

ТИПОЛОГИЯ ПОДВОДОК В ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОГРАММАХ НА РОССИЙСКИХ ФЕДЕРАЛЬНЫХ ТЕЛЕКАНАЛАХ

М. В. Пименова

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 25 сентября 2019 г.

Аннотация: статья посвящена такому неотъемлемому элементу информационных программ, как подводка. Выделяются разновидности подводок в выпусках новостей на российских федеральных телеканалах, а также анализируются их основные структурные отличия и определяется частота использования.

Ключевые слова: российские федеральные телеканалы, подводка, информационная программа, ведущий информационной программы, редактор.

Abstract: the article is devoted to such an integral element of informational programs as lead-in. The emphasis is on the varieties of the lead-ins in the newscasts on the Russian federal TV channels, also author analyzes their basic structural differences and frequency of use.

Keywords: Russian federal TV channels, lead-ins, newscast, news releases, news presenter, editor.

Информационные программы как постоянная программная единица неизменно присутствуют в эфире универсальных телеканалов. Несмотря на активное развитие онлайн-изданий, телевизионные новости остаются популярным источником получения информации на территории России. По данным Mediascore, вечерние информационные передачи входят в топ-10 программ-лидеров на крупнейших федеральных телеканалах [1].

Элементом любой информационной программы являются подводки, которые выполняют роль вступлений перед материалами корреспондентов. Подводка не выступает в качестве самостоятельного жанра, однако она необходима для верстки информационной программы. Написание подводки — один из основных видов деятельности редактора информационной службы. Студенты-журналисты, проходящие практику в информационных редакциях крупных каналов, зачастую начинают свой профессиональный путь с создания малых новостных форм, в частности подводок. Систематизация подводок, которые используются в российском информационном вещании, стала бы серьезным подспорьем как для действующих, так и для будущих журналистов.

Прообразом телевизионной подводки стал газетный лид, которым обозначают «первый вводный абзац публикации, содержащий опорный факт сообщения» [2, 226], в котором «должно содержаться краткое описание интриги, о которой читатель узнает из статьи» [3, 9]. А. В. Колесниченко в «Настольной книге журналиста» рекомендует делать лид небольшим, в пределах 350–400 знаков, и советует: «Чтобы придумать лид, представьте, что вы

стоите на автобусной остановке, а в автобусе сидит ваш знакомый, которому нужно срочно сообщить, о чем ваша статья» [4, 53]. Поскольку подводки сформировались как элементы телевизионного новостного вещания вслед за газетными аналогами, то их классификации во многом пересекаются. Например, все лиды делятся на две большие группы: прямые и затяжные [5, 99]: в первых содержатся основные аспекты события, и «даже если читатель ограничится прочтением лида и не станет углубляться в текст статьи, он все равно окажется информированным о событии» [5, 100]; у вторых первоочередная цель не информировать — они должны передать атмосферу истории.

Подводка в новостях определяется как «короткое вступление к следующему сюжету, обычно содержит информационный повод» [6, 189]. В англоязычной литературе «подводка» ведущего новостей обозначается как anchor lead или lead-in (от существительного lead, одно из значений которого — открывающее предложение или параграф новостной статьи, объединяющий наиболее важные аспекты материала). Однако новостные подводки не повторяют лиды печатных изданий. Профессор журналистики И. Фэнг в своей работе «Стилевые различия газетных, радио- и теленовостей», проводя сравнительный анализ текстов в различных типах СМИ, заключает, что газетный лид должен содержать в среднем 35 слов и писаться по правилу «пяти W и одной H» [7, 8]. Но на радио и телевидении, по мнению Фэнга, такие длинные вводные части будут слишком обширны и подробности лучше оставить для основной части материала.

Помимо этого, ученый предложил классификацию так называемых телевизионных лидов. Особое

