

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра русского языка, речевой коммуникации
и русского как иностранного

Особенности речи участников радиointервью

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 431 группы
направления 42.03.02 – «Журналистика»
Института филологии и журналистики

Михайленко Дианы Андреевны

Научный руководитель
профессор, д.ф.н., доцент

М.А. Кормилицына

подпись, дата

Зав. кафедрой д.ф.н., доцент

А. Н. Байкулова

подпись, дата

Саратов 2021 год

Введение

Актуальность нашего исследования обусловлена глобальными изменениями в речи участников жанра радиointервью. Радиодискурс давно изучается, но научных работ исследующих тему жанра радиointервью недостаточно.

Жанр интервью является одним из самых актуальных. Но многие исследователи занимаются в основном изучением телеинтервью или интервью в печатных СМИ и не уделяют должного внимания радиointервью.

Особенность радиointервью заключается в том, что журналист чаще всего записывает материал, который переходит сразу в эфир, без возможности редактирования речи. Это постоянный поток речи, на обдумывание которого есть считанные секунды. Если же запись интервью происходит заранее, то журналист может смонтировать её, убрать ненужное, но изменить сам процесс беседы не может. Независимо от прямого включения эфира или его предварительной записи, речь журналиста должна быть нормированной, поскольку транслируется на широкую аудиторию.

СМИ являются жизненно важным средством коммуникации в современном мире. Одним из участников радиointервью всегда является слушатель, на которого и направлен весь поток информации. Употребляемые слова или выражения должны соответствовать уровню его знаний. Средства массовой информации обязаны поддерживать разнообразие речи и сохранять кодифицированные нормы.

Цель исследования – проанализировать речь коммуникантов в жанре радиointервью с точки зрения культуры речи и соблюдения речевых норм.

В связи с поставленной целью в работе решаются следующие **задачи**:

1. Изучить научную литературу посвящённую радиоречи об особенностях речи в интервью

2. Выявить орфоэпические и лексические ошибки в речи участников жанра радиointервью
3. Выявить причины возникновения речевых ошибок
4. Продемонстрировать на примере радиointервью соблюдение культурно-речевых норм

Объектом является радиопередача «Морозова хочет знать» на радиостанции «Европа плюс». **Предмет** - разные типы ошибок, которые допускают участники жанра радиointервью, в особенности радиоведущий.

Методы исследования, используемые в работе: описательный метод: наблюдение и обобщение, классификация, стилистический анализ, контекстуальный анализ. Стилистический анализ используется так как он необходим в реализации цели и намерений. Эффективность контекстуального анализа объясняется тем, что он позволяет учитывать эмоциональное состояние говорящего.

Материал исследования - выпуски радиопередачи «Морозова хочет знать» транслируемой на радиостанции «Европа Плюс». Всего прослушано около 20 часов радиийного эфира, в результате зафиксировано более 200 контекстов, отражающих особенности культуры речи участников радиointервью.

Структура ВКР: выпускная квалификационная работа состоит из введения, первой главы «Теоретическая база изучения радиоречи», второй главы «Анализ речевых ошибок участников жанра радиointервью на материале радиопередачи «Морозова хочет знать»», заключения и списка используемых источников.

Основное содержание работы

Интервью исторически возникло и развилось прежде всего в печатной прессе, постоянно меняя свою форму. Затем уже этот опыт переняли возникшие

в XX в. радио и телевидение. В последнее время интервью стало одним из самых популярных жанров в медиа пространстве.

Беседа журналиста с актёром, певцом или учёным, которая может транслироваться по радио, телевидению или будет напечатана в газете, является интервью¹. Жанр интервью диалогичен по своей природе. Ю.В. Ключев отмечает, что диалогичность интервью объясняется тем, что беседа всегда обращена к аудитории. Это коммуникативный акт между интервьюируемым, журналистом и слушателем².

Соблюдение лексических и орфоэпических норм необходимо в радиоэфире, поскольку информация может быть искажена и неправильно донесена до адресата. Для устной речи, которая не подготовлена заранее, характерно явление спонтанности. Сама спонтанность провоцирует речевую небрежность: эканье, паузы, звуки неполного образования, продление гласных в конце фразы. Когда говорящий формулирует предложение, подбирает подходящее слово или выражение, он неосознанно стремится заполнить время нечленораздельными звуками.

