

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 070

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-2-405-415>

Шифр научной специальности 5.9.9

## Эмоциональная природа интонационного взаимодействия с аудиторией на радиовещании

Виктор Владимирович БАРАБАШ , Максим Вячеславович ДЕСЮК 

ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы»

117198, Российская Федерация, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

✉ [barabash-vv@rudn.ru](mailto:barabash-vv@rudn.ru)

**Аннотация:** Целью исследования является обоснование глубинной значимости архетипических интонационных возможностей в контексте воздействия на чувства массовой радиальной аудитории и формирования общего эмоционального состояния в процессе освоения транслируемой информации. Рассмотрена роль интонирования на фоне развития теории эмоционального интеллекта, теории креативных индустрий и компьютерно-сетевых технологий. Выявлена значимость музыкальной природы интонирования с точки зрения реализации функций информирования и воздействия в устноречевой радиовещательной медиакоммуникации. Научная новизна исследования заключается в новом подходе к осмыслению интонации как речемзыкального средства воздействия на эмоционально ориентированное восприятие информации массовой аудиторией радиослушателей. Доказано значение интонирования устных информационных новостных текстов с точки зрения их эффективности в массмедийной радиовещательной коммуникации.

**Ключевые слова:** интонация, эмоция, радиовещание, массмедиа, информация, восприятие

**Для цитирования:** Барабаш В.В., Десюк М.В. Эмоциональная природа интонационного взаимодействия с аудиторией на радиовещании // Неофилология. 2023. Т. 9. № 2. С. 405-415. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-2-405-415>




Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



## The emotional nature of intonational interaction with the audience on radio broadcasting

Victor V. BARABASH , Maksim V. DESYUK 

Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba  
6 Miklukho-Maklaya St., Moscow, 117198, Russian Federation

 [barabash-vv@rudn.ru](mailto:barabash-vv@rudn.ru)

**Abstract.** The purpose of the study is to substantiate the deep significance of archetypal intonation possibilities in the context of influencing the feelings of a mass radio audience and the formation of a general emotional state in the process of mastering the broadcast information. We consider the role of intonation against the background of the development of emotional intelligence theory, theory of creative industries and computer network technologies. We reveal the significance of the musical nature of intonation from the point of view of the implementation of the functions of informing and influencing in oral speech broadcasting media communication. The scientific novelty of the study lies in a new approach to understanding intonation as a speech-musical means of influencing the emotionally oriented perception of information by the mass audience of radio listeners. The importance of intonation of oral informational news texts is proved from the point of view of their effectiveness in mass media broadcasting communication.

**Keywords:** intonation, emotion, broadcasting, mass media, information, perception

**For citation:** Barabash, V.V., & Desyuk, M.V. The emotional nature of intonational interaction with the audience on radio broadcasting. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(2):405-415. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-2-405-415>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



### ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что интонация, будучи важнейшим инструментом смыслопорождения, имеет первоочередное значение для осмысления актуальных процессов медиакоммуникации. Интонация является архетипическим и самым древним невербальным средством коммуникации, с помощью которого первобытные люди могли выразить чувства и сообщить о чём-либо без слов. С тех давних пор интонирование стало важнейшим и действенным средством коммуникационного взаимодействия и воздействия. Интонация является предметом научного изучения в нескольких областях знаний, но более всего подробно – в музыковедении и языкознании. Более широко значение интонации признаётся во всех аспектах речевой деятельности в

связи с её ключевой ролью в коммуникативных процессах.

Для выявления существенных архетипических основ интонации необходимо не только рассмотреть музыкально обусловленную эмоциональную выразительность интонирования, но и выявить его потенциал в качестве инструмента развития эмоционального интеллекта, а также оценить роль интонации в осуществлении современного радиовещания.

Исследование потребовало применения таких методов, как описательный анализ актуальной научной литературы, фоносемантический, фоностилистический анализ, а также компаративный анализ и метод лингвистического описания. Системно-сопоставительный подход обеспечивает междисциплинарный характер исследования.

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Архетипические свойства интонации опираются на музыкальную природу интонирования устных текстов на радиовещании с точки зрения их эффективности в массовой коммуникации. Интонационное выражение эмоций является речемзыкальным средством воздействия на массовую аудиторию радиослушателей. Опыт выразительного речевого высказывания – это эмоционально-осмысленная воздействующая речь, служащая развитию общения и вербальной экспрессии. Интонации помогают донести смыслы и изменить восприятие транслируемой информации. Интонирование является важнейшим и действенным средством коммуникационного взаимодействия и воздействия. Природа интонирования в аспекте массовых коммуникаций раскрывается в особых поликодовых вибрациях информационного поля в радиоэфире, которые влияют на звуковой образ информации и расширяют функции интонации как невербального средства коммуникации в текстах информационного радиовещания.

## ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ

Теоретической базой исследования послужили труды отечественных учёных в области языкознания, медиакоммуникаций и музыковедения (Е.А. Брызгунова, С.С. Хромов, С.В. Асламова, В.В. Барабаш, А.А. Шерель, В.В. Медушевский и др.).

Безусловно, в основе любой медиакоммуникации лежит задача информирования. Так, Е.А. Войтик определяет медиакоммуникации как «взаимодействие информационного характера между любыми субъектами социума, основанное на производстве, передаче и потреблении массовой информации» [1, с. 28]. Передача и потребление информации может происходить по-разному, в том числе аудиально, и основным каналом подобной коммуникации является радиовещание. Несмотря на стремительную визуализацию медиакоммуникации, у аудиоформата имеются известные особые преимущества, которые позволяют радио занять свою уни-

кальную нишу. С.В. Асламова подчёркивает, что традиционное радиовещание в России по-прежнему развивается, сохраняет свою популярность [2]. Развитие интернет-вещания также не убило радио, а наоборот, даже породило новые возможности: подкасты и такой особый формат социальных сетей – Clubhouse. Оформилось в самостоятельный большой и разнообразный по контенту сегмент и такое направление, как информационно-музыкальное радиовещание, в котором блоки музыкальных композиций чередуются с короткими подборками новостных информационных сообщений. Обилие музыкальных FM-радиостанций подтверждает разнообразие музыкальных форматов, с помощью которых можно выстроить наиболее точечное рекламное воздействие на аудиторию.

Музыка в радиовещании всегда служила важнейшим средством выразительности и существовала на радио в различных форматах, от прямых трансляций концертов и музыкальных спектаклей до музыкального оформления самых разных радиопередач. Сила воздействия музыки на массовую аудиторию кроется в её уникальной сущности как информационно-коммуникационного инструмента.

Специфику музыкального интонирования изучал известный музыковед Б.В. Асафьев. Его теория интонации позволила по-новому взглянуть на музыкальную эстетику: «В самом звучании слова отражается интонационный смысл смысла... Музыка не выдумывается, а плавится из реальности» [3, с. 174]. По своей интонационной природе музыка соответствует человеческой интонации, что и придаёт музыке особую воздействующую силу. Музыка близка и понятна каждому человеку потому, что её интонационная мелодика является схожей с интонациями речи человека.

Речь и музыку можно рассматривать как две формы мышления и коммуникации носителей информации, имеющих общую интонационную природу. «Речевая и музыкальная интонации являются носителями образно-смысловой информации: они способны... участвовать в формировании смысловой нагрузки и психоэмоционального состояния...»

[4]. Функции музыкальной интонации весьма близки к функциям, выполняемым речевой интонацией. И музыка, и речь обеспечивают коммуникацию, выполняя тем самым коммуникативную функцию. «Интонация – это нормативная единица коммуникации, которая... может являться оценкой коммуникативной эффективности, а также средством ее воплощения» [5]. Неслучайно К.Л. Пайк отмечает, что «реакция слушающего на оттенки значений, передаваемые интонацией, бесспорно сильнее, чем реакция на значения, передаваемые лексическими способами» [6]. Продолжая эту мысль, Дж.Д. О'Коннор и Г.Ф. Арнольд уточняют, что информация, передаваемая интонационно, помогает избежать большого количества неточностей и двусмысленностей [7]. И в музыке, и в речи интонация выделяет для слушающего наиболее важные, по мнению говорящего, компоненты музыкального или речевого высказывания. И музыкальная, и речевая интонации помогают правильно интерпретировать смыслы сообщения, реализуя эмоционально-модальную функцию.

Музыкальность – это «специфическое атрибутивное свойство человека» [8], которое обеспечивает передачу смыслов в речевых интонационных конструкциях. В то же время феномен интонирования можно рассматривать как «природную способность субъекта, шире – специализированный род звуковой деятельности, переводящий музыку из состояния потенциального в состояние реального бытия» [9].

В речи интонация выражает отношение говорящего к высказыванию, его эмоции, а также дополнительные оттенки значения, выделяет информационный центр высказывания, маркирует новую, наиболее важную информацию. «Интонация наиболее тесно, непосредственно соотносится с планом содержания, то есть манифестирует различные языковые значения» [10].