внимание он уделяет первому предложению. По его мнению, именно оно самое трудное в написании и на него отводится «больше сил и времени, чем на весь остальной текст» [8, 24]. Наиболее удачным является вступление по типу «жестких» новостей, то есть когда в самом начале даются все самые важные и интересные моменты. Первое предложение должно быть лаконичным, емким, сразу сориентировать зрителя в информационном пространстве. Второй тип — это «лид-бросок». Он представляет собой короткое предложение, которое не называется событием, а лишь намекает на него. Такой лид должен быстро перестроить внимание зрителя после предыдущего сюжета. Автор особо отмечает, что в таких вступлениях обычно отсутствуют глаголы и это во многом роднит их с заголовками. Еще один вид, выделяемый Фэнгом, — «лид-зонтик». Второе его название — сводный лид. Его отличает то, что он совмещает разные проблемы и всевозможные стороны одного события или даже несколько событий. Минус такого вступления в том, что оно часто получается абстрактным, что губительно для новостного жанра. Также Фэнг рассматривает частный лид, затрагивающий лишь один аспект проблемы, «лид-вопрос» и «отложенный лид». В последнем случае история излагается хронологически, и поэтому сам информационный повод становится не в начале лида, а в конце. Поэтому Фэнг еще называет такой лид «интригующим».

Классификацию телевизионных лидов в своей книге «Производство эфирных новостей» использует и американский исследователь телевидения Т. Уайт, отмечающий, что чаще всего в срочных новостях используется «жесткий» лид, который пишется по правилу «5W + 1H» [9, 60]. Второй тип Уайт называет «мягкий» лид. Он готовит зрителя к истории, которую тот сейчас увидит, а потому в первом предложении новость напрямую не сообщается. Третий тип он называет «лид-цитата». В нем на первое место выносится цитата, сказанная каким-либо ньюсмейкером. Так же как и Фэнг, Уайт выделяет «лид-зонтик» и «лид-интригу». Замыкают систематизацию Уайта негативные лиды или лиды с отрицанием [9, 65].

С опорой на представленные выше классификации нами был проведен предварительный анализ выпусков новостей на федеральных телеканалах, в ходе которого были выделены следующие типы

подводок, характерные для российского информационного телевидения:

«Жесткая» подводка — подводка, в которой вначале сообщаются основные составляющие новостной истории. *Житель Находки Евгений Романов заплатит 9 миллионов 300 тысяч рублей за убийство редких животных* [10].

«Мягкая» подводка — подводка, которую отличает первое предложение, где четко не называется информационный повод. *Политическое дежавю. В Киеве в третью годовщину переворота националисты устроили шествие под лозунгом «Все только начинается»* [11].

Цитатная подводка — подводка, центром которой является цитата одного из героев репортажа. *Америка намерена искать новые точки соприкосновения с Россией. Об этом сегодня заявил вице-президент США по итогам встречи в Брюсселе с главой Евросовета* [12].

Отложенная подводка — это подводка, в которой сообщение информационного повода перенесено на завершающие предложения или вовсе не присутствует в подводке. *Сегодня пользователи соцсетей смогли оценить неожиданный «спектакль» от «Ленкома». Только разыгрался наполненный драматизмом сюжет не на сцене, а возле здания театра в центре Москвы. На тротуаре, в нарушение требований ПДД, была припаркована машина...* [13].

Объединяющая подводка — подводка, которая собирает в себе несколько новостей или несколько разных тем, относящихся к одному событию. *Международный союз биатлонистов сегодня неожиданно отстранил от чемпионата мира в Австрии российскую спортсменку Екатерину Глазырину. Причина все в том же скандально известном докладе Макларена... А вот то, что Мартен Фуркад сбил накануне нашего Александра Логинова, преградил путь на финише Антону Шипулину, а потом еще попытался сорвать церемонию награждения, и доказывать не надо* [14].

Мы также обратились к количественному методу, чтобы показать, какие из подводок используются с наибольшей частотностью. В выборку вошли 120 вечерних выпусков новостей, вышедшие по будним дням в течение одного календарного месяца на крупных федеральных телеканалах: Первый канал («Время»), «Россия 1» («Вести»), НТВ («Сегодня»), Пятый канал («Сейчас»), РЕН ТВ («Новости») и ТВ Центр («События»).

Таблица 1.

Подводки в выпусках новостей на российских федеральных телеканалах

	«Жесткие» подводки	«Мягкие» подводки	Цитатные подводки	Объединяющие поводки	Отложенные подводки
Первый канал	29	50	6	6	3
Россия 1	78	86	20	13	4

НТВ	51	63	8	6	6
РЕН ТВ	23	41	5	5	3
Пятый канал	28	41	3	3	0
ТВ Центр	35	32	16	8	1

Выяснилось, что большей востребованностью пользуются подводки «мягкого» типа, а потому было решено выделить следующие их подтипы:

Подводки-заголовки. Этот тип наиболее популярен среди «мягких» подводок. Первое предложение таких подводок напоминает газетный заголовок, основная его задача — привлечь внимание телезрителя. Итак, начинаем с кровавой драмы, которая разгорелась в самом центре Москвы [15].

