

ОСОБЕННОСТИ СТИЛИСТИКИ ТЕКСТОВ ИНФОРМАЦИОННЫХ СЮЖЕТОВ, ПОДГОТОВЛЕННЫХ ЖУРНАЛИСТАМИ ГТРК “ЛИПЕЦК” ДЛЯ ПРОГРАММЫ “ВЕСТИ-ЛИПЕЦК”

© 2006 С.А. Мелешко

Московский институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания

Стилистика (слово “стиль” происходит от названия иглы, или стилета, которым древние греки писали на воощанных дощечках) — это раздел науки о языке, изучающей стили литературного языка, закономерности функционирования языка в разных сферах использования, особенности употребления языковых средств в зависимости от обстановки, содержания целей высказывания, сферы и условий общения, выразительные возможности языка [7,9]. Один из главных принципов стилистики — целесообразность и уместность использования того или иного языкового средства применительно к сфере и условиям общения для достижения наибольшей эффективности восприятия текста и воздействия его на читателя, а в данном случае, на телезрителя. Это подчеркивает и В. И. Новикова в книге “Мастерство эфирного выступления”: “Стилистические особенности языка телевидения и радио обусловлены прежде всего тем, что это — звучащая речь, обращенная к многочисленной аудитории. Этим объясняется установка на доходчивость языка, тенденция к сближению книжной речи с разговорной” [5,104].

Стилистика неразрывно связана и с культурой речи. Это особенно важно учитывать при подготовке текстов для телевизионных программ, ведь ошибки в стилистике, орфоэпии, фонетике могут помешать правильно воспринимать информацию, звучащую с экрана телевизора. Б. Н. Головин выделяет следующие коммуникативные качества речи:

- правильность, то есть ее соответствие нормам современного литературного языка;
- точность, то есть строгое соответствие слов обозначаемым предметам, явлениям действительности;
- логичность речи, то есть соответствие смысловых связей и отношений единиц языка в речи связям и отношениям предметов и явлений в реальной действительности;
- чистота, то есть в речи нет чуждых литературному языку элементов;

— выразительность речи, то есть такие особенности ее структуры, которые поддерживают внимание и интерес у слушателя или читателя;

— богатство речи — “Речь тем богаче, чем реже повторяются в ней одни и те же знаки и цепочки знаков, а это, в свою очередь, означает, что речь тем богаче, чем она разнообразнее по своей языковой структуре”.

— уместность речи [2, 126-233].

Все эти качества в той или иной мере присущи информационным телевизионным сообщениям, которые помогают зрителям ориентироваться в окружающем мире и таким образом выполняют информационную функцию. Главная цель информационных жанров — оперативно сообщить о факте, событии, явлении. В теленовостях, как правило, присутствуют такие информационные жанры, как заметка, отчет, репортаж, интервью. “К жанрам информационной публицистики сегодня принято относить заметку (устное сообщение и видеохронику), выступление, интервью (и его разновидность — пресс-конференцию), событийный репортаж” [8, 172]. В них всегда приводятся точные, достоверные, конкретные факты с подлинными фамилиями, точными цифрами, реальными данными.

В настоящее время возрастает поток информационных сообщений и телевыпусков новостей на региональном телевидении. Одним из отрицательных моментов является рост количества ошибок, которые допускают журналисты, ведущие, дикторы в эфире, при озвучивании сюжетов, в произношении терминов, фамилий, словосочетаний. О. Р. Лашук выделяет пять основных видов ошибок и неточностей в информационных сообщениях, которых должны избегать корреспонденты и исправлением которых должны заниматься редакторы: грамматические, логические, фактические, композиционные и стилистические [4, 74].

В телерадиоэфире типичные ошибки, которые допускают журналисты, можно разделить на четыре группы:

- лексико-стилистические;
- морфолого-стилистические;
- синтаксико-стилистические;
- фоностилистические [5, 108].

В силу специфики телевизионного вещания, грамматические ошибки в текстах сюжетов зритель может не заметить, но все остальные неточности, ошибки, допущенные тележурналистом, могут помешать правильному восприятию информации и в целом снизить доверие к информационной программе и телеканалу. Это особенно важно учитывать, так как, по мнению В. Л. Цвика, с которым согласен автор, «телевидение в значительной мере задает тон, формирует язык массовой коммуникации» [9, 59].