И музыка, и речь имеют определённую фразировку. Фразовая интонация расчленяет музыкальный или речевой поток на фрагменты, логически связанные по смыслу. Музыкальные или речевые отрезки могут быть оформлены различно, например нисходящим

или восходящим тоном, относительно быстрым или замедленным темпом, малой или большой интенсивностью. Подобная фразировка организует информацию в наиболее выигрышном для реализации коммуникативных задач.

Особую роль в музыкальных и речевых потоках играет паузирование, то есть расстановка и реализация различных по длительности пауз. Основная функция паузы – смысловое членение музыкального или словесного высказывания. Пауза, по мнению Р.К. Потаповой, «обладает высокой степенью устойчивости» [11, с. 65].

Одна из наиболее полных классификаций русских интонационных единиц принадлежит Е.А. Брызгуновой, основы которой изложены в работе «Практическая фонетика и интонация русского языка» [12; 13]. Семь типов интонационных конструкций, выделяемые Е.А. Брызгуновой, – сообщение (ИК-1), специальный вопрос (ИК-2), общий вопрос (ИК-3), неполный вопрос с противопоставлением (ИК-4), степень проявления признака и состояния (ИК-5, ИК-6, ИК-7) – присутствуют и в музыкальном языке, так же обладая смысловыми значениями. По мнению В.В. Медушевского, музыкальная интонация способна выражать не только эмоции, но и мысли, информацию. «Фактически музыка обладает мощным потенциалом побуждения мысли, средством воспитания. Музыка может пробудить энергию познания даже в самых инертных людях» [14, с. 119]. Можно сказать, что музыкальные интонации становятся системой воздействующих стимулов, формирующих эмоциональный контекст для соответствующего восприятия информации, которая содержится в речевых высказываниях, звучащих в комплексе с музыкальными. Обращаясь к эмоциональному опыту человека, интонация, обладающая музыкальностью, заставляет коммуникантов воспринимать информацию на фоне эмоциональных переживаний, что удваивает эффективность получаемых сведений и существенно упрочняет контекстуальную тональность их восприятия. «Музыка выявляет способность сознания осваивать информацию через сочетание чувств-

венного, интеллектуального и интонационно-физиологического уровней [15, с. 114].

«Интонация и тембр голоса всегда вызывают у зрителя определённую эмоциональную реакцию» [16]. Неслучайно В.П. Морозов вводит понятие «эмоциональный слух», означающее наличие эмоциональной отзывчивости, способность тонко чувствовать эмоциональные интонации [17]. Качества, необходимые для развития эмоционального интеллекта как необходимого условия эффективной работы в любой области. Понятие эмоционального интеллекта обстоятельно формулируют Дэниел Гоулман, Давид Карузо и Питер Сэловей. По их мнению, эмоции являются неотъемлемой частью мыслительного процесса, они помогают и получению информации, и формированию адекватной реактивности в процессе общения. Д. Карузо и П. Сэловей обращают внимание на то, что «несмотря на важность эмоций, им уделяется мало внимания в нашем обязательном образовании, и мы, к сожалению, ведём себя неадекватно, когда сталкиваемся с необходимостью понять или проявить эмоции» [18, с. 34]. Сформированный эмоциональный интеллект, подчёркивает Д. Гоулман, – означает наличие таких устойчивых навыков, как «самоосознание, распознавание, выражение и управление эмоциями, контроль побуждения и отсрочку удовольствия, избавление от стресса и тревожности» [19, с. 255]. Так, музыкальная радиожурналистика может стать эффективным инструментом формирования эмоционального интеллекта у радиоаудитории.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Радиовещание является активным участником современных массовых информационных и коммуникационных процессов. Современное развитие радиовещания, как и других СМИ, движется в контексте расширения способов и средств обеспечения коммуникативности. Деятельность радиоканалов в целом, несомненно, коррелирует с ключевыми особенностями массовой коммуникации в целом. Социальная значимость радиойной информации определяется высокой мотивированностью, регулярностью, возможностью

выбора коммуникативных средств для обеспечения вариативности, нормативностью, многоканальностью и массовостью анонимной и рассредоточенной аудитории, которая требует продуманной и подготовленной ценностной ориентации. Радиовещание, несмотря на снижение его популярности, занимает свою особую нишу, выполняет специфические функции и остаётся популярным у большей части массовой аудитории. Стремление услышать живой голос, его звучание усугубляется процессами роботизации окружающей жизни, в которой натуральное вновь становится важнейшей человеческой ценностью. В то же время наряду с другими СМИ радиовещание становится более коммуникативным, мобильным и востребованным.

