в текстах различных эпох, было установлено, что функции повторов становятся разносторонними и не ограничиваются отражением субъективной оценки автора [Repetition ..., 2024], достигаемой ритмизацией дискурса и способствующей его запоминаемости. Повтор успешно выстраивает ассоциации в когниции реципиента, стимулирует освоение новой информации [Ibid.] и, как следствие, имеет персуазивный эффект. Это позволяет охарактеризовать повтор не только как стилистическую фигуру, но и как прием речевого воздействия, прагматическое средство, направленное на актуализацию авторских смыслов [Мазикова, 2020] и даже на формирование ощущения правдивости информации [Hassan et al., 2021].

Данное исследование посвящено рассмотрению видов повтора в кратких англоязычных текстах — описаниях к выпускам подкастов академической тематики. Особенностью данных текстов является то, что они должны четко и кратко информировать адресата о содержании предстоящего выпуска подкаста, одновременно выполняя задачу увлечь и заинтересовать его. Рассмотрение особенностей реализации приема повтора в подобных текстах способствует лучшему пониманию качеств, которыми повтор может наделять коммуникацию, а также выявлению его постоянных и переменных специфик.

2. Материал, методы, обзор = Material, Methods, Review

Материалом данного исследования послужили 40 текстов описаний содержания к выпускам четырёх англоязычных подкастов академической тематики. Тексты были извлечены методом сплошной выборки и включены в исследовательский корпус, в то время как подкасты отбирались по принципу целенаправленной выборки. Для исследования особенностей повтора в англоязычных текстах описаний содержаний выпуска подкаста мы отобрали два британских и два американских подкаста, вошедших в рейтинги лучших подкастов академической тематики 2024 и 2025 годов [Chartier, 2024; Podcasts worth a listen]. Отобранные для анализа американские подкасты — *The Professor is In* и *Academic Writing Amplified*. Британские тексты отобраны методом сплошной выборки с подкастов *The Academic Imperfectionist* и *The Allusionist*.

Стилистический анализ позволил выделить различные типы повторов в текстах описаний, а их функции с учетом коммуницируемых смыслов установлены посредством лингвопрагматического анализа. Методы систематизации и классификации были использованы для того, чтобы обобщить выделенные особенности использования повторов в изученных текстах, а затем классифицировать их по типологическим особенностям. Сравнительно-сопоставительный метод был направлен на выделение специфики реализации повторов в текстах американских и британских подкастов, а метод подсчета полученных данных выявил наиболее частотные случаи повтора в текстах американского и британского корпусов. Указанная методология исследования позволила определить наиболее типичные свойства и функции повтора в англоязычных текстах с ограниченным количеством слов.

3. Результаты и обсуждение = Results and Discussion

3.1. Характеристика дискурса подкаста

Исследование более 5000 выпусков подкастов показало, что наиболее успешны и востребованы те из них, которые активно вовлекают адресата в коммуникацию [Reddy et al., 2021]. Особенности подобных эпизодов являются наличие связанных с темой подробных описаний, использование разнообразного вокабуляра, позитивный эмоциональный настрой, формат беседы и личных нарративов, для которых типично присутствие местоимений первого и второго лица (а не третьего). Также для эпизодов, активно вовлекающих адресата в коммуникацию, характерно более высокое число слов в минуту, чем для подкастов с менее активным вовлечением слушателей. Таким образом, исследователи делают вывод, что популярность подкаста связана не с освещаемой темой, а с активной вовлеченностью (high engagement) адресата [Reddy et al., 2021].

Основная цель подкаста — информировать с применением различных развлекательных стратегий. У подкаста были выявлены такие функции, как информационная, рекреативная, аксиологическая, образовательная, регулятивная, эстетическая, маркетинговая [Хакимова, 2023]. Подкаст как феномен «современной онлайн-реальности» [Там же] считается разноплановой формой компьютерно-опосредованной коммуникации, обладающей характеристиками разговорных жанров: интервью, спонтанной речи, устных нарративов и дискуссий [Structural linguistic ..., 2023].

Важно отметить, что дискурс подкаста обладает четкой структурной организацией, каждый компонент которой выполняет определенную функцию, формируя «подкаст как комплексный медиапродукт» [Хакимова, 2023, с. 79]. К компонентам структуры подкаста можно отнести название, обложку, описание подкаста, трейлер, краткое изложение содержания, аудиотреки [Там же].

Наше исследование посвящено анализу особенностей использования приема повтора в текстах о содержании выпуска подкаста. Данные тексты должны быть не только краткими и информативными, но и способными убедить адресата в необходимости прослушать выпуск подкаста. Соответственно, подобный текст может обладать различными языковыми средствами, которые призваны привлечь и удержать внимание адресата, заинтересовать в информации.

Далее рассмотрим особенности использования повтора в текстах о содержании выпуска американских и британских подкастов академической тематики.

3.2. Повтор в текстах американских подкастов

Изучение дискурса американских подкастов показало, что даже в самом кратком тексте о содержании выпуска (62 слова) представлен хотя бы один случай повтора. В текстах с большим количеством слов число повторов увеличивается. Например, в тексте со 186 словами было обнаружено 10 случаев повтора. Преимущественно это лексический повтор, обращающий внимание аудитории на ключевое понятие, о котором будет идти речь в выпуске. Далее вокруг данного активно повторяющегося слова выстраиваются смысловые связи, раскрывающие содержание выпуска. Например, выпуск подкаста о психологическом выгорании представлен текстом, в котором уже в первых предложениях можно наблюдать повтор ключевой леммы *burnout*: *One episode wasn't enough to talk about burnout in the academy. Juxtaposing the WHO definition of burnout with a definition Karen read, that burnout is "investing emotionally in a job and not having that investment returned..."* [Burnout part 2] // *Одного эпизода не хватило, чтобы поговорить о **выгорании** в академической среде. Противопоставляя определение **выгорания** определению ВОЗ, которое прочитала Карен, о том,*

что **выгорание** — это эмоциональное инвестирование в работу без получения дохода на эту инвестицию... (здесь и далее перевод наш. — И. Х.). Из первых двух предложений, содержащих три повтора слова *burnout*, можно заключить, что в эпизоде будет дано определение данному явлению (*definition*), в котором проводится ассоциативная связь между выгоранием и неприбыльной эмоциональной инвестицией (*investment*).