Рассмотрим тексты сюжетов, которые были подготовлены и вышли в эфир программы «Вести-Липецк» в 2004–2005-м годах. Мы будем анализировать те тексты, в которых были допущены ошибки, и классифицировать их по видам.

На акции разыгрывалось свыше 25 призов, главными из которых стали пылесос, микроволновая печь, телевизор и стиральная машина БОШ (09.03.2004). Одна из востребованных сегодня профессий — юрист. В нашей области этой специальности обучают в 3-х институтах и семи филиалах (01.12.2004).

Нарушение норм управления. В данном случае управляемое слово употребляется не с теми предлогами, которые необходимы. Правильно говорить: *в акции разыгрывалось, по этой специальности обучаются*.

Общая сумма призов, разыгрываемая в Елецком филиале центра бытовой техники «Электромир» составила 50 тысяч рублей. Участниками лотереи стали ельчане, совершившие покупку на сумму свыше 3 тысяч рублей, а так же обладатели дисконтных карт. Участниками розыгрыша стало более 500-сот человек (09.03.2004). В последнем из приведенных предложений мы видим нарушение согласования членов предложения в роде и числе (вместо *стали* более *пятисот человек*). Кроме того, в этом абзаце дважды повторяется глагол *стали*, что может говорить о недостаточно широком словарном запасе автора данного сюжета.

Сейчас разработан и действует новый вид кредитования. Чтобы его получить, достаточно иметь только паспорт и любой другой документ, удостоверяющий личность. Все это позволяет сократить процедуру до минимума (09.03.2004). Данный абзац содержит ошибку, связанную со смешением паронимов: кредит и кредитование. Клиент не может получить кредитование, скорее, он может воспользоваться кредитом. Или же, в данном случае, зритель не сможет уловить, что получит клиент — вид кредитования и само кредитование.

Как говорят сами рыбинспекторы — рыбу обойдется дешевле купить (11.05.2005). В данном случае возникла лексическая несочетаемость в результате нарушения фразеологической связанности элементов устойчивых оборотов. М. П. Сенкевич объясняет причины контаминации, разрушения и искажения устойчивых оборотов существованием большого числа близких по значению воспроизводимых единиц (стандартов), легко поддающихся переименованию, и неумением некоторых авторов отличить свободные языковые единицы от устойчивых, не допускающих замены компонентов, если нет для этого специального стилистического задания [7, 279]. В данном случае можно употребить выражение *рыбу дешевле купить*.

О возникновении первоапрельской традиции существует немало гипотез. Одни приписывают зарождение этого праздника Древнему Риму. Там эта дата была связана с праздником в честь божества Смеха. Другие утверждают, что смеяться друг над другом пошло из древней Индии, где 31 марта отмечали праздник шуток (01.04.2004). В данном абзаце мы видим, как злоупотребление отглагольными существительными придает высказыванию канцелярский характер. Для телевизионного сообщения это тем более недопустимо, так как зрители воспринимают текстовую информацию на слух и чаще всего не могут уловить смысл подобного сообщения. В предложении о древней Индии, на наш взгляд, пропущено подлежащее *традиция*. С учетом стилистики телевизионных сообщений данный текст мог бы звучать так: *О том, как возникла первоапрельская традиция, существует немало гипотез. Некоторые считают, что этот праздник зародился в Древнем Риме. Там 1 апреля отмечали день божества Смеха. Другие утверждают, что традиция смеяться друг над другом пришла из древней Индии, где 31 марта отмечали праздник шуток.*

В этом году в управлении культуры реставрации зданий уделяется особое внимание (16.11.2004). Это пример ошибок в построении предложений. Правильнее и понятнее можно было бы сказать так: *в этом году чиновники управления культуры особое внимание уделяют реставрации исторических зданий Липецка.*

Социальная программа на заводе занимает особое место. Для привлечения сотрудников к здоровому образу жизни арендуется время в бассейне и спортзале (24.11.2004). Типичный пример использования канцеляризмов и штампов в тексте сюжета. Речевой штамп лишает высказывание простоты и индивидуальности, мешает ясности, доходчивости сюжета, эффективности его воздействия на зрителя. Кроме того, в первом предложении мы видим пример нарушения лексичес-

кой сочетаемости и искажения устойчивых оборотов: вместо *занимает особое место — уделяют особое внимание*. После тщательной редакторской правки это предложение могло бы звучать так: *На заводе социальным программам уделяют большое внимание, например, рабочие и инженеры могут бесплатно ходить в бассейн. Все расходы берет на себя администрация завода.*