Радиовещание удобно для слушателя и своей «компактностью», вседоступностью, поскольку человек может получать информацию, не отрываясь от своих дел, находясь в любом месте, и это также доступно на любых современных гаджетах. Радио ориентировано на слуховое восприятие информации, поэтому слушатель может сам воссоздавать образы и дорисовывать картинку в своём воображении. Получение вербализованной информации, во-первых, даёт возможность получателю проявить свои творческие способности при её восприятии. Творческое осмысление информационных потоков благоприятно сказывается на самооценке слушателя. Во-вторых, аудиальный формат возлагает на журналиста дополнительную ответственность за правильную подачу информации. Человек не всегда может позволить себе купить журнал или газету, а для прослушивания радио не нужны специальные затраты – передача информации может происходить благодаря инновационным технологиям, интегрированным в гаджеты, радиоприемники и другие мобильные средства. Распространённость радиовещания по всему миру является важным фактором популяризации СМИ.

За последние десятилетия благодаря новейшим разработкам и достижениям в сфере коммуникационных технологий в нашем мире происходят важные сущностные изменения. Радиовещание также подвергается воздействию цифровых технологий, радиокана-

лы открывают в Интернете свои сайты, сетевые версии, аккаунты в социальных сетях, видеохостингах и мессенджерах. Новое, цифровое, радиовещание также получило свою прописку в Интернете и стало активно развиваться. В рамках специфики новых медиа радиовещание ещё не находит полного применения всех новых возможностей, хотя последние тенденции показывают сохраняющуюся потребность в конвергентном сочетании цифровых предложений и традиционного формата радиозэфира. Но именно радиовещательная специфика не позволяет ему широко воспользоваться новыми технологическими возможностями, помимо некоторых общепринятых технологий, обеспечивающих интерактивность и возможность цифрового текстового архива. Главная ценность радиовещания – тёплый, живой человеческий голос – сохраняет аутентичность. Радиовещание по-прежнему рассчитано на широкую аудиторию, основным целевым сегментом которой является та довольно внушительная её часть, психофизика которой определяет первоочерёдность качественного восприятия информации на слух.

Актуальность изучения смыслового интонирования сегодня очевидна. При аудировании понимание информации, заложенной в тексте, усложняется её восприятием на слух. При этом интонация приобретает первостепенное значение. Проблема заключается в том, что сегодня теряется понимание того, что заложено в основе интонации, какова её природа, поэтому часто интонирование оказывается неадекватным и серьёзно затрудняет восприятие информации. Необходимо найти истоки и основания наиболее верного и эффективного интонирования, от которого зависит коммерческий успех устно реализуемых текстов в массовой коммуникации, в журналистике.

Значение интонирования крайне важно во всех разновидностях аудиальной журналистики. Интонация несёт в себе много невербальной информации, не только дополняя, но и обогащая вербализованные смыслы. Учитывая музыкальную природу интонирования, следует признать, что аудитория, воспринимая музыкально организованную ин-

тонацию, имеет больше оснований для более эффективного восприятия важной информации. Отправители информации с помощью музыкального интонирования имеют возможность дополнительного воздействия, что повышает бизнес-ценность данного способа массовой коммуникации и делает его инструментом креативных индустрий. Информация, выраженная с помощью музыкально организованной интонации, может реализовать все функции более эффективно за счёт её музыкализации.

Музыкальное радиовещание как специфическая ниша, в которой воспроизведение музыкальных композиций чередуется с рекламно-информационными блоками, имеет особый потенциал с точки зрения теории креативных индустрий в связи с активным участием в формировании эмоционального интеллекта массовой аудитории. Так, воспитание эмоций и эмоционального интеллекта оказывается существенным условием для восприятия аудиторией рекламно-коммерческого продукта в аудиоформате. И главным участником в этих процессах становится интонация, опирающаяся на музыкальное основание. В совокупности со звучащей музыкой весь контент музыкального радиовещания обладает целым рядом преимуществ в качестве инструмента воздействия на массовую аудиторию. Одновременно данный контент является коммерчески значимой продукцией, производимой в рамках функционирования музыкального радиовещания как креативной индустрии.

В теории массовой коммуникации устноречевая массовая коммуникация аудиального формата оказалась в тени мультимедийных аудиовизуальных коммуникаций. Но живой звук человеческого голоса становится сегодня уникальным и априори, по его архетипическим характеристикам, высокоэффективным инструментом влияния, коммерчески успешным способом производства информационного продукта в медиаиндустрии. Следовательно, возникает потребность в восполнении теоретического пробела относительно музыкализации интонирования и смыслопорождающего взаимодействия музыкально интонированных устных информационных но-

востных текстов и музыкальных блоков в музыкально-информационном радиовещании.