Гость: *Импровизация — это жанр / да / эм-м / и-и-и это / ну как сказать/ импровизация она же бывает разная в музыке / в танцах и-и-и эм-м в юморе в том числе //*

Гость: *Мне / для **меня это** / мне это ну / мне это не очень нравится //*

Гость: ***Но-о-о** / один раз я заметил / что что-то такое двигается / когда бывает очень много концертов подряд //*

Гость: *Телек он даёт тебе **ощу... ощущение** что ты не совсем превратился в матерщинника //*

Гость: *Надо всегда стараться быть **быстр... лучше** / чем ты сегодня//*

¹ Толковый словарь русского языка / Под редакцией Д.В. Дмитриева. - М.: Астрель, АСТ, 2003. - 592 с.

² Ключев Ю. В. Радиожурналистика: основы профессии: учебное пособие / Ю. В. Ключев. - СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций, 2015. - 151 с.

Гость: *А что тогда из **твое...** из того / что ты делаешь сегодня уже устарело немножко?*

Журналист в таком случае должен быть оперативным, успеть переформулировать вопрос, уточнить информацию и быть готовым к импровизации. Интервью в прямом эфире представляет собой довольно трудоёмкую работу журналиста, поскольку перезаписать выпуск не удастся.

Радиопередача «Морозова хочет знать» развлекательная и имеет молодую целевую аудиторию, поэтому интервьюер и интервьюируемые часто используют сленг в своей речи. Активное пользование сниженной лексикой реализуется с целью показать принадлежность к какой-либо социальной группе, а также и для большей экспрессивности. Обычно слова заимствуются из профессионального жаргона и становятся актуальными для каждого человека. При этом сленговые выражения активно используются в разговорной речи. Сленг можно назвать более экспрессивной формой выражения своих мыслей и неким способом показаться модным и современным.

Гость: *Ну ладно / **сорян чувак** //*

Гость: *У меня была только **дичь** в гардеробе //*

Интервьюер: *Ну **ржёт** и **ржёт** человек //*

Интервьюер: *Как вы **задрали** / я всегда на слух это путаю//*

Повторы слов также вызваны спонтанностью устной речи. Происходит это из-за того, что говорящий выбирает способ формирования своих языковых средств в процессе коммуникации ³. Говорящему трудно сразу правильно построить желаемое предложение, поскольку в момент говорения он пытается подобрать наиболее подходящие слова. Это может быть вызвано волнением, уровнем культуры говорящего или речевыми особенностями.

³ Горшунова, Т. И. (2009). Причины и формы проявления повтора в спонтанной речи. Мир науки, культуры, образования, (5), 32-35.

Гость: Ну **вот** смотрите / ну **вот** такой **вот** / так / **вот** такие **вот** условия / такое у меня было детство / поэтому я сейчас там бомж и алкоголик //

Гость: Ну в моём случае это был плюс понимаешь / если бы у меня **там** ходили девочки / и за **там** /и не менялись за **там** три месяца тренировок никаких успехов не делали //

Главное на радио – это умение регулировать речь и понимать последствия речевых ошибок. Участники радиointервью должны быть готовы к беседе в прямом эфире. Успешность интервью зависит от способности журналиста разговорить собеседника, умения вовлечь его в разговор и правильно донести смысл вопроса. Интервьюер исследует элементы истории с помощью вопроса. Последовательность вопросов определяет последовательность рассказа, поэтому важно заранее продумать ход беседы.

Интервьюер подготавливает вопросы, изучая личность интервьюируемого, но в ходе диалога всегда возникает новая информация и это порождает различные виды вопросов. Порой нужно уточнить информацию, развить тему, переформулировать вопрос, опровергнуть или подтвердить предположение интервьюера. Вид вопроса стоит выбирать исходя из цели (желаемого ответа).

Всего в работе представлено 95 вопросов, 21 из которых относятся к собственно нейтральным, 27 вопросов относятся к несобственно-нейтральным и 47 вопросов относятся к презумптивной группе.

