

Секция «Журналистика»

Специфика информационного текста телеканала "Москва 24"

Крылова Дарья Олеговна

Студент

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

E-mail: krylova_daria@mail.ru

Информационный текст – это то, с чем приходится сталкиваться ежедневно любому журналисту-работнику теленовостей. Целью нашего исследования является выработка рекомендаций по написанию текстов формата БЗ («Без Звука» – телевизионный термин, обозначающий текстовое сообщение, зачитываемое ведущим из студии, с одновременным показом видео). Данный формат является самым распространенным в новостях на современном телевидении. Его источником чаще всего является сообщение информагентства. Однако между этими текстами есть ряд существенных отличий. Прежде всего они касаются языка текста: определяющий признак для телевидения – ясность и понятность с первого прослушивания. Немаловажна и специфика построения текста. В работе сравниваются и анализируются исходные сообщения информационных агентств и эфирные тексты, в основу которых они легли.

Исследование проведено на материалах телеканала «Москва 24», выбор объекта исследования неслучаен. Во-первых, это молодой телеканал, ориентированный не только на информирование аудитории, но и на помощь жителям города. Этим обусловлены специфические особенности стиля и лексики текстов, звучащих в эфире. Во-вторых, это круглосуточный информационный телеканал, что предоставляет широкий выбор материалов для исследования.

Новостные выпуски на телеканале создают эфирные бригады. Написание текстов для ведущего новостей – задача так называемого редактора-райтера.

В процессе работы над текстами мы выявили ряд особенностей телевизионного текста, характерных для телеканала «Москва 24». К таковым относятся:

- Современность языка;
- Грамотный разговорный стиль речи;
- Оценка событий с точки зрения горожанина;
- Внимание к географии новостей;
- Ограничение использования ряда слов (например, «градоначальник», «пробки», «пенсионеры»);
- Стремление не только информировать, но и советовать;
- Принцип «люди на первом месте»;
- Использование аббревиатур со второго упоминания («ГИБДД» написать возможно в том случае, если выше значится «полиция» или «орган правопорядка» и пр.);
- Интересная «заходная фраза».

Проанализировав сообщения информационных агентств и их эфирные версии в интерпретации телеканала Москва 24, мы определили, на какие характеристики необходимо обращать внимание редактору-райтеру в процессе написания информационного телевизионного текста.

Литература

1. Кемарская И. Н. Телевизионный редактор: Учебное пособие для студентов вузов – М.: Аспект Пресс, 2004. – 191 с.
2. Колесниченко А. В. Прикладная журналистика. Учебное пособие. – М.: Изд-во МГУ, 2008. – 180 с.
3. Коппероуд Р., Нельсон Р. Как преподносить новости. URL:<http://www.gumer.info/bibliotek>, 21.01.2013.
4. Таггл К. А., Карр Ф., Хаффман С. Новости в телерадиоэфире. Подготовка, продюсирование и презентация новостей в СМИ: Пер. с англ. Абдуллиной М. В. /Под редакцией В. Пимонова – М.: ГИТР, 2006. – 431 с., илл.