

*Григорян Н. Р.,**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри теоретичної та прикладної фонетики англійської мови
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова**Дьоміна Н. Ю.,**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри теоретичної та прикладної фонетики англійської мови
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова*

ПРОСОДИЧНІ ВЛАСТИВОСТІ ІНТЕРНЕТ МЕДІЙНИХ ТЕКСТІВ (НА МАТЕРІАЛІ АРГУМЕНТАТИВНИХ TRAVEL-VIDEO)

Анотація. Стаття досліджує значення просодичних маркерів, що впливають на аргументативні аспекти інтернет-медіа, зокрема відеоблогів про подорожі. У сучасному суспільстві Інтернет відіграє ключову роль як засіб інформаційного впливу, надаючи платформу для формування громадської думки. Відеоконтент, який поєднує аудіовізуальні складники, є ефективним засобом комунікації, що сприяє глибшому сприйняттю інформації та підсилює аргументативний потенціал.

Формат відеоблогінгу залишається одним із найпопулярніших серед авторів, які прагнуть охопити широку аудиторію. Завдяки швидкому поширенню інформації в мережі відеоблогери можуть ефективно транслювати свої ідеї, привертаючи увагу до суспільно значущих тем. У цьому контексті переконування та аргументація є невід'ємними елементами їхньої комунікативної стратегії. Впливовий блогер характеризується здатністю чітко формулювати думки, логічно обґрунтовувати власну позицію та переконувати аудиторію у її обґрунтованості. Одним із визначальних факторів довіри до блогера є його відкритість та автентичність у спілкуванні. Аналіз відеоблогів про подорожі свідчить, що особистісні та розважальні формати мають значніший вплив на глядачів, ніж суто інформаційні, оскільки відзначаються високою емоційною насиченістю. Глядачі частіше довіряють рекомендаціям, коли вони ґрунтуються на особистому досвіді автора, що підвищує рівень переконливості контенту.

Результати дослідження засвідчують, що просодичні маркери відіграють важливу роль у процесах аргументації та впливу на аудиторію. Чітко структурована просодична організація мовлення сприяє формуванню остаточних висновків реципієнтів, а в деяких випадках може змінювати їхню думку щодо певних питань. Крім того, просодичні особливості мовлення дозволяють оцінити рівень залученості автора в тему та слугують засобом емоційного впливу. Встановлено, що зміни в просодичних параметрах, зокрема прискорення темпу мовлення в розважальних відео, є загальною тенденцією незалежно від статі диктора, що відображає зростання експресивності та емоційної виразності цього формату контенту.

Ключові слова: просодія, аргументація, інформативний ЗМІ, переконування, розважальні ЗМІ.

Засоби масової інформації (ЗМІ) відіграють ключову роль у функціонуванні суспільства, забезпечуючи доступ до акту-

альної та різноманітної інформації. Від давніх часів люди прагнули отримувати новини та аналітичні матеріали, використовуючи друковані видання, радіо та телебачення. У структурі медійного повідомлення особливе значення мають особистість адресанта та спосіб презентації змісту.

Вербальна комунікація є складним процесом, що вимагає від адресанта не лише передачі інформації та викладення фактів, а й встановлення емоційного контакту з аудиторією, переконання реципієнтів та формування певних поглядів щодо отриманих відомостей. Ефективна комунікація передбачає не лише інформування, а й залучення підтримки аудиторії.

Будь-який мовленнєвий вислів має потенціал впливу на ментальний простір та систему знань адресата. Цей вплив можна розглядати як постійний процес концептуальної та емоційної взаємодії, що спричиняє зміни у світоглядній парадигмі реципієнта. Формування логічної та смислової структури повідомлення здійснюється відповідно до комунікативних намірів мовця, що визначає вибір мовних засобів для досягнення ефективності спілкування. Адресант, спираючись на власні мотиваційні установки та психологічні чинники, прагне переконати аудиторію у правдивості своїх тверджень або донести об'єктивну інформацію. Основним завданням мовленнєвого акту є вплив на систему цінностей та переконань реципієнта за допомогою мовних стратегій.

Актуальність дослідження: у сучасних умовах масмедійні тексти відіграють значну роль у повсякденному житті більшості людей. ЗМІ застосовують широкий спектр інформаційних потоків та методів інтерпретації для формування громадської думки, висвітлюючи різноманітні аспекти суспільних процесів та подій. Аргументація в медійному дискурсі є важливим інструментом впливу, оскільки вона здатна змінювати та коригувати переконання аудиторії. Це обумовлює актуальність дослідження аргументативних стратегій у медійному середовищі. Здатність критично аналізувати аргументацію в медійному контенті є необхідною умовою для об'єктивного сприйняття інформації. Крім того, дослідження просодичних характеристик аргументативних масмедійних текстів може сприяти подальшому розвитку наукових досліджень у сфері мовознавства та комунікаційних технологій.