В современной науке достаточно подробно представлены как музыковедческие исследования информационной насыщенности музыкального текста в теоретическом аспекте, так и лингвистические работы о мелодике интонирования, имеющие широкий выход в прагматику. В то же время именно на пересечении двух этих направлений возникает новое понимание взаимосвязей между музыкой и медиакommunikациями, которое может внести существенные уточнения в исследования массмедиа в целом и в медиалингвистику в частности.

Понимание ценности и специфики музыкального радиовещания распространяется и на его другое достоинство – особую значимость в качестве креативной индустрии. Главный принцип данного вида деятельности состоит в том, что производственная активность опирается на творчество, результатом которого становится продукт интеллектуальной деятельности, имеющий коммерческую ценность как товар. Экономическая ценность такого товара основывается на подходе к его культурной ценности как потребителю качеству. В этом смысле информационно-музыкальное радиовещание становится эффективным инструментом коммерчески выгодного производства и распространения комплексного музыкально-информационного продукта.

Классификация интонационных конструкций Е.А. Брызгуновой получила широкое распространение. На её основе в русском языке выделяют **семь типов интонационных конструкций (ИК)**. Их различие определяется уровнем и направлением движения тона в сильных компонентах высказывания, значимых для выражения смысла.

Интонация завершённости **характерна для ИК-1, при которой тон снижается постепенно и не вызывает эмоциональной реакции у аудитории, поэтому употребляется при сообщении нейтральной информации: «Сегодня в Москве сохранится тёплая весенняя погода».**

**В ИК-2 интонация** характеризуется тем же тоном, но звучит медленнее и громче. Она

употребляется при вопросе, побуждении, обращениях, приветствиях, восклицаниях. Эмоциональный тон таких высказываний более насыщен и направлен на убеждение, утверждение какого-либо смыслового компонента с целью обратить внимание аудитории именно на этот компонент. Особенно часто с такой интонацией звучат риторические вопросы как популярный стилистический приём журналистской речи: *«Кому завтра повезёт?»*

**Интонационная конструкция ИК-3** характерна для общего вопроса или первой части сложного повествовательного предложения. Тон резко повышается, а затем происходит его понижение ниже среднего уровня. **ИК-3 служит для выражения** ожидания, незавершённости, а также для выражения высокой степени проявления признака: *«Она такая красивая!»*

**Уточнение получаемой интонации выражается с помощью ИК-4, при которой** постцентровая часть произносится выше уровня центра и предцентровой части. ИК-4 употребляется при вопросе, который связан с предшествующей информацией, отражает незавершёность высказывания: *«Как сообщили в гидрометцентре...»*

Следующие интонационные конструкции – ИК-5, ИК-6, ИК-7 – связаны с сильными эмоциями, как позитивными, так и негативными, которые фиксируются на письме восклицательным знаком. В отличие от других, интонационная конструкция ИК-5 имеет 2 центра, которые равно характеризуются усилением словесного ударения. ИК-5 употребляется преимущественно при повествовании и частично при волеизъявлении и вопросе, но обязательно служит средством высокой степени проявления признака, а также усиления оценки: *«Вот это рекорд!»*

**ИК-6** отличает от ИК-4 более высокий уровень тона. Такая интонация употребляется преимущественно в повествовании и частично в вопросе, но прежде всего – используется в торжественно-приподнятой речи: *«Наш космический корабль вышел на орбиту Марса!»*

Наконец, в **ИК-7** реализуется восходящее движение тона, которое заканчивается

резким перерывом звучания гласного и хорошо прослушивается в отрицании «*He-a!*»

В современной радиовещательной массовой коммуникации преобладает разговорная речевая стихия, имитация прямого, непринужденного обращения с радиослушателями. Особенно важное место занимает требование соблюдать интонационную точность и эмоционально-экспрессивную уместность. В культурной русскоязычной речевой практике принято эмоционально окрашивать сообщения. При помощи интонации в тексте подчёркиваются слова и словосочетания, несущие выделительную смысловую нагрузку, например, слова «*много, очень, большой, значительный, скорее, выше, дешевле, дороже и т. п.*».

Естественное восприятие звучащего сообщения связано с особенностями голоса (динамика высоты, силы, темпа, ритма), обуславливающими восприятие эмоций и встречное эмоциональное реагирование. Существенно возрастает значение чувственного восприятия на основе принципа единовременной двукомпонентной речевой коммуникации, опирающейся на природу звуковой речевой коммуникации, в которой информация предлагается и постигается как лингвистически (рационально), так и экстралингвистически (эмоционально). И полнота, а главное эффективность информационного взаимодействия невозможны при однокомпонентности. Именно эмоциональная окраска голоса не только делает передаваемую информацию эстетически приятной, психологически совместимой с восприятием человека, но и сообщает ей необходимую модальность степени важности сообщения, грозящей опасности, одобрения или порицания и т. д.