Частотным является повторы местоимений, преимущественно местоимения-обращения *you / your* (*вы / ваши*), которое усиливает адресованность текста и формирует у адресата ощущение того, что информация переназначается именно для него. Так, из 20 текстов, информирующих о содержании выпусков американских подкастов, 13 имеют повторы местоимений *you / your* на протяжении всего текста. Как можно видеть из следующего примера, в предложении подкастер обращается к аудитории помощью этого местоимения пять раз: *As **you** consider what **you** want to focus on in 2025, I want to remind **you** that **you** have the knowledge and skills to solve any problems or challenges that come **your** way ... [Write your New Year's story] // Когда **вы** думаете о том, на чем **вы** хотите сфокусироваться в 2025 году, я хочу напомнить **вам**, что у **вас** есть знания и навыки, чтобы решать любые проблемы и сложности, которые могут встретиться на **вашем** пути...*

Повтор местоимения *you* адресует информацию получателю, формируя ощущение прямого контакта подкастера со слушателем. В результате дискурсивная категория адресованности конструирует когнитивно-дискурсивную категорию диалогичности [Сыреси́на и др., 2023], которая формируется не только на внутритекстовом уровне, но и на внетекстовом и интертекстуальном уровнях, генерируя дополнительные смыслы [Дзюба и др., 2023]. Это преобразует текст в дискурс, с помощью которого адресант устанавливает диалог с адресатом, привлекая его внимание и удерживая его интерес.

Для сравнения можно отметить, что повтор местоимений *we / our / us* (*мы / наш / нас*) встречается в 6 текстах из 20. Это представляется незначительным, особенно учитывая, что у подкаста *The professor is In* два ведущих. Повтор местоимения *I / my* (*я / мой*) встречается в шести текстах исключительно в подкасте *Academic Writing Amplified*.

Рассмотрим пример повтора местоимения, усиливающего направленность текста на адресата и, как следствие, формирующего чувство диалога подкастера со слушателем: *Do **you** struggle to keep to **your** writing or project due dates? In today's episode, I discuss the common problems academics have with setting and meeting due dates. Then, I outline how to set due dates more effectively. By building confidence around these skills, **you** will get better at setting due dates based on facts and data, not just when **you** want to turn something in [How to set your own due dates, 14.01.2025] (**Вам** сложно соблю-*

дать сроки сдачи **ваших** письменных работ или проектов? В сегодняшнем эпизоде я обсуждаю обычные проблемы, с которыми сталкиваются ученые при определении сроков и их соблюдении. Затем я описываю, как нужно определять сроки выполнения работы более эффективно. Развивая умение уверенно справляться со сроками, **вы** сможете лучше определять важные даты с учётом факторов и других данных, а не **ваших** желаний). Вышеприведённые четыре предложения — первый абзац текста, информирующего о содержании эпизода, который научит правильно планировать сроки (даты) выполнения работы (*due dates*). Ключевое по смыслу словосочетание — *due dates* — повторяется в различных частях (сквозной повтор) практически каждого предложения текста (в пяти предложениях из семи). Подкастер как эксперт в своей области дистанцируется от аудитории местоимением *I* (я). Однако местоимение-обращение *you* (**вы**) уже с первых слов текста имплицитно, что информация важна именно для «вас», объясняя, как адресат (**вы**) сможет себя улучшить, прослушав подкаст (*you will get better at...*). В тексте из 114 слов местоимение *you* повторяется 6 раз, что составляет 5 % от всех слов. Подобное количество повторов наблюдается еще у выражения *due dates* (сроки выполнения работы), описывающего тему подкаста. Соответственно, с помощью активных повторов ключевой смысловой лексемы и местоимения-обращения формируется ощущение направленности и значимости темы эпизода для адресата. Словосочетание *due dates* встречается еще в нескольких предложениях текста. Подобный тип повтора лексемы, многократно употребляемой для акцентирования обсуждаемого понятия, определяется нами как *сквозной*. Данный вид повтора является наиболее распространенным в текстах к американским подкастам.

На данном примере можно наблюдать еще один вид повтора — *эпифорический*, когда словосочетание *due dates* повторяется в конце двух последовательных фраз для акцентирования внимания на важном понятии. Однако эпифорический повтор — самый малочисленный.

Морфемный повтор (гомеология) занимает второе по частотности место в корпусе американских лаконичных текстов и предполагает повтор морфемы, например корня слова (корневой повтор). Подобный вид повтора позволяет «говорящему акцентировать, актуализировать значение этой части слова» [Мазикова, 2020, с. 68]. Так, в первом предложении текста к выпуску подкаста о деструктивной силе перфекционизма можно встретить следующий пример: *Perfection is the enemy of productivity, but almost all academics struggle with perfectionism* [Overcoming perfection] Совершенство — враг продуктивности, но практически все ученые сталкиваются со стремлением к совершенству (в переводе не представляется возможным сохранить морфемный повтор, возникает повтор слова целиком). Повто-

ряющийся корень *perfect* в оригинальном тексте акцентирует внимание на тематических особенностях выпуска.

Морфемный повтор может создавать впечатление тавтологии за счет дубликации, как, например, происходит в следующем примере, в котором, однако, благодаря отличному префиксу, формируется контраст, привлекающий внимание читателя, — конструируется противопоставление значений ‘продуктивный’ / ‘непродуктивный’: *Counterintuitively, sometimes doing the “nonproductive” thing is the key to productivity* [Surviving your new academic thing] (*Парадоксально, иногда **непродуктивная** деятельность — это ключ к **продуктивности***). Также в текстах обнаружены следующие морфемные повторы: *academic — academia; perfection — perfectionism; investment — investing; prioritize — priority; success — successful* и другие.

Далее по частоте выделяются п о в т о р ы слов (словосочетаний), р а с - полагаемые внутри фразы. В первую очередь это касается повтора местоимений, который может быть сквозным или ограничиваться структурно одной фразой. Повтор лексемы внутри предложения акцентирует понятие в когнитии реципиента, настраивая его на определенное тематическое развитие. Так, в следующем примере прилагательное *academic* повторяется как неотъемлемая профессиональная характеристика, играющая значимую роль в представлениях адресата: *Tune in to hear Becky's inspiring story and learn how you can get your **academic work** and **academic** vision to the people whose lives you will make better through your **work*** [Pivoting to public scholarship...] (*Слушайте воодушевляющую историю Беки, чтобы понять, как вы можете донести вашу **академическую работу** и **академическое** видение людям, чью жизнь вы можете улучшить своей **работой***). Обратим внимание и на повтор слова *work* (*работа*), маркирующего неотъемлемую составляющую академической среды.