Об'єкт дослідження – просодичні особливості масмедійних текстів на матеріалі аргументативних travel-відео.

Предмет дослідження – варіативність просодичних маркерів у мовленні дикторів різної статі у travel-відео, спрямованих на переконання аудиторії.

Мета дослідження – аналіз просодичних особливостей аргументативних виразів у travel-відео, опублікованих в інтернет-ЗМІ.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

- визначити сутність аргументації як складової процесу переконання;
- окреслити особливості інтернет-дискурсу ЗМІ;
- дати визначення основним теоретичним поняттям, таким як «просодія» та «відеоблог»;
- дослідити просодичні характеристики масмедійних текстів на матеріалі аргументативних travel-відео.

Теоретичні та методологічні основи дослідження ґрунтуються на аналізі теоретичних підходів, представлених у працях А. Д. Белової [1], Н. О. Кравченко [2], Н. О. Бігунової [3], І. С. Шевченко [4], О. С. Пономарьової [5], М. Левинського [6] та Г. Рябокони [7].

Аргументація є складним багаторівневим феноменом, що регулюється законами логіки та її принципами. Вона розглядається як різновид інтелектуальної діяльності, спрямований на переконання реципієнта у достовірності або хибності певних тверджень. У вузькому розумінні аргументація являє собою послідовність висловлювань, що логічно обґрунтовують певне судження. Іншими словами, аргументація – це процес наведення доказів з метою впливу на переконання іншої сторони.

На думку М. Левинського та Д. Мохамеда, аргументація є формою комунікативної діяльності, що передбачає формулювання та обмін аргументами для підтримки певних тверджень або для захисту чи заперечення позицій, особливо в умовах дискусії чи розбіжностей у поглядах [6, с. 68].

Основною метою аргументації є розкриття сенсу певного судження та вплив на співрозмовника. Її завдання полягає у створенні переконливого обґрунтування або формуванні віри в істинність конкретного положення. Аргументація не лише пояснює сутність проблемної ситуації, що є предметом дискусії, а й сприяє залученню уваги до певної позиції.

Теорія аргументації є важливим інструментом для аналізу соціальних та комунікаційних процесів. Вона має такі ключові характеристики:

- реалізується через мовлення у вигляді усних або письмових тверджень;
- має цілеспрямований характер, оскільки спрямована на посилення або послаблення переконань інших осіб;
- є соціальною діяльністю, що передбачає активний зворотний зв'язок від адресата;
- залежить від рівня раціональності її сприйняття, тобто від здатності реципієнтів критично аналізувати, приймати або відкидати аргументи [7, с.101]

З огляду на те, що аргументація базується переважно на вербальному впливі, мовлення виступає основним інструментом реалізації різних стратегій переконання.

Переконання як комунікативний феномен існувало задовго до формування теорії аргументації. Вираження власної точки зору та її захист не завжди потребують спеціального нау-

кового обґрунтування. Водночас у таких сферах, як політика, право, філософія, психологія, історія та теологія, аргументативні стратегії мають особливе значення.

За визначенням О. С. Пономарьова та О. Г. Романовського, переконання передбачає вплив на свідомість, емоції та волю людини через обґрунтування важливості певного вислову, ідеї або точки зору, а також спростування їхньої прийнятності. Основна мета переконання – зміна позиції або ставлення реципієнта [5, с.20].

Системний підхід до вивчення процесу переконання розглядає аргументацію як його раціонально-логічний компонент, що ґрунтується на аналітичних та евристичних методах мислення. Водночас ефективність переконання визначається також психологічними, емоційними та вольовими факторами, які належать до прагматичних чинників комунікації. Крім того, значний вплив на процес переконання мають моральні орієнтації особистості, її соціокультурний контекст, особистісні особливості та комунікативні навички. Таким чином, переконання є складним процесом, успіх якого залежить від комплексного врахування всіх зазначених факторів.