## ВЫВОДЫ

Опыт выразительного речевого высказывания – это эмоционально-осмысленная воздействующая речь, служащая развитию общения и вербальной экспрессии. Интонации помогают донести смыслы и изменить восприятие транслируемой информации; соответственно, именно от интонаций зависит

результат разговора или выступления. Сущностные архетипические качества интонации опираются на музыкальную природу интонирования и, играя ключевую роль в аспекте развития устноречевой радиовещательной медиакommunikации, имеют особую значимость для развития эмоционального интеллекта и креативных индустрий.

Интонирование устных текстов на музыкально-информационном радиовещании с точки зрения их эффективности в массовой радиовещательной коммуникации является речемusicalным средством воздействия на массовую аудиторию радиослушателей. Эмоциональная природа интонирования в аспекте массовых коммуникаций раскрывается в особом устройстве информационного поля в радиоэфире, в котором интонация влияет и на рациональный, и на эмоциональный образ информации, что расширяет функции интонации как музыкализованного языка в текстах информационного радиовещания.

Имплицитная музыкальность радиальных медиакommunikаций (истоки и предпосылки эффективности) требует детального изучения речемusicalного интонирования текстов аудиальной медиакommunikации с точки зрения синтагматического членения, паузирования и темпоритма, так как не может быть надежно валидизирована в рамках глубоко лингвистического взгляда. Междисциплинарный подход к осмыслению музыкального интонирования устноречевых медиатекстов на радиовещании и их специфической аттрактивности развивает теорию массовой медиакommunikации и дискурсивного анализа вербальных и поликодовых средств.

Содержание информации в совокупности с эмоциональной и оценочной характеристиками создаётся вербальными и невербальными средствами, к которым относится и интонация. Коммуникативная эмоциональная компетентность как способность к восприятию и пониманию языка эмоций определяет сегодня потенциал двусторонней коммуникации радиожурналиста, реализующего задачу формирования у аудитории радио при получении информации соответствующих эмоций, влияющих на чувственную



сферу. Эмоциональный фон, связанный с воспитанием чувств, становится необходимым условием полноценного обмена информацией в современной массовой коммуника-

ции. Соответственно, звучащий, интонационно оформленный текст имеет большой потенциал для подобного двустороннего, двухкомпонентного осмысления событий.

#### Список источников

1. *Войтик Е.А.* К вопросу определения медиакоммуникации как понятия // Открытое и дистанционное образование. 2013. № 1. С. 26-31. <https://elibrary.ru/pydpar>
2. *Асланова С.В.* Типологические особенности и проблемы функционирования корпоративного радиовещания в современном мультимедийном пространстве // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2014. № 2 (2). С. 411-413. <https://elibrary.ru/ttvjlr>
3. *Асафьев Б.В.* Музыкальная форма как процесс. Л.: Музыка, 1971. 206 с. URL: [https://hor.by/downloads/books/Asafiev-Mus\\_forma\(SEC\).pdf](https://hor.by/downloads/books/Asafiev-Mus_forma(SEC).pdf)
4. *Ярмухаметова Р.С.* Семантическая природа речевой и музыкальной интонации // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки. 2018. № 1 (58). С. 91-97. <https://elibrary.ru/lvwvwr>
5. *Жаркова Т.И.* Интонация как звуковой рисунок в общении представителей иноязычных лингвосоциумов // Инновационное развитие профессионального образования. 2016. № 1 (09). С. 27-32. <https://elibrary.ru/ucpslh>
6. *Pike K.L.* General characteristics of intonation // Intonation: Selected Readings / ed. D. Bolinger. Harmondsworth: Penguin Books, 1972. P. 58-83. URL: <https://archive.org/details/intonationselect0000boli/page/n3/mode/2up>
7. *O'Connor J.D., Arnold G.F.* Intonation of Colloquial English. L.: Longman, 1961. 290 p. URL: <https://pdfslide.net/documents/oconnor-intonation-of-colloquial-english.html?page=4>
8. *Гаджиева З.Ш., Малухова Ф.В., Торопова А.В.* Музыкальность: сущностное качество природы человека или отчуждённый феномен? // Вестник кафедры ЮНЕСКО Музыкальное искусство и образование. 2015. № 1 (9). С. 42-55. <https://elibrary.ru/uabljn>
9. *Ментюков А.П.* От интонации к интонарной деятельности // Вестник музыкальной науки. 2019. № 2 (24). С. 53-62. <https://elibrary.ru/zrufbe>
10. *Хромов С.С.* Полифункциональный анализ русской интонации в языке и речи в начале XXI в. // Ярославский педагогический вестник. 2011. № 4. С. 164-168. <https://elibrary.ru/piwuop>
11. *Потапова Р.К.* Коннотативная паралингвистика. М.: Триада, 1997. 67 с. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01001773834>
12. *Брызгунова Е.А.* Звуки и интонация русской речи. М.: Рус. яз., 1978. 278 с. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01007660807>
13. *Брызгунова Е.А.* Практическая фонетика и интонация русского языка. М.: МГУ, 1963. 306 с. URL: <https://djvu.online/file/xsJ8QI9PO5189>
14. *Медушевский В.В.* О закономерностях и средствах художественного воздействия музыки. М.: Музыка, 1976. 253 с. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01007023164>
15. *Журавлёва И.А.* Социально-универсальный аспект интонации речи // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2013. № 4. С. 109-118. <https://elibrary.ru/sdfoat>
16. *Рогожина С.М.* Интонационные конструкции как средство создания образа персонажа и оказания воздействия на зрителя в британском кино // Преподаватель XXI век. 2017. № 3-2. С. 374-387. <https://elibrary.ru/zshwbb>
17. *Морозов В.П.* Язык эмоций и эмоциональный слух. М.: Ин-т психологии РАН, 2017. 397 с. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01008865801>
18. *Карузо Д., Сзловей П.* Эмоциональный интеллект руководителя. Как развивать и применять. СПб.: Питер, 2016. 319 с. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01008549236>
19. *Гоулман Д.* Эмоциональный интеллект / пер. с англ. А.П. Исаевой. Москва: АСТ: АСТ МОСКВА; Владимир: ВКТ, 2009. 478 с. URL: <https://detsad80.odinedu.ru/assets/img/detsad80/Педагоги/Психолог/Д.Гоулман%20Эмоциональный%20интеллект.pdf>

