

Синтаксические особенности журналистских текстов региональных телеканалов г. Челябинска (на примере ОТВ, ЧГТРК "Южный Урал")

Коньшиева Дарья Александровна

Студент (бакалавр)

Южно-Уральский государственный университет, Челябинск, Россия

E-mail: Konyshevadasha@mail.ru

Сегодня СМИ становятся путеводителем в бескрайнем море новостей. Именно поэтому нужен новый подход в изучении журналистики и журналистских текстов в частности. Лексика, морфология, синтаксис - со всеми этими разделами языка работает автор, создавая свой текст, независимо от его жанра.

Синтаксический строй журналистских текстов разнообразен и зависит от темы публикации, а также от жанра и индивидуального стиля автора. Журналистский текст рассчитан на быстрое и однократное восприятие, в особенности на радио и телевидении, это и определяет ряд требований к синтаксису текста.

В настоящее время в публицистике происходит такое явление, как типизация и универсализация синтаксических конструкций. Оно объясняется тем, что журналисты для лучшего восприятия пытаются в текстах упростить предложения.

Для исследования были выбраны тексты видеосюжетов новостных программ на челябинских телеканалах ОТВ и ЧГТРК за период 2014-2015 гг. После обработки нескольких журналистских материалов было выявлено, что большинство предложений имеют конструкцию простых распространенных предложений. Такое построение помогает донести информацию до зрителя ясной, простой, без утяжеления. Еще одной причиной подорожания антимонопольщики называют перекупщиков. («Время новостей», 21.11.14, ОТВ). Там же губернатор поставил и вопрос ребром об уже имеющемся предприятии по очистке воды. («Вести - Южный Урал», 03.03.2015, ЧГТРК)

В своих текстах авторы стараются использовать все виды односоставных предложений, которые помогают автору избежать повторов и утяжеления текста. Кроме простых двусоставных предложений, журналисты часто используют односоставные, среди которых преобладают неопределенно-личные предложения и обобщенно-личные. Скорее всего, это можно объяснить тем, что в односоставных предложениях с глагольным сказуемым чаще всего выражается исключительно действие, что и нужно показать журналисту. В России же его называют Вербным воскресеньем. Остальные деньги соберут посредством добровольных пожертвований. («Время новостей», 5.04.15, ОТВ). В Челябинске почтут память воинов-интернационалистов. Начинается с середины января, после завершения сезона охоты, и заканчивается в марте. («Вести - Южный Урал», 14.02.2015, ЧГТРК)

Часто журналисты используют конструкции с производными предлогами: в честь, при содействии, в результате, относительно и др. Это можно объяснить тем, что такие конструкции представляют собой готовые словесные блоки для начала предложения либо связки двух и более частей в предложении. Эти конструкции позволяют в короткие сроки создать текст и уменьшить время производства телесюжета. В итоге, поставки в ряде случаев прекратились. В целом «лекарственная корзина» подешевела на 4,4%. («Время новостей», 14.12.14, ОТВ).

В текстах телевизионных сюжетов на челябинском телевидении, в особенности новостных текстах, очень редко журналисты используют синтаксические приемы экспрессии: риторические вопросы, инверсию и обращения. Это объясняется тем, что в новостях не

нужно авторское мнение и его оценка. Новостные тексты - это, прежде всего, естественный, лаконичный текст, легкий для восприятия. Именно поэтому в журналистских текстах на телевидении также не используются причастные и деепричастные обороты, вставные конструкции и сложноподчиненные предложения и предложения с различными типами связи. Все эти вставки утяжеляют текст и мешают его легкому восприятию.

Синтаксические особенности журналистских текстов на челябинском телевидении схожи с особенностями текстов федерального уровня.