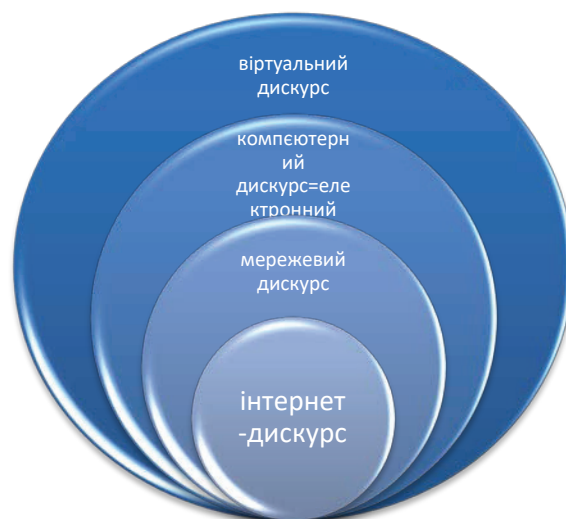
Однією з визначальних характеристик аргументації є її приналежність до раціонально-логічної сфери переконання. Дослідження засвідчують, що логічно обґрунтовані доводи є більш ефективними, ніж необґрунтовані емоційні висловлювання. Аргументація базується на раціональному аналізі міркувань і є ключовим засобом впливу, що відрізняє її від естетичних форм впливу, таких як художня література, музика або живопис [8, с.78].

У сучасному інформаційному просторі, що формується під впливом цифрових технологій, масмедійний дискурс набуває особливої значущості в процесах громадського обговорення та формування суспільних наративів. ЗМІ, адаптуючись до нових комунікаційних умов, активно використовують можливості цифрового середовища, що суттєво змінює характер інформаційних потоків.

Відсутність єдиної термінологічної системи в дослідженнях медійної комунікації вимагає уточнення та розмежування понять «віртуальний дискурс», «комп'ютерний дискурс», «електронний дискурс», «мережевий дискурс» та «Інтернет-дискурс». Зокрема, терміни «комп'ютерний дискурс» та «електронний дискурс» є синонімічними, оскільки позначають комунікацію, що здійснюється за допомогою комп'ютерних технологій.

«Інтернет-дискурс» трактується як різновид мережевого дискурсу, що охоплює спілкування у глобальній мережі, тоді як мережевий дискурс включає також комунікацію у локальних мережах. Водночас «віртуальний дискурс» є ширшим за «комп'ютерний дискурс», оскільки охоплює комунікацію не лише через комп'ютерні технології, а й за допомогою інших цифрових засобів зв'язку.

Електронний та віртуальний дискурси також включають тексти, що зберігаються на нематеріальних носіях (аудіокниги, кінофільми, музичні записи, комп'ютерні ігри, програмне забезпечення) та мультимедійні пристрої (смартфони, комунікатори, ipods, ebooks), що робить їх ширшими за поняття «Інтернет-дискурс». З огляду на складні взаємозв'язки між цими дискурсивними феноменами, доцільно розглядати їх як ієрархічну систему взаємопов'язаних категорій (малюнок 1).



Малюнок 1. Ієрархічна система взаємопов'язаних дискурсивних феноменів

Актуальність інформації, поширюваної в Інтернеті, набуває визначального значення у процесі осмислення глобальних і локальних соціально-політичних явищ реципієнтом. Процес інформатизації справляє істотний вплив на всі аспекти суспільного життя – від особистісних практик до міждержавних відносин. Це зумовлює трансформацію Інтернет-дискурсу в ключовий елемент розвитку людської цивілізації, сприяючи формуванню інформаційної культури особистості. Інтернет як засіб комунікації забезпечує диверсифікацію інформаційних потоків та сприяє подоланню соціальної ізоляції, зокрема, зменшуючи рівень відчуження серед реципієнтів.

Інтернет-дискурс включає широкий спектр цифрових продуктів, що функціонують у цифровому середовищі, визначеному лінгвістичними та паралінгвістичними характеристиками, які сприяють реалізації комунікативної та когнітивної активності [4, с. 106].

У сучасному інформаційному суспільстві, де обсяг доступної інформації значно перевищує можливості її сприйняття, спеціалісти змушені здійснювати ретельний відбір контенту, оцінюючи його релевантність і значущість для цільової аудиторії. Основними критеріями селекції інформації є її оригінальність, суспільна важливість, відповідність професійним стандартам та потенційний вплив на громадську думку. Такий підхід обумовлений необхідністю адаптації інформаційного наповнення до цінностей аудиторії та особливостей сучасного медійного ринку.

Процес відбору новин також розглядається в когнітивному аспекті, що забезпечує методологічну основу для їхньої оцінки, інтерпретації та подальшої презентації. Медіафахівці аналізують новинні події через призму інтерсуб'єктивних когнітивних категорій, що дозволяє їм враховувати когнітивні, соціальні, дискурсивні та матеріальні аспекти актуальності новин, адаптуючи інформацію до потреб сучасного інформаційного середовища [4, с. 106].