## References

1. Voitik E.A. Definition of media communication as a conception. *Otkrytoe i distantsionnoe obrazovanie = Open and Distance Education*, 2013, no. 1, pp. 26-31. (In Russ.) <https://elibrary.ru/pydpar>
2. Aslanova S.V. Typological features and functionality problems of corporate broadcasting under multimedia space conditions. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo = Vestnik of Lobachevsky University of Nizhni Novgorod*, 2014, no. 2 (2), pp. 411-413. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ttvjrr>
3. Asaf'ev B.V. *Muzykal'naya forma kak protsess* [Musical Form as a Process]. Leningrad, Muzyka Publ., 1971, 206 p. (In Russ.) Available at: [https://hor.by/downloads/books/Asafiev-Mus\\_forma\(SEC\).pdf](https://hor.by/downloads/books/Asafiev-Mus_forma(SEC).pdf)
4. Yarmukhametova R.S. Semantic nature of speech and musical intonation. *Izvestiya Samarskogo nauchnogo tsentra Rossiiskoi akademii nauk. Sotsial'nye, gumanitarnye, mediko-biologicheskie nauki = The Proceedings Samara Scientific Centre of the Russian Academy of Sciences. Social, Humanities, Biomedical Sciences*, 2018, no. 1 (58), pp. 91-97. (In Russ.) <https://elibrary.ru/lvwwlr>
5. Zharkova T.I. The intonation as a sound drawing in communication of foreign lingo-socium representatives. *Innovatsionnoe razvitie professional'nogo obrazovaniya = Innovative Development of Vocational Education*, 2016, no. 1 (09), pp. 27-32. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ucpslh>
6. Pike K.L. General characteristics of intonation. *Intonation: Selected Readings*. Harmondsworth, Penguin Books Publ., 1972, pp. 58-83. Available at: <https://archive.org/details/intonationselect0000boli/page/n3/mode/2up>
7. O'Connor J.D., Arnold G.F. *Intonation of Colloquial English*. London, Longman Publ., 1961, 290 p. Available at: <https://pdfslide.net/documents/oconnor-intonation-of-colloquial-english.html?page=4>
8. Gadzhieva Z.Sh., Malukhova F.V., Toropova A.V. Musicality: the essential quality of humanity or estranged phenomenon? *Vestnik kafedry YuNESKO Muzykal'noe iskusstvo i obrazovanie = Bulletin of the UNESCO Chair "Musical Arts and Education"*, 2015, no. 1 (9), pp. 42-55. (In Russ.) <https://elibrary.ru/uablnj>
9. Mentuykov A.P. From intonation to internal activities in music. *Vestnik muzykal'noi nauki = Journal of Musical Science*, 2019, no. 2 (24), pp. 53-62. (In Russ.) <https://elibrary.ru/zrufbe>
10. Khromov S.S. The multifunctional analysis of the Russian intonation in language and speech in the beginning of the 21st century. *Yaroslavskii pedagogicheskii vestnik = Yaroslavl Pedagogical Bulletin*, 2011, no. 4, pp. 164-168. (In Russ.) <https://elibrary.ru/piwuop>
11. Potapova R.K. *Konnotativnaya paralingvistika* [Connotative Paralinguistics]. Moscow, Triada Publ., 1997, 67 p. (In Russ.) Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01001773834>
12. Bryzgunova E.A. *Zvuki i intonatsiya russkoi rechi* [Sounds and Intonation of Russian Speech]. Moscow, Russiam Language Publ., 1978, 278 p. (In Russ.) Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01007660807>
13. Bryzgunova E.A. *Prakticheskaya fonetika i intonatsiya russkogo yazyka* [Practical Phonetics and Intonation of the Russian Language]. Moscow, Lomonosov Moscow State University Publ., 1963, 306 p. (In Russ.) Available at: <https://djvu.online/file/xsJ8QI9PO5189>