Командировка липецкого сводного отряда длилась полгода. Отряд дислоцировался в Наурском районе Чеченской республики. Основная его цель была обеспечить правопорядок и оказать помощь местным сотрудникам. Но как говорят руководители, самая главная задача — вернуть личный состав живыми и здоровыми (07.04.2004). Когда журналист начинает рассказывать о целях мероприятия, то довольно часто совершает ошибки в согласовании времени глаголов. Кроме того, непонятно, чья в данном случае цель — отряда или командировки. Эти предложения можно было бы упростить: *милиционеры обеспечивали правопорядок и оказывали помощь местным сотрудникам. А для руководителей главная задача была — домой вернуть личный состав живыми и здоровыми.*

Сегодня в Липецке проходила коллегия здравоохранения. На ней подводились итоги прошлого года. В этом году ее финансирование увеличится на 15 процентов (17.02.2004). Бывает, что из-за спешки журналист пропускает слова, и смысл утверждения теряется. Так, например, в первом предложении пропущено слово *управление*. И в этом же абзаце допущена ошибка в управлении. Правильнее было бы сказать: *Сегодня в Липецке проходила коллегия управления здравоохранения. На ней подводились итоги работы в прошлом году. В этом году финансирование медицины увеличится на 15 процентов.*

Довольно часто журналисты допускают в эфире не только стилистические ошибки, но и фактические. Это могут быть механические ошибки при оформлении субтитров героев сюжетов: *губернатор Ярославля (24.01.2005)*, неверные даты исторических событий: *визит в Липецк Президента России Владимира Путина и премьер-министра Италии Сильвио Берлускони, который состоялся в 2003 году (16.02.2005)*. Правильно: *губернатор Ярославской области, визит состоялся в 2004-м году.*

К фактической ошибке можно отнести неправильный перевод фраз с иностранного языка на русский. *Супермаркеты “СГ-Центр” работают в формате “КЭШ энд КЕРРИ”.* Это западное выражение. В переводе оно означает “Бери наличку и беги” (26.11.2004). На самом деле английское выражение “CASH and CARRY” означает ‘Плати и неси’. Следует добавить, что слово *формат* сти-

листически не сочетается с понятием супермаркет. В современном языке существует устойчивое сочетание *формат музыкальной радиостанции*. В данном случае предложение было правильно отредактировано так: *Супермаркеты “СГ-Центр” работают по системе самообслуживания.* Употребление иностранных слов без учета их значения приводит к ошибкам, которые уже давно стали классическими: *полный анилаг* — вместо *полный зал* или просто: *анилаг*.

В учебниках по стилистике в качестве типичной ошибки приводятся примеры использования в речи смысловых повторов, когда в предложении соседствуют однокоренные слова (тавтология). Мы также можем обнаружить такие предложения в текстах информационных сюжетов: *Сегодня — День милиции. Для семи сотрудников УВД области этот день станет одним из самых значимых событий в жизни. Указом Президента России они были награждены государственными наградами (10.11.2004).* После редакторской правки эти предложения могли бы звучать так: *Для семи сотрудников УВД области этот день стал одним из самых значимых в жизни. Указом Президента России они были представлены к государственным наградам, и сегодня ордена и медали были вручены героям.*

Сособой гордостью журналистам показывали больницу. Она рассчитана на сто мест. Здесь проходят лечение не только заключенные этой колонии, но и других исправительно-трудовых учреждений области. Здесь также уделяют большое внимание СТЕПЕНИ ЗАЩИТЫ. Передвижение из одной комнаты в другую строго ограничено (09.02.2005). Еще один пример лексической несочетаемости понятий. Степень защиты характерна для финансовых документов, облигаций, денежных знаков. В информации об исправительных учреждениях речь может идти о *надежности охраны*.

При употреблении предлогов с существительными в речи журналистов и ведущих можно обнаружить разговорные элементы, характерные для коренных жителей Липецка и Липецкой области: *маршруты автобусов на сады* (вместо: *в садоводческие товарищества*), *на Матырском* (вместо: *в поселке Матырский (25.01.2005)*), *на 24 микрорайоне уже есть несколько коммерческих аптек*, (вместо: *в 24-м микрорайоне*), *на Новолипецке* (вместо: *в районе Новолипецкого комбината*). В телеэфире такие вкрапления просторечных элементов, на наш взгляд, допустимы в передачах разговорных жанров, но в информационных программах, в текстах сюжетов нежелательны.

