

Интонационные особенности телевизионной речи в аспекте коммуникации оратора с аудиторией

Научный руководитель – Живихина Дарья Сергеевна

Шикайкова Анжелика Владимировна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: anzhelikashikaykova@mail.ru

Исследование посвящено изучению роли интонации в реализации аудиовизуальными СМИ коммуникации с аудиторией.

Современные представления об интонации в речи основаны на признании ее социальной обусловленности, коммуникативной и психологической сущности [2]. Пристальное внимание исследователей уделяется изучению условий и факторов функционирования интонации в телевизионной речи, ее роли в коммуникации (работы Е.А. Брызгуновой, М.Л. Каленчук, Р.Ф. Касаткиной, В.И. Аннушкина, С.К. Макаровой и др.). Одной из ключевых тем является изучение взаимосвязи интонационных особенностей речи и ее восприятия адресатом [6].

Актуальность исследования обусловлена тем, что в настоящее время возросло внимание к формам подачи аудиовизуальной информации в СМИ, которые реализуются в частности с помощью вариативных просодических параметров речи телеведущих [4]. Существует профессиональный стандарт речи дикторов телевидения [5]. Ряд исследователей отмечают тенденцию появления в СМИ интонационных новаций, основанных на заимствовании стратегий и тактик интонирования англоязычного новостного дискурса [3].

Особый интерес представляет **междисциплинарность** исследования. Затронут как социологический, так и лингвистический аспект темы. Исследование охватывает широкую область знания: проблема восприятия аудиторией телевизионной речи с разными просодическими параметрами рассматривается и изучается во всей ее полноте. В работе используются научные труды следующих кафедр факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова: кафедры социологии массовых коммуникаций, кафедры медиалингвистики, кафедры стилистики русского языка, кафедры новых медиа и теории коммуникации, кафедры телевидения и радиовещания.

Целью исследования является изучение восприятия аудиторией вариантов интонирования, а также выявление закономерности между подбором просодических параметров речи телеведущего и полнотой усвоения информации ее потребителем.

Научная новизна работы обусловлена актуальностью темы исследования и необходимостью изучения коммуникативных возможностей интонации в речи телеведущих новостных и информационных программ. А также недостаточной изученностью темы в контексте междисциплинарного анализа.

1. Выявлен коммуникативный потенциал интонации в информационных и новостных программах.

2. Обоснована взаимосвязь свойств интонирования оратора и специфики (полноты/неполноты) восприятия и усвоения информации аудиторией.

3. Выявлена эффективная стратегия подачи информации с точки зрения интонирования на основе статистических данных, полученных в ходе социологического опроса и эксперимента.

Материалом исследования являются выпуски новостных и информационных телевизионных программ. В процессе работы были опрошены респонденты нескольких возрастных категорий. Им было предложено просмотреть и прослушать видео, отражающие

два наиболее ярких типа интонирования, находящихся в оппозиции по отношению один к другому: «спокойное», ровное интонирование с выделением главных по смыслу слов и «агрессивное», интенсивное интонирование, для которого характерны широкий диапазон голоса и обильное акцентирование слов. Более детальное описание проведенного эксперимента и его результатов изложено в тексте данного исследования, с которым можно будет ознакомиться при дальнейшем его рассмотрении.

Основными **теоретическими** предпосылками исследования являются представления об интонации как о средстве коммуникации оратора и аудитории [1].

В ходе исследования были обнаружены вопросы, сопутствующие изложенной в данной работе проблеме, которые требуют более глубокого рассмотрения и дальнейшего изучения. Среди них - взаимосвязь возрастной категории респондента и особенностей восприятия телевизионной интонации; взаимосвязь психотипа, темперамента респондента и выбора предпочтительной для него формы интонационного оформления информационного контента. Данная работа может послужить основой для дальнейшего расширения темы и детального изучения сопутствующих проблем.

Научный интерес обусловлен также практической значимостью работы. Результаты исследования могут быть использованы производителями информационного телевизионного контента для установления более эффективной коммуникации с целевой аудиторией. Понимание особенностей восприятия ею вариантов речевого интонирования способно помочь производителю выбрать наиболее подходящие просодические параметры речи телеведущего информационной программы.

Источники и литература

- 1) Аннушкин В.И. Техника речи: Учебное пособие. М., 2011.
- 2) Брызгунова Е.А. Эмоционально-стилистические различия русской звучащей речи. М.: Изд-во МГУ, 1984.
- 3) Демина М.А. Английские стратегии в речи русских дикторов новостных программ. М., 2017.
- 4) Каленчук М.Л., Касаткина Р.Ф. Звучащая речь в средствах массовой информации // Язык массовой и межличностной коммуникации. М., 2007.
- 5) Макарова С.К. Техника речи: Учебное пособие для дикторов телевидения и радиовещания. М., 1995.
- 6) Первезенцева О.А. Просодическая интерференция и интонационный аспект в процессе продуцирования и восприятия речи // Фонетика сегодня. Мат-лы V межд. науч. конф. М.: Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова, 2007.