14. Medushevskii V.V. *O zakonmernostyakh i sredstvakh khudozhestvennogo vozdeistviya muzyki* [On the Regularities and Means of Artistic Influence of Music]. Moscow, Muzyka Publ., 1976, 253 p. (In Russ.) Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01007023164>
15. Zhuravleva I.A. Sotsial'no-universal'nyi aspekt intonatsii rechi // *Izvestiya TulGU. Gumanitarnye nauki*, 2013, no. 4, pp. 109-118. (In Russ.) <https://elibrary.ru/sdfoat>
16. Rogozhina S.M. Intonation patterns as means of creating the image of character and impact on the audience in the British cinema. *Prepodavatel' XXI vek* [Teacher of the 21st Century], 2017, no. 3-2, pp. 374-387. (In Russ.) <https://elibrary.ru/zshwbb>
17. Morozov V.P. *Yazyk emotsii i emotsional'nyi slukh* [Emotional Language and Emotional Hearing]. Moscow, Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences Publ., 2017, 397 p. (In Russ.) Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01008865801>
18. Karuzo D., Selovei P. *Emotsional'nyi intellekt rukovoditelya. Kak razvivat' i primenyat'* [The Emotionally Intelligent Manager. How to Develop and Use the Four Key Emotional Skills of Leader]. St. Petersburg, Piter Publ., 2016, 319 p. (In Russ.) Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01008549236>
19. Goulman D. *Emotsional'nyi intellekt* [Emotional intellect]. Moscow, AST: AST MOSCOW Publ., Vladimir, VKT Publ., 2009, 478 p. (In Russ.) Available at: <https://detsad80.odinedu.ru/assets/img/detsad80/Педагоги/Психолог/Д.Гоулмэн%20Эмоциональный%20интеллект.pdf>

### Информация об авторах

**Барабаш Виктор Владимирович**, доктор филологических наук, профессор, декан филологического факультета, Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы, г. Москва, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-8909-2145>, [barabash-vv@rudn.ru](mailto:barabash-vv@rudn.ru)

**Вклад в статью:** общая концепция статьи, сбор и анализ материала, обзор источников, написание и оформление части текста статьи, редактирование.

**Десюк Максим Вячеславович**, магистр журналистики, соискатель филологического факультета, Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы, г. Москва, Российская Федерация, <https://orcid.org/0009-0007-0038-009X>, [mdesuk@mail.ru](mailto:mdesuk@mail.ru)

**Вклад в статью:** идея исследования, сбор и анализ материала, обзор источников, написание и оформление части текста статьи.

Конфликт интересов отсутствует.

Поступила в редакцию 02.02.2023  
Одобрена после рецензирования 10.04.2023  
Принята к публикации 20.04.2023

### Information about the authors

**Victor V. Barabash**, Dr. habil. (Philology), Professor, Dean of Faculty of Philology, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-8909-2145>, [barabash-vv@rudn.ru](mailto:barabash-vv@rudn.ru)

**Contribution:** main study conception, material acquisition and analysis, sources review, part manuscript text drafting and design, editing.

**Maksim V. Desyuk**, Master's Degree in Journalism, Applicant of Faculty of Philology, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russian Federation, <https://orcid.org/0009-0007-0038-009X>, [mdesuk@mail.ru](mailto:mdesuk@mail.ru)

**Contribution:** study idea, material acquisition and analysis, sources review, part manuscript text drafting and design.

There is no conflict of interests.

Received February 02, 2023  
Revised April 10, 2023  
Accepted April 20, 2023