В работе выделяются три группы вопросов, это: **Собственно-нейтральные вопросы** задаются с целью узнать что-то неизвестное. Собственно-нейтральные вопросы задаются с целью узнать что-то неизвестное. Зачастую такой вид вопросов заранее подготовлен. Журналист начинает с утверждения или предположения существования какой-то проблемы и

спрашивает мнение интервьюируемого, как в первом примере. Или начинает вопрос с цитирования гостя, такой вопрос начинается с «ты сказал, что».

Интервьюер: *У тебя много наград в вокальных конкурсах / естественно / за твою жизнь / какая самая ценная для тебя?*

Интервьюер: *Мы знаем, как тщательно ты выбираешь для себя роли / что тебя заинтересовало в этом проекте? Почему этот фильм?*

Интервьюер: *И тем не менее / люди продолжают тебе писать / что твой / твои видосы намного страшнее чем фильм «Оно 2» в частности / а ты сам смотрел «Оно» или «Оно 2»?*

Несобственно-вопросительные вопросы имеют функцию побуждения, утверждения, восклицания и не требуют ответа ⁴. Это риторический вопрос, встречный вопрос, вопрос-удивление, вопрос-сомнение, вопрос-упрёк. Риторический вопрос не требует ответа и показывает мнение интервьюера. Встречный вопрос задаётся тогда, когда собеседник уходит от ответа или не понял его. Вопрос-удивление, вопрос-мнение и вопрос-упрёк имеют эмоциональную окраску.

Интервьюер: *Как заставлять? Ещё хуже будет //*

Интервьюер: *Для тех / кто не в курсе что такое прожарка // Это молодые до сих пор / да? стендап комики //*

Интервьюер: *Ну то есть причина / почему ты завидуешь / да?*

Интервьюер: *Даже так?*

К **презюмтивной** группе относятся те вопросы, целью которых является проверить правильность своего предположения, уточнить информацию ⁵. Это уточняющий, повторный, удостоверительный, подтвердительный, предположительный, переспрос и дополнительный вопрос.

⁴ Борисова Н.М. Особенности вопросительных предложений в интервью-диалоге // Вестник СВФУ. – 2015. – №5. – С. 60-73

⁵ Там же

Интервьюер: *Потом / даже в Лондоне не подписала контракт/ это правда?*

Интервьюер: *Правда ли что / твой дедушка таджикский писатель / в его честь названа улица и установлен монумент?*

Интервьюер: *Правда ли / ну я подозреваю / что да / прабабушка была одной из первых женщин в Азии / которая сняла паранджу и заявила / что будет работать?*

Интервьюер: *А там какая-то манера другая? Ты можешь как-то показать разницу на любой своей песне?*

Презумптивная группа вопросов оказалась наиболее востребованной. Это связано с тем, что радиоведущий заранее готовится к эфиру и изучает приглашённого гостя. Уточняющие, повторные удостоверительные, подтвердительные, предположительные, переспросы и дополнительные вопросы помогают интервьюеру контролировать ход интервью.

При анализе речи необходимо учитывать интонацию говорящего, поскольку она влияет на смысл высказывания. Интонация — это повышение и понижение голоса во время разговора. Она влияет на смысл высказывания, и поэтому её важно учитывать в анализе речи. Без интонации невозможно понять эмоциональное состояние говорящего. Изменение высоты тона, повышение или понижение тона, или их комбинация, происходит на том слове, которое говорящий хочет выделить. Интонация зависит от смысла или чувства, которое мы хотим передать (удивление, гнев, интерес, скука, благодарность). Такие эмоции как счастье, возбуждение, испуг и раздражение, обычно имеют нарастающую интонацию.

Гость: *На самом деле мы прям **очень** давно этим занимаемся / прям очень давно //*

Гость: *Последние / я даже не побоюсь сказать / **десять** лет / происходит революция //*

Интервьюер: ***Обожаю** селёдку под шубой / обожаю борщ //*

В интервью также всегда присутствует фатическая речь, простое общение, которое не несёт в себе никакого информационного смысла, но влияет на настроение интервьюируемого. В анализируемой мною радиопередаче «Морозова хочет знать» информация реализуется через интервью с приглашённым гостем. Непринуждённый контакт с аудиторией поддерживается активным использованием диалогических форм речи, обращений и другими средствами фатической речи. Для успешного интервью необходимо установить психологический контакт между интервьюером и интервьюируемым. Располагающая беседа поможет снять напряжение и выстроить доверительный диалог.

