

**Анализ использования современных способов подачи информации  
(вербальных и невербальных)**

**Научный руководитель – Цымбалова Надежда Дмитриевна**

*Абилева Ава Эльдаровна*

*Студент (бакалавр)*

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

*E-mail: avaabileva@gmail.com*

**Тезисы:**

**1. Вербальная информация в СМИ:**

- Роль общения в журналистике (Общение играет ключевую роль в журналистике, поскольку часть информации репортёр добывает именно в контакте с людьми - источниками информации, героями своих материалов. Не всегда интервью проходят гладко, и в таких моментах владение искусством общения журналисту особенно необходимо)
- Техника отзеркаливания (Чтобы сделать общение максимально эффективным, получить как можно больше нужной информации, журналист может прибегать к самым разным уловкам. Одной из которых является техника отзеркаливания, когда журналист отражает собеседнику его аспекты вербального и невербального поведения)
- Понятие «вербальная агрессия» (наряду с изобразительно-выразительными средствами, выполняющими позитивные задачи, периодически появляется немало публикаций с негативно оценочной лексикой, нагнетающей отрицательные эмоции. Часты оценочные метафоры на тему болезни общества, направленные на провокацию, вызов экспрессивной реакции)

**2. Невербальная информация в СМИ:**

- Средства и характеристики невербальной информации (Средствами невербальной коммуникации являются жесты, мимика, интонации, паузы, позы, смех, слёзы и т.д., которые создают знаковую систему, дополняющую и усиливающую, а иногда и заменяющую средства вербальной коммуникации. Невербалика также включает и параречевые характеристики: дикция (четкость произношения); темп и ритм (все, что связано со скоростью и ритмичностью произношения); мелодичность (плавность произношения); громкость; тембр (звуковая окраска голоса); интонация)
- Имидж и внешний облик как составляющая невербальной информации (Воздействие сообщения на массовую аудиторию усиливается привлекательными чертами личности ведущего, репортера, участника передачи. Взаимное влечение людей в большей степени определяется внешними признаками человека, нежели его внутренними качествами)

- Особенности невербального компонента телевизионного сообщения (Необходимо особенно внимательно относиться к невербальному компоненту телевизионного сообщения, так как в условиях массовой коммуникации доверие к невербальной информации значительно выше, чем к вербальной; невербальную составляющую сообщения как адресанту, так и адресату труднее отслеживать сознательно; при рассогласованности невербальной составляющей с вербальной сообщение становится нецельным и хуже запоминается)

**Все аспекты рассмотрения будут рассматриваться на конкретных примерах!**