Также отмечены случаи, когда повторяемое слово находится в начале последовательных фраз (а н а ф о р а). Так, например, происходит в тексте к эпизоду, который называется «Academic labor is labor». Повтор лексемы *research* (*исследование*) в начале текста показывает, о каком труде будет идти речь: *Casting our **research** outcomes as “products” can be deeply chilling to the imaginative work of scholarship. **Research** as an assembly line, or as a deli counter...* [Academic labor is labor] (*Позиционирование результатов нашего **исследования** как «продукт» может тормозить творческую работу ученого. **Исследование** как сборочный конвейер или стойка деликатесов...*).

Встречаются случаи повтора, при котором повторяемое слово употребляется в конце фразы, а затем в начале следующей, чтобы не выпустить объект обсуждения из поля внимания адресата (а н а д и п л о с и с), как, например, это происходит в следующем примере, в котором подчеркивается,

что ведущие подкаста Карен и Кел будут обсуждать проблемы, связанные с академической средой — именно лексема *academia* повторяется несколько раз, обращая внимание на контекст обсуждения темы в подкасте: *Karen and Kel ... delve further into the elements of **academia** that make burnout so endemic. In **academia**, most of what we do is in relationship...* [Burnout part 2] (*Карен и Кел ... погружаются глубже в элементы **академической среды**, которые делают выгорание повсеместным. В **академической среде** большинство того, что мы делаем, связано с...*).

Интересным, хоть и малочисленным, видом повтора можно отметить прием «повторения-обрамления», когда повторяемая лексема встречается в начале и в конце текста. Данный прием отмечен только в текстах к эпизодам подкаста *Academic Writing Amplified* (6 текстов). Исходя из положения о том, что адресат запоминает информацию, представленную в начале и в конце текста [Laroche, 2022; We mostly remember], предполагаем, что повтор-обрамление может быть эффективным средством фокусирования внимания адресата на информации. Ср. повтор лексемы *episode* (*эпизод*). В начале текста подкастер отмечает: *Higher education is in crisis! In today's **episode**, I explore how ...* (*Высшее образование в кризисе! В сегодняшнем **эпизоде** я рассматриваю, как ...*). Затем формулирует самое последнее предложение следующим образом: *If you feel like you are constantly being shouldered with more tasks and are tired of feeling overworked and overwhelmed, this **episode** is for you* (*Если вам кажется, что на ваши плечи постоянно сбрасывается все больше заданий, и вы устали от чувства перегруженности работой и подавленности, этот **эпизод** для вас*). В заключительном предложении снова повторяется существительное *episode*, а местоимение *you* усиливает направленность информации на адресата, подчеркивая, что эпизод подготовлен именно для него.

Параллельные конструкции как синтаксический прием повтора были обнаружены в 10 текстах из 20. В следующем примере адресант обращается к потенциальному адресату с помощью параллельных конструкций, создавая впечатление широкого охвата аудитории, для которой будет интересна тематика выпуска: *Whether you are writing a book, navigating the pressures of academia, or simply wanting to manage your time more effectively, this episode delivers key insights into what can be possible when you pivot from professorship* [Choosing to leave academia] (*Пишете ли вы книгу, справляетесь со стрессами академической среды или просто хотите управлять своим временем более эффективно, этот эпизод дает ключевое понимание ваших возможностей при отказе от профессорской деятельности*). Данный эпизод включает параллельные конструкции, созданные повторением Present Continuous, чтобы проиллюстрировать разнообразные жизненные ситуации.

Повтор в структуре параллельной конструкции придает ритмичность фразе, усиливая эффект от передаваемой информации. Однако параллельные конструкции более масштабны по количеству слов, чем лексический повтор, что, вероятно, объясняет, почему они конструируются реже в текстах с ограниченным количеством слов, несмотря на их эффективность в создании ритмичности текста и, соответственно, его запоминаемости [Малюга, 2019]. Повторы вопросительных и восклицательных конструкций представлены единичными случаями только в текстах подкаста *The Professor is In*.

Таким образом, повторы в текстах о содержании выпусков американских подкастов представлены преимущественно сквозным лексическим повтором, который акцентирует внимание адресата на наиболее значимых понятиях эпизода, а активный повтор местоимения-обращения *you* усиливает направленность информации на получателя, стимулируя его внимание и чувство диалога с подкастером. Подобную функцию выделения наиболее важной информации и привлечения внимания адресата выполняют морфемный повтор и повтор внутри предложения. Также внимание адресата на информации концентрируется посредством параллельных конструкций, как правило, включающих лексико-синтаксический повтор, а также анафорического повтора в начале нескольких предложений. Ниже представлены результаты подсчета текстов, анонсирующих эпизоды американских подкастов, по критерию присутствия в них тех или иных видов повтора (табл. 1).

Таблица 1

Типы повторов в текстах о содержании выпусков
американских подкастов

Тип повтора	Academic Writing ...	The professor is in	Всего текстов
Сквозной	10	7	17
Морфемный	8	8	16
В середине предложения	8	7	15
Параллельные конструкции	4	6	10
В начале последовательных предложений (анафора)	4	3	7
В конце фразы и затем в начале следующей (анадиплосис)	3	2	5
Обрамление	4	—	4
В конце последовательных предложений (эпифора)	2	1	3
Восклицательные конструкции	1	1	2
Вопросительные конструкции	0	1	1

3.3. Повтор в текстах британских подкастов

В британском корпусе встречаются тексты о содержании выпуска подкаста, которые состоят всего из 36 слов, но даже они имеют минимальные два случая повтора. Как и в текстах к выпускам американских подкастов, британские лаконичные тексты демонстрируют активное использование лексического повтора с целью выделения наиболее значимого понятия. Так, в качестве примера можно рассмотреть следующий текст, состоящий из двух предложений (всего 46 слов) и информирующий о выходе эпизода подкаста *The Allusionist*, освещающего интересные факты о языках, об идеях, которые подкастер не смогла ранее обсудить: *Next episode is the 200th, therefore this is the 199th. I raid the 66-page documents of ideas for episodes, that I have been keeping for nearly a decade, and present to you 199 ideas that I have not yet made into podcasts (except for this one)* [199 ideas...] (Следующий эпизод двухсотый, таким образом, этот 199-ый. Я набрасываюсь на 66 страниц с идеями для эпизодов, которые я записывала почти десять лет, и представляю вам 199 идей, о которых я еще не говорила в подкасте (кроме этой)). В данном случае повтор местоимения *I* (я) в начале нескольких последовательных фраз подчеркивает ту энергию и то старание, которое адресант вкладывает в развитие своего подкаста. Местоимение придает торжественную тональность этому очень краткому тексту, в котором подкастер берет ответственность на себя за воплощение интересных идей в своем подкасте с помощью анафорического повтора. Достоверность информации передается присутствием в тексте числительных 200, 199, 66, обозначающих различные понятия: номер эпизода, количество идей и страниц о содержании выпусков подкаста. Повтор числительного 199 усиливает достоверность информации, делает ее весомой и значимой. Далее повтор лексем *episode* (эпизод) и *ideas* (идеи) позволяет читателю быстро понять предмет обсуждения в выпуске: это эпизод о 199 идеях выбора темы для освещения в формате подкаста.