Гость: *Привет / очень приятно / что снова здесь //*

Интервьюер: *Это очень хорошо / значит у тебя есть работа // Когда будем прощаться / я тебе пожелаю отпуска длинного / а у вас отпуск небось две недели//*

Интервьюер: *О / мы бы удивили / если бы наш детский конструктор / вспомни который у нас был / вот по его мотивам сняли бы мультик //*

Когда интервьюируемый размышляет над ответом или волнуется, он чаще всего прибегает к продлению гласных и повторам слов. Журналист в таком случае должен быть оперативным, успеть переформулировать вопрос, уточнить информацию и быть готовым к импровизации. Интервью в прямом эфире представляет собой довольно трудоёмкую работу журналиста, поскольку перезаписать выпуск не удастся.

Интервью, в отличие от всех других журналистских жанров, служит для того, чтобы продемонстрировать мнение интервьюируемого, а не самого

журналиста. Контроль над интервью полностью находится в руках интервьюера. Интервью считается успешным, если интервьюер способен реализовать цель интервью простым и эффективным способом.

Для эффективного интервью в журналистике исследуется формат выбранного жанра, анализируются характеристики интервью как жанра, описываются типы интервью с точки зрения коммуникативного намерения и коммуникативной стратегии, формы, количества участников, правила проведения интервью и постановка вопросов.

Необходимо прежде всего желание самого работника эфира быть профессионалом своего дела. Одним из факторов профессионализма ведущего является умелое владение языком. Каждый ведущий, журналист пытается работать как можно лучше, во всем иметь собственный почерк. Это касается и речи. С целью владения своим неповторимым стилем речи нужно заниматься самообразованием.

Речь радиоведущих зачастую эмоционально окрашена, для того чтобы расположить к себе собеседника. В интервью всегда присутствует фатическая речь, простое общение, которое не несёт в себе никакого информационного смысла, но влияет на настроение интервьюируемого.

Главная задача участников публичного диалога или интервью – это грамотно излагать информацию, обращаться к словарям и не забывать про речевую этику. Поскольку радиостанция имеет молодую целевую аудиторию и носит развлекательный характер, нарушение кодифицированных норм характерное явление для такого жанра.

Заключение

Разговор — это динамическая передача информации. Несмотря на более высокий уровень непосредственности и более низкий уровень запоминания произнесённого слова, у говорящего больше возможностей психологически вовлечь аудиторию и использовать сложные формы невербальной

коммуникации. Точность устной речи достигается только при хорошей подготовке и компетентности журналиста и умении выделять главную мысль. После произнесения слово нельзя отредактировать, хотя можно извиниться за ошибку и импровизировать с разъяснением или уточнением. Можно читать письменный текст и достигать той же степени вербальной точности, что и в письменном общении. Но дословное чтение текста не является речью, и в большинстве случаев аудитория находит чтение речи скучной и запоминает очень мало передаваемой информации.

В устном общении используются слова с меньшим количеством слогов, чем в письменном, предложения короче, а личные местоимения, такие, как «я», являются обычным явлением. Устное общение также допускает неполные предложения, если они произнесены правильно.

Речь не должна быть перегружена сложными предложениями, терминами и аббревиатурами. Только небольшое количество слушателей обладают необходимым уровнем образованности или имеют опыт работы с трудными или сложными аргументами, и радиоведущим не следует ожидать, что они смогут это сделать. Необходимо осознавать компромисс между полнотой и пониманием. Попытка вложить в речь слишком много, вероятно, является самой частой ошибкой, которую допускают радиоведущие.

Потерять доверие слушателей — это серьёзное профессиональное испытание для ведущего, которое выдерживают не все. В радиожурналистике оказывается важным не только то, что говорится, но и обязательно то, как говорится. В определённом смысле это является спецификой радиожурналистики. Неправильно понятые высказывания, произношение, могут исказить смысл и иметь непредвиденные последствия. К тому же, любые нарушения техники устной речи мгновенно сказываются на культуре речи журналиста и обоснованно вызывают недоверие как к нему самому, так и к результатам его профессиональной деятельности.