Таковы типичные языковые ошибки в региональной информационной программе “Вести-Липецк”. Анализируя некоторые речевые

погрешности, можно сделать вывод, что они делаются из-за незнания изменений, которые происходят в языке в последние годы. С другой стороны, можно предположить, что причиной ошибок в эфире является и малограмотность некоторых журналистов.

К довольно распространенным ошибкам в стилистике информационных текстов также можно отнести и употребление сложносочиненных и сложноподчиненных предложений. Между тем российские и американские журналисты советуют при написании текстов придерживаться следующего правила: “Говорите со зрителями простым, доступным языком. Писать надо просто, так, чтобы было понятно с первого раза” [3, 30]. Например, следующий текст прозвучал в выпуске новостей 2 июня 2005 года: “Беседа Президента России Владимира Путина и главы администрации Липецкой области Олега Королева продлилась около часа. Какие темы поднимались на встрече, большая часть которой проходила за закрытыми дверями, Олег Королев рассказал журналистам на пресс-конференции, состоявшейся сразу после событий в РИА “Новости” — ведущий в студии, далее текст сюжета.

“Основа экономики Липецкой области — ее промышленность. В этой сфере одно из липецких ноу-хау — создаваемая сейчас промышленная зона. По словам Олега Королева, рассказав Президенту о положении дел с промзоной, он заострил внимание на отстаивании в некоторых случаях развития инфраструктуры от развития экономики”.

Или текст из другого выпуска программы “Вести-Липецк”, от 6 июня 2005 года: “Об укрупнении регионов, сказал Георгий Полтавченко в ответе на очередной вопрос, говорить пока рано — сначала нужно выровнять экономическую ситуацию во входящих в тот или иной округ областях. В завершение Георгий Полтавченко сообщил журналистам, что вскоре Президент предложит кандидатуры еще нескольких глав регионов — по словам полномочного представителя главы государства, это будет в одной из соседних с нашей областей”. На слух воспринять и понять с первого раза смысл такой информации довольно сложно. А значит, и воздействие на аудиторию будет недостаточным.

Журналисты создают свои произведения, в данном случае сюжеты, и пишут тексты, чтобы повышать информированность аудитории. Этого можно достичь, если выполнять три условия, которые сформулировал Е. П. Прохоров:

1) небанальность (франц. banal — избитый) — оригинальность сведений, сообщаемых аудитории, новизна, наличие в материале сведений, которыми еще не располагает зритель;

2) декодируемость (франц. code — система записи) — доступность сообщения, возможность понимания его аудиторией в соответствии с замыслом журналиста, извлечение из текста смысла, адекватного заложенному в него значению;

3) релевантность (англ. relevant — уместный, относящийся к делу) — ценность, значимость для аудитории сообщаемых сведений, соответствие их потребностям и интересам зрителя [6, 34].

Анализируя тексты сюжетов информационной программы “Вести-Липецк”, мы можем заметить, что принцип небанальности соблюдается довольно редко. Все чаще в информационных материалах используются пресс-релизы, подготовленные сотрудниками пресс-служб, которые по жанру ближе к отчету, а не к репортажу. Соблюдение принципа декодируемости информации прослеживается не во всех материалах. Особенно это заметно при использовании сокращенных терминов, например, ВТО (Всемирная Торговая Организация), без расшифровки смысла слова. Это затрудняет понимание зрительской аудиторией, что же хотел сказать журналист. Наиболее выражен в работе редакционного коллектива “Вести-Липецк” принцип релевантности. Это особенно заметно проявляется в периоды, когда в стране происходят социальные реформы. Так, например, в январе—марте 2005 года ВГТРК требовала от региональных партнеров особое внимание уделять разъяснению проводимой в стране в это время реформы по монетизации льгот. В эфир ГТРК “Липецк” ежедневно выходили сюжеты о том, как проходит эта реформа, и чиновники администрации Липецкой области объясняли людям различные аспекты монетизации. Аналогичная практика прослеживалась и в периоды проведения переписи населения, выборов Президента России в 2004 году. Ресурс второго федерального канала использовался максимально и на региональном уровне.

Следует отметить, что в информационных программах других телеканалов, таких как ТВК и “Липецкое время” количество стилистических и фактических ошибок гораздо меньше. Журналисты готовят свои материалы в течение дня и имеют возможность ко времени выхода в эфир вечернего выпуска проверить все ошибки, устранить неточности, подумать о небанальности и оригинальности сюжета и всего выпуска в целом.