Как и американский корпус, корпус британских текстов демонстрирует активное употребление местоимения-обращения *you*, которое, однако, чаще представлено в текстах американских подкастеров. Следующий отрывок извлечен из текста, анонсирующего выход эпизода подкаста *The Academic Imperfectionist* о том, что делать, когда пропадает вдохновение: *What do you do when you have no idea? When you literally can't think of anything to write about? I don't know why I'm asking. I already know the answer: you panic and run to your favourite productivity websites for a new hack to solve it, right? And you definitely, definitely don't tell anyone, because struggling to come up with ideas is a shameful secret that you must guard with your very life* [When failure of inspiration strikes] (Что вы делаете, когда не знаете, как быть? Когда

вы в полном смысле слова не можете придумать, о чем писать? Я не знаю, почему спрашиваю. Я уже знаю ответ: **вы** паникуете и обращаетесь к своим любимым вебсайтам о продуктивности в поисках нового спасения, верно? И **вы определенно, определенно** не говорите никому об этом, потому что поиск идей — это постыдный секрет, который **вы** должны охранять всей своей жизнью).

В приведенном выше примере представлено несколько повторов. Наиболее частотным является повтор местоимения-обращения *you* / *your* (7 раз), который можно охарактеризовать как сквозной. Далее по частотности употреблено местоимение *I*, с помощью которого ведущая подкаста конструирует свою экспертную идентичность, подчеркивая в самом начале текста, что у нее есть ответ на заданный вопрос. Употребление местоимения в начале двух последовательных фраз можно охарактеризовать как анафорический. С помощью данного повтора акцентируется и конкретизируется значимость ведущей, на личность которой обязательно обратит внимание адресат.

Наличие у автора подкаста собственного ответа на сформулированный вопрос подчеркивает повтор глагола *know* (знать), но в первом предложении глагол употреблен с отрицанием, а в следующем — в утвердительной форме. Соответственно, формируется противопоставление «вы не знаете — я знаю». Также в отрывке присутствует повтор наречия *definitely* (определенно, точно, несомненно), усиливающего смысл фразы. Повтор вопросов стимулирует чувство адресованности информации к адресату и, соответственно, построение иллюзии диалога между читателем и автором текста. Говоря о вопросах, отметим, что в британском корпусе они встречаются чаще: было выявлено четыре текста с повтором вопросительных конструкций, но, как и в американском корпусе, только среди эпизодов одного подкаста.

В вышеприведенном примере отметим также наличие экспрессивного повтора наречия *definitely*, который создает эффект нагнетания и одновременно усиливает воздействие на адресата в силу эмоционального заряда. Так, Г. Н. Кораблева и Л. Н. Горелова полагают, что подобный тип повтора наполняет тексты «смысловой и эмоциональной выразительностью» и типичен для русских народных сказок [Кораблева и др., 2020, с. 206]. Рассматриваемый пример в нашем исследовании был классифицирован как повтор внутри предложения: количество текстов с данным повтором занимает второе по частотности место в британском корпусе. Однако именно случаи повтора слова представляют собой очень эффективное средство удержания внимания адресата и, скорее всего, стимулирования интереса к содержанию эпизода подкаста.

Тексты с морфемным повтором занимают третье место в британском корпусе. Как и в американском корпусе, это, как правило, повтор одно-коренных слов, усиливающих смысл именно за счет повтора корня: *academic — academia; perfectionism — imperfectionist; read — reading; constellations — ex-constellations; animal — animals* и другие. Подобный прием можно наблюдать в следующем примере из текста, информирующего о выпуске подкаста о значимости спокойствия: *This is the Tranquillusionist, in which I, Helen Zaltzman, give your brain a break by temporarily supplanting your interior monologue with words that don't make you **feel feelings*** [Tranquillusionist: ex-constellations] (*Это Транквилюзионист, в котором я, Хелен Зальцман, дам вашему мозгу передышку, временно подавляя ваш внутренний монолог словами, не позволяющими вам **чувствовать чувства***). Сочетание *feel feelings* (*чувствовать чувства*) выделяет именно значение корня *feel*, определяя важный смысловой аспект содержания выпуска.

Повтор корня или, как в следующем примере, модального глагола может создавать контраст, что встречается только в текстах одного британского подкаста. Данный прием формируется не посредством нового префикса, как у американских подкастеров, а добавлением отрицательной частицы *not* или с помощью квантификаторов. Следующий пример демонстрирует использование отрицательной частицы с повторенным модальным глаголом *may*, усиливающим послание автора о распространенности феномена «труда с надеждой об оплате» в академической среде: *Dr Brax is asking: should universities be profiting from the unpaid efforts of people who **may or may not** end up rewarded for their efforts?* (*Доктор Бракс спрашивает: правильно ли это, что университеты получают выгоду от неоплачиваемых усилий тех, кто, **может, будет, а может, и не будет** вознагражден за свои усилия?*) [Guest interview! Dr David Brax ...].

В нашем материале количество текстов с анафорическим повтором слова в начале предложения равно количеству текстов с морфемным повтором. Один из примеров, в котором повторяется местоимение *I* в нескольких последовательных фразах, уже был отмечен выше. Анафорический повтор в структуре параллельных конструкций усиливает внимание адресата к информации. Так, следующий пример демонстрирует повтор фразы *have you ever* в начале трех следующих друг за другом вопросов, что стимулирует чувство диалога автора с читателем и привносит эмоциональный накал, который может найти отклик у адресата и усилить интерес к информации: *Have you ever thrown far more time and energy into your work than you get paid for? Have you ever said yes to a request to be on a dull and time-consuming committee...? Have you ever done too much for too little ...?* [Guest interview! Dr. David Brax...] (*Вкладывали ли вы больше времени*

и энергии в работу, чем вам платили? Отвечали ли вы «да» на просьбу стать членом скучного и требующего много времени комитета ...? Делали ли вы слишком много за слишком мало ...?). Отметим, что параллельные конструкции и анафорический повтор обнаружены в одинаковом количестве текстов в британском корпусе.