Відмінною рисою Інтернет-дискурсу є його негайність та безперервність. У цифровому просторі інформація поширюється з високою швидкістю, забезпечуючи миттєвий доступ до новин і сприяючи динамічному розгортанню дискусій. Інтернет-ЗМІ відзначаються глобальним охопленням та універсальністю, що суттєво впливає на сучасні практики

інформаційного обміну. Це підкреслює здатність інформаційних потоків перетинати національні кордони, роблячи їх доступними для міжнародної аудиторії.

Глобальний вимір Інтернет-дискурсу не лише розширює потенційну аудиторію, а й сприяє представленню широкого спектра поглядів, що формує поліваріантність дискурсу. Інтернаціональна аудиторія отримує можливість активної взаємодії, обміну ідеями та досвідом, що сприяє глибшому розумінню глобальних процесів.

Різноманітність інформаційних джерел у межах глобального дискурсу посилює аналітичну діяльність, сприяє розвитку дискусій та відкриттю нових трендів і концепцій. Така інтеграція перетворює Інтернет-ЗМІ не лише на засіб поширення інформації, а й на платформу міжкультурного обміну, що відображає складність сучасного суспільства [5, с. 55].

Ключовою характеристикою Інтернет-дискурсу є його інтерактивність. Онлайн-висловлювання не обмежуються лише передачею інформації, а стимулюють активну взаємодію та обговорення. Це створює умови для залучення аудиторії, сприяючи розвитку комунікативної взаємодії.

Інтерактивність Інтернет-медіа реалізується через коментарі, форуми, опитування, соціальні мережі та інші інструменти зворотного зв'язку. Така форма комунікації дозволяє не лише споживати контент, а й брати участь у його створенні, висловлюючи думки, дискутуючи з іншими користувачами та взаємодіючи з авторами. Це сприяє демократизації інформаційного простору, забезпечуючи розмаїття думок і точок зору, необхідних для розвитку громадської дискусії.

Динаміка Інтернет-дискурсу визначається високою швидкістю реакції, глобальним охопленням та активною взаємодією. Аналіз цих характеристик дозволяє оцінити роль сучасних медіа та їхню аудиторію в умовах цифрової епохи, а також дослідити вплив цифрових комунікацій на суспільні процеси.

Оскільки дане дослідження ґрунтується на аналізі відеоматеріалів з платформи YouTube, актуальним є систематичний підхід до класифікації відеоконтенту. У сучасному цифровому середовищі блогосфера відіграє значну роль у повсякденному житті користувачів, що зумовлює постійні зміни в її структурі та динаміці контенту.

На основі аналізу відеоматеріалів у межах даного дослідження виокремлено два основних типи контенту: розважальний та інформаційний. Розважальні відео, зазвичай у форматі блогів, відображають реальні події та містять особисті враження авторів. Інформаційні відео, навпаки, містять структуровані відомості щодо різних аспектів подорожей, зокрема рекомендації стосовно проживання, транспортних маршрутів, визначних пам'яток і культурних особливостей країн, часто супроводжуючись графічними вставками.

Методологічною основою аналізу просодичних особливостей, що визначають переконувальну функцію мовлення, слугує комплексний метод експериментально-фонетичного дослідження просодії, розроблений Н. О. Кравченко [2, с. 227] та Н. О. Бігуною [3, с. 230].

Матеріалом дослідження стали відео про подорожі, відібрані з відеохостингу YouTube. Для аналізу було обрано рівну кількість дикторів чоловічої та жіночої статі з британським варіантом англійської мови. Вибірка включала відео з каналів: "Destination WellKnown", "Joel and Emilia", "DW Travel", "World Travel Guide", "Toucan Travellers", "Our Travel Place", "CJ Explores". Загальна кількість проаналізованих фрагментів становила 34, з яких 58 містили переконувальні вислови.

У процесі дослідження здійснено аналіз просодичних маркерів, що сприяють реалізації переконувального впливу, зокрема висоти голосу, темпу мовлення, гучності, пауз та інтонаційних моделей, що включають шкалу та ядерний тон.