На ГТРК “Липецк” в 2005 году для репортеров была введена норма выработки материала — полтора-два сюжета в день, и это также сказывается на качестве работы и сюжетах, которые выходят в эфир.

В этой связи стоит привести тезис практика отечественного телевидения Б. Д. Гаймаковой,

что редактор программы несет полную ответственность за подготовленную к эфиру работу и должен критически подходить к каждому материалу, чтобы устранить имеющиеся в нем недостатки. «Работа редактора над языком произведения есть в то же время и работа над уточнением, усовершенствованием мысли. От профессиональной зрелости и мастерства редактора зависят качества материала, его сила воздействия» [5, 70]. В сферу деятельности редактора на телевидении сегодня входят задачи не только литературного редактирования текстов журналистов, но и организация производства программы, выпусков новостей, продюсирование телепередач.

Если мы говорим о редакторе информационной программы, то его работа проще, но в то же время и ответственнее, чем у редактора тематической телепередачи или у редактора литературного произведения. В информационной программе конечный продукт работы журналиста и автора, как правило, — заметка, сюжет, репортаж, отчет. Главное достоинство таких материалов заключается в важности новостийной информации, оперативности, краткости, ясности, актуальности и точности. Круг задач редактора информационного материала в первую очередь — это исправление ошибок и неточностей — грамматических и смысловых, которые мешают быстро точно зрителям воспринимать сообщение. Если с этой задачей редактор справляется, то в эфир информационной телепередачи не выходят материалы с фактическими и смысловыми ошибками, такие неточности исправляются редактором или автором еще до монтажа сюжета. Если в эфир телекомпании выходят такие сюжеты, которые мы приводили в качестве примеров, то можно сделать вывод, что редактор данной телекомпании не выполняет минимальный объем задач, за которые отвечает.

Редактор любой телепередачи в настоящее время на региональном телевидении является одной из ключевых фигур. Он несет ответственность за все материалы, которые выходят в эфир на том или ином телеканале. Можно согласиться с Б. Д. Гаймаковой, что профессия редактора — это одна из тех редких профессий, в которой одновременно сочетаются критик и знаток языка, стилист и педагог, организатор и художник [5, 70]. Главный редактор региональной телекомпа-

нии определяет верстку программы, то, какие материалы следует снимать и куда ехать. От него зависит, мнение какого эксперта по проблеме будет озвучено в сюжете. На главного редактора в большей степени, чем даже на директора, ложится ответственность за информационные выпуски ГТРК. Поэтому в ситуации, когда региональные ГТРК стали филиалами ВГТРК, кандидатуры главных редакторов ГТРК следует утверждать в головной компании, возможно, на конкурсной основе, после согласования в ВГТРК, непродолжительной стажировки в Москве и личного знакомства с принципами работы информационной службы «Вести». Это сделает сотрудничество федерального и регионального телеканалов более скоординированным и будет повышать не только рейтинг, но и зрительское доверие к российскому телевидению в регионе.

ЛИТЕРАТУРА

1. В потоке информации. Информационное поле Нижнего Новгорода // Вестник ВГТРК — 2001. — № 4 (24). — С. 19-21.
2. Головин Б. Н. Основы культуры речи / Б. Н. Головин. — М., 1980. — С. 126-233.
3. Кембелл Р. Организация работы отдела новостей. Материалы семинара для директоров отдела новостей / Р. Кембелл. — М.: Интерньюс, 1998. — 30 с.
4. Лашук О. Р. Редактирование информационных сообщений / О. Р. Лашук. — М., 2004. — 159 с.
5. Мастерство эфирного выступления: Уч. пособие / Б. Д. Гаймакова, С. К. Макарова, В. И. Новикова, М. П. Оссовская. — М.: Аспект Пресс, 2004. — 283 с.
6. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики (Практическая журналистика) / Е. П. Прохоров. — Изд. 4-е, исправленное и дополненное. — М.: Изд. РИП-холдинг, 2002. — 322 с.
7. Сенкевич М. П. Стилистика научной речи и литературное редактирование научных произведений / М. П. Сенкевич. — М.: Высш.шк., 1984. — 319 с.
8. Телевизионная журналистика: Учебник. — М., 1988. — 304 с.
9. Цвик В. Л., Назарова Я. В. Телевизионные новости России. Уч. пособие / В. Л. Цвик, Я. В. Назарова. — М., 2002. — 176 с.

Рецензент — Т. В. Лебедева.