Параллельные конструкции в британском корпусе, как правило, представлены лексико-синтаксическим повтором. Они усиливают значение ключевой лексики, повторяющейся в схожих конструкциях. В следующем примере дважды вводится словосочетание *you need* (вам надо), акцентирующее рекомендацию слушателю: *To fix it, though, you need to do something very scary. You need to relax and let go* [When failure of inspiration strikes] (Чтобы решить проблемы, однако, **вам нужно** сделать что-то очень страшное. **Вам нужно** расслабиться).

Параллельные конструкции позволяют добиться эффекта множественности, вариативности или разнообразия перечисляемых объектов или действий. Так, в конце текста о предстоящем выпуске подкастер использует параллельные структуры *stop fantasizing* (хватит мечтать); *get the kettle on* (ставьте чайник); *settle down to listen* (усаживайтесь поудобнее, чтобы послушать): *Stop fantasising about how today is the day you'll finally catch up on everything, get the kettle on, and settle down to listen to what Debbie has to say. You'll be glad you did* [Guest interview! Dr Debbie Sorensen...] (**Перестаньте фантазировать**, что именно сегодня тот день, когда вы наконец успеете все сделать, **ставьте чайник**, **усаживайтесь поудобней** послушать, что скажет Дебби. Не пожалеете). Завладев вниманием адресата благодаря ритмичности фразы, создаваемой параллельными конструкциями, подкастер обещает слушателям приятное времяпрепровождение. Повторы местоимения *you* в каждом предложении усиливают эффект направленности информации на получателя: когда реципиент читает этот текст, ему кажется, что подкастер обращается именно к нему.

Подводя итог изучению повторов в текстах-анонсах о содержании выпусков британских подкастов, мы можем отметить среди наиболее частотных сквозной лексический повтор, повтор в середине предложения; на третьем месте — группа таких повторов, как морфологический, анафорический, повтор параллельных конструкций. В текстах во всех видах повтора активно употребляется местоимение-обращение *you*. С помощью этих средств адресант привлекает и удерживает внимание адресата к информации, заинтересовывая его в прослушивании эпизода подкаста. Особенно использования повторов в текстах о содержании эпизодов британских подкастов приведены ниже (табл. 2).

Таблица 2

Типы повторов в текстах о содержании выпусков
британских подкастов

Тип повтора	The Academic...	The Allusionist	Всего текстов
Сквозной	10	8	18
В середине предложения	8	4	12
Морфемный	3	4	7
В начале последовательных предложений (анафора)	5	2	7
Параллельные конструкции	6	1	7
В конце фразы и затем в начале следующей (анадиплосис)	1	3	4
Обрамление	0	0	0
В конце последовательных предложений (эпифора)			0
Восклицательные конструкции	—	—	—
Вопросительные конструкции	4	—	4

4. Заключение = Conclusions

Прием повтора в анонсе подкастов обеспечивает фиксацию релевантной информации в когнитивном поле адресата, что приводит к усилению «авторской перспективы». Традиционно в лингвистике повтор рассматривался как преимущественно стилистический приём. Однако в условиях современной коммуникации, где ключевым становится оперативное привлечение и удержание внимания реципиента, функция повтора была переосмыслена. Он стал восприниматься как высокоэффективный инструмент воздействия, способствующий как поддержанию фокуса внимания адресата, так и установлению коммуникативной интеракции.

Как показывает наше исследование, повтор играет важную роль в лаконичных текстах, описывающих содержание эпизодов американских и британских подкастов. Данные тексты, несмотря на свою краткость, многофункциональны и призваны не только ясно давать информацию о предстоящем выпуске подкаста, но и привлекать внимание читателя к подкасту, увлекать и заинтересовывать его.

Сквозной лексический повтор, при котором определенная лексема повторяется на протяжении всего текста, является наиболее частотным в текстах и американских, и британских подкастов. Типичным представляется активный повтор местоимения *you*, с помощью которого адресант обращается к адресату и создает иллюзию диалога со своей аудиторией. Также для

текстов из американского и британского корпуса характерны морфемный повтор и повтор в структуре одной фразы.

В текстах к британским выпускам подкаста также активно применяются параллельные конструкции и повтор начала фраз, следующих друг за другом (анафорический повтор). Данные виды повтора представлены и в американском корпусе, но менее активно, чем в британском. Также отметим общую тенденцию к неактивному использованию повтора в конце последовательных фраз и повтор слова и словосочетания в начале и в конце текста, которые мы назвали обрамлением. Данные виды повтора можно охарактеризовать скорее как особенности индивидуального стиля адресанта.

Интересно, что повтор восклицательных и вопросительных конструкций, которые способны передавать эмоции и устанавливать диалог с реципиентом, не был активно представлен в рассмотренных текстах. Восклицания были замечены только в текстах к американским выпускам подкастов, а вопросительные конструкции наиболее активно представлены в анонсах только к одному из британских подкастов.

Значимая роль лексического и синтаксического повтора для акцентирования авторской позиции, передачи эмоционального накала, стимулирования интереса адресанта и налаживания диалога с ним заставляет задуматься о том, что данное средство воздействия может активно и эффективно использоваться в других типах текстов с ограниченным количеством слов, например, аннотациях и рецензиях в научной коммуникации. В дальнейшем было бы интересно рассмотреть наличие случаев и типов повтора в подобных текстах, а также осуществить сравнительно-сопоставительный анализ использования повтора на материале различных языков, например, русского и английского. Это даст нам более глубокое представление об универсальных качествах повтора как эффективного средства усиления авторской позиции и удержания фокуса внимания адресата.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Источники и принятые сокращения

1. *199 ideas that I hadn't made into podcasts yet* — The Allusionist, # 199, 30.08.2024 [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.theallusionist.org/allusionist/199ideas> (accessed 19.03.2025).
2. *Academic labor is labor* — The professor is In, 29.05.2022 [Electronic resource]. — Access mode : <https://theprofessorisin.com/podcast/ep-319-academic-labor-is-labor/> (accessed 15.03.2025).
3. *Academic Writing Amplified* [Electronic Resource]. — Available at : <https://academicwomanamplified.libsyn.com/> (accessed 01.05.2025).