На основі проведеного аналізу мовлення можна сформулювати такі висновки щодо характеристик мовлення дикторів

Таблиця 1

Результати дослідження шкал і ядерних тонів (%)

ЗМІ	диктори	Stepping scale	Falling scale	High head	Low Fall	Low Rise	Fall-Rise
1.Інформаційні	ДАЧ	55,5	22,2	22,2	44,4	33,3	22,2
	ДАЖ	37,5	25	37,5	62,5	12,5	25
2.Розважальні	ДАЧ	25	37,5	37,5	50	37,5	12,5
	ДАЖ	33,3	22,2	44,4	55,5	22,2	22,2

у різних форматах відео. В інформаційних travel-відео диктори-жінки здебільшого використовують високий висотний рівень, сповільнений темп мовлення, нормальну гучність, короткі паузи, рівномірне співвідношення ступінчатої та високої шкали, а також низький спадний ядерний тон. Водночас у розважальних travel-відео вони зберігають нормальну гучність і короткі паузи, а також низький спадний ядерний тон, проте віддають перевагу високому висотному рівню, швидкому темпу мовлення та високій шкалі, що відображає їхню емоційність і експресивність.

Щодо дикторів-чоловіків, у інформаційних travel-відео вони схильні використовувати високий висотний рівень, середній темп мовлення, нормальну гучність, короткі паузи, ступінчасту шкалу та низький спадний ядерний тон. Натомість у розважальних travel-відео чоловічі диктори, хоча й зберігають нормальну гучність та короткі паузи, характеризуються швидшим темпом мовлення, середнім висотним рівнем, а також частішим використанням спадної та високої шкали, при цьому ядерний тон залишається низько-спадним.

Зміни у характеристиках мовлення, зокрема збільшення темпу мовлення в розважальних відео, свідчать про загальну тенденцію до підвищеної експресивності та емоційності як у дикторів-жінок, так і у дикторів-чоловіків.

Література:

- Белова А. Д. Лінгвістичні аспекти аргументації (на матеріалі сучасної англійської мови): автореф. дис. доктора філол. наук: 10.02.04; Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 1998. 30 с.
- Кравченко Н. О. Синергічність англомовного релігійного дискурсу (теолінгвістичний підхід). Одеса, 2017. 408 с.
- Бігунова Н. А. Позитивна оцінка: від когнітивного судження до комунікативного висловлювання. – Одеса: КМ ОМД, 2017, 600 с.
- Шевченко І.С. Когнітивно-прагматичні дослідження дискурсу. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен : кол. монографія. Харків: Константа, 2005. С. 105–117.

- Пономарьов О.С., Ділова бесіда в системі управлінських технологій: навч. посіб. з курсу «Сучас. управл. Технології» для студ., що спеціаліз. у сфері управл. діяльн. / О. С. Пономарьов, О. Г. Романовський, Л. Л. Товажнянський; Нац. техн. ун-т «Харк. політехн. ін-т». – Х., 2002. – 159 с.
- Lewiński, M. and Dima, M., Argumentation Theory // The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy. – 2016. – P. 65 – 89.
- Рябоконт Г. Формування продуктивних навичок переконування в англомовному усному й письмовому дискурсах. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/0b9bd94f-389b-4835-bf8c-f6a592500059/content> C. 99-109
- Blair, J. A. (2012). Argumentation as rational persuasion. – *Argumentation*, 26(1). – 2016. – P. 71-81.

Grigorian N., Dyomina N. Prosodic markers of Internet mass media based on the argumentative travel-video

Summary. The article explores the role of prosodic features in constructing argumentative strategies in internet-based media, particularly in travel video blogs. In contemporary society, the Internet serves as a crucial platform for information exchange and audience influence. Video content, which integrates both visual and auditory components, is an effective communication tool that enhances information perception and contributes to the construction of persuasive arguments.

The video blogging format has gained significant popularity among creators aiming to reach a broad audience. Due to the rapid dissemination of information in the digital space, video bloggers can effectively convey their ideas while addressing socially significant topics. Consequently, argumentation and persuasion become fundamental components of their communicative strategies. A successful blogger demonstrates the ability to articulate thoughts clearly, logically substantiate their stance, and convince the audience of its credibility. One of the key factors determining trust in a blogger is their sincerity and openness in communication. Research on travel videos indicates that personal and entertainment-oriented blogs exert

a greater influence on viewers compared to informational ones, as they exhibit a higher degree of emotional expressiveness. The audience is more likely to trust recommendations based on the blogger's personal experiences, which enhances the persuasive power of the content.

The findings of this study confirm that prosodic markers play a crucial role in argumentation and audience influence. A well-structured prosodic organization of speech facilitates the formation of recipients' final judgments and can even alter their perspectives on certain issues. Moreover, prosodic

characteristics allow for an assessment of the author's level of engagement with the topic and serve as a means of emotional impact. It has been established that changes in prosodic parameters, particularly an increase in speech tempo in entertainment videos, represent a common trend among presenters regardless of gender, indicating a general rise in expressiveness and emotional intensity in this content format.

Key words: argumentation, informative mass-media, entertaining mass-media, prosody, persuasion.