4. *Burnout part 2, Academia has it bad* — The professor is In, 7.06.2022 [Electronic resource]. — Access mode : <https://podcasts.apple.com/us/podcast/episode-3-25-burnout-part-ii-academia-has-it-bad/id1492657190?i=1000565580140> (accessed 15.03.2025).

5. *Chartier M. Top 10 academic podcasts to listen to in 2024* [Electronic resource] / M. Chartier // Four Waves from 19.05.2024. — Available at : <https://fourwaves.com/blog/academic-podcasts/> (accessed 17.04.2025).

6. *Choosing to leave academia and create something new...* — Academic Writing Amplified, 11.03.2025 [Electronic resource]. — Access mode : <https://podcasts.apple.com/gb/podcast/should-i-quit-academia-series-choosing-to-leave-academia/id1478044381?i=1000698700402> (accessed 18.03.2025).

7. *Guest interview! Dr. David Brax on the dangers and inequalities of 'hope labour'* — The Academic Imperfectionist, # 96, 18.10.2024 [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.academicimperfectionist.com/podcast/96> (accessed 21.03.2025).

8. *Guest interview! Dr. Debbie Sorensen on battling burnout* — The Academic Imperfectionist, # 98, 15.11.2024 [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.academicimperfectionist.com/podcast/98> (accessed 21.03.2025).

9. *How to set your own due dates* — Academic Writing Amplified, 14.01.2025 [Electronic resource]. — Access mode : <https://podcasts.apple.com/gb/podcast/how-to-set-your-own-due-dates/id1478044381?i=1000683901080> (accessed 18.03.2025).

10. *Overcoming perfection* — The Professor is In, 13.06.2022 [Electronic resource]. — Access mode : <https://the-professor-is-in.castos.com/episodes/ep-326-overcoming-perfectionism> (accessed 06.08.2025).

11. *Pivoting to public scholarship with Dr. Becky Dawson* — Academic Writing Amplified, 28.01.2025 [Electronic resource]. — Access mode : <https://podcasts.apple.com/nz/podcast/pivoting-to-public-scholarship-with-dr-becky-dawson/id1478044381?i=1000686128843> (accessed 05.08.2025).

12. *Podcasts worth a listen : academic podcasts* [Electronic resource]. — Available at : <https://player.fm/podcasts/Academic> (accessed 07.05.2025).

13. *Surviving your new academic thing* — The Professor is In, 22.04.2022 [Electronic resource]. — Access mode : <https://podcasts.apple.com/us/podcast/ep-3-21-surviving-your-new-academic-thing/id1492657190?i=1000558401044> (accessed 15.03.2025).

14. *The Academic Imperfectionist* [Electronic Resource]. — Available at : <https://www.academicimperfectionist.com/podcast> (accessed 01.05.2025).

15. *The Allusionist : a podcast about language* [Electronic Resource]. — Available at : <https://www.theallusionist.org/> (accessed 01.05.2025).

16. *The Professor is In* [Electronic resource]. — Available at : <https://theprofessorisin.com/podcast/> (accessed 01.05.2025).

17. *Tranquillusionist : Ex-Constellations* — The Allusionist, 26.09.2024 [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.theallusionist.org/allusionist/ex-constellations> (accessed 06.08.2025).

18. *When failure of inspiration strikes* — The Academic Imperfectionist, # 97, 01.11.2024 [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.academicimperfectionist.com/podcast/97> (accessed 21.03.2025).

19. *Write your New Year's story* — Academic Writing Amplified, 7.01.2025 [Electronic resource]. — Access mode : <https://podcasts.apple.com/gb/podcast/write-your-new-years-story/id1478044381?i=1000682986671> (accessed 18.03.2025).

Литература

1. *Аверина М. А.* Виды лексического повтора в поэзии Э. По / М. А. Аверина // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. — 2015. — № 2—1. — С. 230—233.
2. *Баталов А. А.* Повторы как доминантный принцип построения текста в малой прозе А. П. Чехова / А. А. Баталов, Н. В. Никашин // Вестник РУДН. Серия : Лингвистика. — 2012. — № 4. — С. 33—39.
3. *Гусева Э. В.* Виды повторов в марийской прозе / Э. В. Гусева // Финно-угорский мир. — 2017. — № 1. — С. 73—77.
4. *Дзюба Е. В.* Категория дискурсивной диалогичности как реализация жанрового потенциала романа / Е. В. Дзюба, И. Ю. Рябова // Жанры речи. — 2023. — Т. 18. — № 4 (40). — С. 349—357. — DOI: 10.18500/2311-0740-2023-18-4-40-349-357.
5. *Канюй Ч.* Функции повторов в драматургии А. П. Чехова / Ч. Канюй // Мир науки, культуры, образования. — 2021. — № 3 (88). — С. 613—615.
6. *Кораблева Г. Н.* Тавтология как стилистический прием (на материале произведений М. Зощенко) / Г. Н. Кораблева, Л. Н. Горелова // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. — 2020. — № 3. — С. 205—209.
7. *Мазикова Н. Ю.* Повтор в устной и письменной речи как прагматическое средство актуализации авторских смыслов / Н. Ю. Мазикова // Вестник ЧГУ. — 2020. — № 12 (446). — Выпуск 122. — С. 63—72. — DOI: 10.47475/1994-2796-2020-11208.
8. *Малюга Е. Н.* Синтаксические характеристики рекламного дискурса / Е. Н. Малюга // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. — 2019. — Т. 25. — № 4. — С. 100—105. — DOI: 10.18287/2542-0445-2019-25-4-100-105.
9. *Никашина Н. В.* Типология повторов в политических выступлениях Маргарет Тэтчер / Н. В. Никашина, А. О. Попова // Вестник РУДН. Серия «Теория языка. Семиотика. Семантика». — 2015. — № 4. — С. 202—207.
10. *Стрельникова Е. С.* Виды и функции повторов в звучащем рекламном тексте / Е. С. Стрельникова // Записки Горного института. — 2005. — Т. 160. — Ч. 1. — С. 75—76.
11. *Сыреси́на И. О.* Дискурсивные маркеры категории адресованности в англоязычных новостных медиатекстах / И. О. Сыреси́на, Е. Н. Корзова, А. В. Гольдман // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2023. — Выпуск 4 (16). — С. 1209—1215.
12. *Хакимова Е. М.* Русскоязычные подкасты как современная дискурсивная практика и предмет исследования / Е. М. Хакимова // Вестник ТГУ. Филология. — 2023. — № 84. — С. 72—95. — DOI: 10.17223/19986645/84/4.
13. *Шевченко А. Н.* Виды повторов в поэзии М. А. Волошина / А. Н. Шевченко, Л. Э. Аджигеряева // Форум молодых ученых. — 2017. — № 5 (9). — С. 2309—2313.
14. *Adorján M.* Lexical repetition in academic discourse. A computer-aided study of the text organizing role of repetition / M. Adorján. — Norderstedt : Grin Verlag, 2019. — 194 p.
15. *AL-Muslimawi I. A. J.* Repetition as a persuasive tool in stylistics and rhetoric / I. A. J. AL-Muslimawi // International Journal of Social Science and Human Research. — 2024. — V. 7 (9). — Pp. 7068—7074. — DOI: 10.47191/ijsshr/v7-i09-40.
16. *Cachiappo J. T.* Effects of repetition on argument processing, recall and persuasion / J. T. Cachiappo, R. Petty // Basic and Applied Social Psychology. — 1989. — V. 10 (1). — Pp. 3—12. — DOI: 10.1207/s15324834basop1001_2.
17. *Hassan A.* The effects of repetition frequency on the illusory truth effect / A. Hassan, S. J. Barber // Cognitive Research : Principles and Implications. — 2021. — V. 6 (1). — Pp. 1—12. — DOI: 10.1186/s41235-021-00301-5.

18. *Laroche M.* The recency effect : why do I remember last things first? [Electronic resource] // Psychvarsity from Nov. 27th, 2022. — Available at : <https://www.psychvarsity.com/The-Recency-Effect> (accessed 01.08.2025).

19. *Lewis J.* Repetition as a persuasive strategy [Electronic resource] / J. Lewis // Chron. — 2024. — Available at : <https://smallbusiness.chron.com/repetition-persuasive-strategy-26001.html> (accessed 28.07.2025).

20. *Qingshun H.* Implications of lexical repetition patterns for language teaching / H. Qingshun // International Journal of Linguistics. — 2014. — Vol. 6. — № 4. — Pp. 46—58. — DOI: 10.5296/ijl.v6i4.6115.

21. *Reddy S.* Modeling language usage and listener engagement in podcasts / S. Reddy, M. Lazarova, Y. Yu. R. Jones // Proceedings of the 59th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics and the 11th International Joint Conference on Natural Language Processing (Volume 1 : Long Papers). Association for Computational Linguistics. — 2021. — Pp. 632—643.

22. *Repetition* in discourses across languages and genres / K. Abdullayev, A. Mammadov, M. Mammadov, S. Huseynov // Open Linguistics. — 2024. — № 10. — Pp. 65—71. — DOI: 10.1515/opli-2024-0020.

23. *Structural* linguistic characteristics of podcasts as an emerging register of computer-mediated communication / A. Babayode, L. Bosman, N. Chan, K. Ehret, I. Fong, N. Harris, A. Hewton, D. Reid, M. Taboada, R. Wong // Proceedings of the 10th International Conference on CMC and Social Media Corpora for the Humanities. — Mannheim, Germany. — Leibniz-Institut für Deutsche Sprache Mannheim, 2023. — Pp. 3—6. — DOI: 10.14618/1z5k-pb25.

24. *We mostly remember* beginnings and endings, which is a problem [Electronic resource] // The English Farm from Aug. 15, 2020. — Available at : <https://theenglishfarm.com/blog/we-mostly-remember-beginnings-and-endings-which-problem> (accessed 01.08.2025).

Статья поступила в редакцию 11.08.2025,
одобрена после рецензирования 15.10.2025,
подготовлена к публикации 28.10.2025.

Material resources

199 ideas that I hadn't made into podcasts yet — *The Allusionist*, # 199, 30.08.2024. Available at: <https://www.theallusionist.org/allusionist/199ideas> (accessed 19.03.2025).

Academic labor is labor — *The professor is In*, 29.05.2022. Available at: <https://theprofessorisin.com/podcast/ep-319-academic-labor-is-labor/> (accessed 15.03.2025).

Academic Writing Amplified. Available at: <https://academicwomanamplified.libsyn.com/> (accessed 01.05.2025).

Burnout part 2, Academia has it bad — *The professor is In*, 7.06.2022. Ryabova <https://podcasts.apple.com/us/podcast/episode-3-25-burnout-part-ii-academia-has-it-bad/id1492657190?i=1000565580140> (accessed 15.03.2025).

Chartier, M. Top 10 academic podcasts to listen to in 2024. *Four Waves from* 19.05.2024. Ryabova <https://fourwaves.com/blog/academic-podcasts/> (accessed 17.04.2025).

Choosing to leave academia and create something new... — *Academic Writing Amplified*, 11.03.2025. Ryabova <https://podcasts.apple.com/gb/podcast/should-i-quit-academia-series-choosing-to-leave-academia/id1478044381?i=1000698700402> (accessed 18.03.2025).

Guest interview! Dr. Debbie Sorensen on battling burnout — *The Academic Imperfectionist*, # 98, 15.11.2024. Available at: <https://www.academicimperfectionist.com/podcast/98> (accessed 21.03.2025).

Guest interview! Dr. David Brax on the dangers and inequalities of ‘hope labour’ — *The Academic Imperfectionist*, # 96, 18.10.2024. Available at: <https://www.academicimperfectionist.com/podcast/96> (accessed 21.03.2025).

How to set your own due dates — *Academic Writing Amplified*, 14.01.2025. Available at: <https://podcasts.apple.com/gb/podcast/how-to-set-your-own-due-dates/id1478044381?i=1000683901080> (accessed 18.03.2025).

Overcoming perfection — *The Professor is In*, 13.06.2022. Available at: <https://the-professor-is-in.castos.com/episodes/ep-326-overcoming-perfectionism> (accessed 06.08.2025).

Pivoting to public scholarship with Dr. Becky Dawson — *Academic Writing Amplified*, 28.01.2025. Available at: <https://podcasts.apple.com/nz/podcast/pivoting-to-public-scholarship-with-dr-becky-dawson/id1478044381?i=1000686128843> (accessed 05.08.2025).

Podcasts worth a listen: academic podcasts. Available at: <https://player.fm/podcasts/Academic> (accessed 07.05.2025).

Surviving your new academic thing — *The Professor is In*, 22.04.2022. Available at: <https://podcasts.apple.com/us/podcast/ep-3-21-surviving-your-new-academic-thing/id1492657190?i=1000558401044> (accessed 15.03.2025).

The Academic Imperfectionist. Available at: <https://www.academicimperfectionist.com/podcast> (accessed 01.05.2025).

The Allusionist: a podcast about language. Available at: <https://www.theallusionist.org/> (accessed 01.05.2025).

The Professor is In. Available at: <https://theprofessorisin.com/podcast/> (accessed 01.05.2025).

Tranquillionist: Ex-Constellations — *The Allusionist*, 26.09.2024. Available at: <https://www.theallusionist.org/allusionist/ex-constellations> (accessed 06.08.2025).

When failure of inspiration strikes — *The Academic Imperfectionist*, # 97, 01.11.2024. Available at: <https://www.academicimperfectionist.com/podcast/97> (accessed 21.03.2025).

Write your New Year's story — *Academic Writing Amplified*, 7.01.2025. Available at: <https://podcasts.apple.com/gb/podcast/write-your-new-years-story/id1478044381?i=1000682986671> (accessed 18.03.2025).

References

- Abdullayev, K., Mammadov, A., Mammadov, M., Huseynov, S. (2024). Repetition in discourses across languages and genres. *Open Linguistics*, 10: 65—71. DOI: 10.1515/opli-2024-0020.
- Adorján, M. (2019). *Lexical repetition in academic discourse. A computer-aided study of the text organizing role of repetition*. Norderstedt: Grin Verlag. 194 p.
- AL-Muslimawi, I. A. J. (2024). Repetition as a persuasive tool in stylistics and rhetoric. *International Journal of Social Science and Human Research*, 7 (9): 7068—7074. DOI: 10.47191/ijsshr/v7-i09-40.
- Averina, M. A. (2015). Types of lexical repetition in poetry by E. Poe. *Actual problems of humanities and natural sciences*, 2—1: 230—233. (In Russ.).
- Babayode, A., Bosman, L., Chan, N., Ehret, K., Fong I., Harris, N., Hewton, A., Reid, D., Taboada, M., Wong, R. (2023). Structural linguistic characteristics of podcasts as an

- emerging register of computer-mediated communication. *Proceedings of the 10th International Conference on CMC and Social Media Corpora for the Humanities. Mannheim, Germany. Leibniz-Institut für Deutsche Sprache Mannheim*. 3—6. DOI: 10.14618/1z5k-pb25.
- Batalov, A. A. (2012). Repetitions as the dominant principle of text construction in A. P. Chekhov's short prose. *Bulletin of the RUDN University. Series: Linguistics*, 4: 33—39. (In Russ.).
- Cachiappo, J. T., Pettu, R. (1989). Effects of repetition on argument processing, recall and persuasion. *Basic and Applied Social Psychology*, 10 (1): 3—12. DOI: 10.1207/s15324834baspp1001_2.
- Dzyuba, E. V., Ryabova, I. Y. (2023). The category of discursive dialogicality as the realization of the genre potential of the novel. *Genres of speech*, 18 / 4 (40): 349—357. DOI: 10.18500/2311-0740-2023-18-4-40-349-357. (In Russ.).
- Guseva, E. V. (2017). Types of repetitions in Mari prose. *Finno-Ugric world*, 1: 73—77. (In Russ.).
- Hassan, A. (2021). The effects of repetition frequency on the illusory truth effect. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 6 (1): 1—12. DOI: 10.1186/s41235-021-00301-5.
- Kanyu, Ch. (2021). Functions of repetitions in the drama of A. P. Chekhov. *The world of science, culture, and education*, 3 (88): 613—615. (In Russ.).
- Khakimova, E. M. (2023). Russian-language podcasts as a modern discursive practice and subject of research. *Bulletin of TSU. Philology*, 84: 72—95. DOI: 10.17223/19986645/84/4. (In Russ.).
- Korableva, G. N., Gorelova, L. N. (2020). Tautology as a stylistic device (based on the works of M. Zoshchenko). *Bulletin of the Nizhny Novgorod Lobachevsky University*, 3: 205—209. (In Russ.).
- Laroche, M. (2022). The recency effect: why do I remember last things first? *Psychvarsity from Nov. 27th, 2022*. Available at: <https://www.psychvarsity.com/The-Recency-Effect> (accessed 01.08.2025).
- Lewis, J. (2024). Repetition as a persuasive strategy. *Chron*. Available at: <https://smallbusiness.chron.com/repetition-persuasive-strategy-26001.html> (accessed 28.07.2025).
- Malyuga, E. N. (2019). Syntactic characteristics of advertising discourse. *Bulletin of Samara University. History, pedagogy, philology*, 25 (4): 100—105. DOI: 10.18287/2542-0445-2019-25-4-100-105. (In Russ.).
- Mazikova, N. Y. (2020). Repetition in oral and written speech as a pragmatic means of actualizing the author's meanings. *Bulletin of the CSU*, 12 (446) / 122: 63—72. DOI: 10.47475/1994-2796-2020-11208. (In Russ.).
- Nikashina, N. V. (2015). Typology of repetitions in Margaret Thatcher's political speeches. *Bulletin of the RUDN University. The series "Theory of language. Semiotics. Semantics"*, 4: 202—207. (In Russ.).
- Qingshun, H. (2014). Implications of lexical repetition patterns for language teaching. *International Journal of Linguistics*, 6 (4): 46—58. DOI: 10.5296/ijl.v6i4.6115.
- Reddy, S., Lazarova, M. (2021). Modeling language usage and listener engagement in podcasts. *Proceedings of the 59th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics and the 11th International Joint Conference on Natural Language Processing (Volume 1: Long Papers)*. Association for Computational Linguistics. 632—643.



- Shevchenko, A. N. (2017). Types of repetitions in the poetry of M. A. Voloshin. *Forum of Young Scientists*, 5 (9): 2309—2313. (In Russ.).
- Strelnikova, E. S. (2005). Types and functions of repetitions in a sounding advertising text. *Notes of the Mining Institute*, 160 (1): 75—76. (In Russ.).
- Syresina, I. O., Korzova, E. N. (2023). Discursive markers of the category of addressability in English-language news media texts. *Philological Sciences. Questions of theory and practice*, 4 (16): 1209—1215. (In Russ.).
- We mostly remember beginnings and endings, which is a problem. (2020). *The English Farm from Aug. 15*. Available at: <https://theenglishfarm.com/blog/we-mostly-remember-beginnings-and-endings-which-problem> (accessed 01.08.2025).

*The article was submitted 11.08.2025;
approved after reviewing 15.10.2025;
accepted for publication 28.10.2025.*