Также стоит выделить вопросные подводки, которые открываются вопросительным предложением, порой риторическим.

Подводка-связка — это подводка, которая соединяет предыдущий сюжет с последующим репор-

тажем. Например, 6 февраля 2017 г. на РЕН ТВ вслед за сюжетом о том, что на Байкале создали библиотеку из ледяных книг, в которых написаны пожелания со всего мира, был показан сюжет о королеве Великобритании: *Но если бы ее Величество оказалось сегодня на Байкале, у нее был бы шанс пожелать себе еще правления* [16].

Продолжающая подводка — это подводка, в которой новость подана в развитии, с учетом того, что раскрываемая тема ранее освещалась в информационном пространстве. *Украинские военные сегодня продолжают обстреливать города и поселки Донбасса* [17].

Таблица 2.

«Мягкие» подводки в выпусках новостей на российских федеральных телеканалах

	Подводки-заголовки	Вопросные подводки	Подводки-связки	Продолжающие подводки
Первый канал	42	2	4	2
Россия 1	66	4	11	5
НТВ	43	2	14	4
РЕН ТВ	25	0	15	1
Пятый канал	31	0	3	7
ТВ Центр	22	0	5	5

Приведенная классификация доказывает, что подводки на российском телевидении не однотипны. Такое разнообразие позволяет обогатить тексты ведущих информационных программ, делая их более интересными для широкой телевизионной аудитории. Этот фактор особенно важен (с учетом растущей конкуренции телевидения с онлайн-изданиями, поскольку на данный момент зритель ожидает от телевизионных новостей на определенном канале не только максимально оперативной информации, но и особенной подачи).

Отметим при этом, что в основной массе журналисты используют два типа подводок — «жесткие» и «подводки-заголовки» — как наиболее оперативные в написании, универсальные и лаконичные, позволяющие сэкономить ограниченный хронометраж информационных выпусков. Остальные типы под-

водок встречаются на отечественном телевидении заметно реже во многом из-за того, что подходят далеко не под все корреспондентские материалы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Mediascope. Рейтинги. Телевидение. Регион: Россия (города 100 тыс.+). Неделя: 13/05/2019–19/05/2019. Отчет: Программы-лидеры на каналах. Каналы: Первый канал, Россия 1, НТВ, РЕН ТВ, Пятый канал, ТВ ЦЕНТР.— Режим доступа: <https://mediascope.net/data/> (дата обращения: 25.06.2019).
2. Гуревич С. М. Газета: вчера, сегодня, завтра / С. М. Гуревич.— М., 2004.
3. Догма газеты «Ведомости». — 2006. — 1 июля. — Режим доступа: <http://mediakar.org/wp-content/uploads/2012/10/d0b4d0bed0b3d0bcd0b0-d0b2d0b5d0b4d0bed0bcd0bed181d182d0b8.pdf> (дата обращения: 25.07.2019).

4. Колесниченко А. В. Настольная книга журналиста: учеб. пособие для студентов вузов / А. В. Колесниченко. — М., 2017.
5. Колесниченко А. В. Практическая журналистика. Учебное пособие / А. В. Колесниченко. — М., 2008.
6. Телевизионная журналистика: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Ю. И. Долговой, Г. В. Перипечинной. — М., 2019.
7. Fang I. Writing style differences in newspaper, radio and television news. Center for interdisciplinary studies of writing. Monograph series no / I. Fang. — University of Minnesota, 1991.
8. Теленовости: секреты журналистского мастерства. Реферат книги И. Фэнга «Теленовости, радионОВОСТИ» (Сент-Пол, 1985). — М., 1997.
9. Уайт Т. Производство эфирных новостей / Т. Уайт. — М., 2007.
10. Сегодня // НТВ. — 02.02.2017. — Режим доступа: <http://www.ntv.ru/video/1387841/> (дата обращения: 05.05.2019).
11. Время // Первый канал. — 22.02.2017. — Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2017-02-22/320445-eks_prezident_ukrainy_viktor_yanukovich_napravil_pisma_mirovym_lideram (дата обращения: 17.05.2019).
12. Пятый канал // Сейчас. — 20.02.2017 г. — Режим доступа URL: <http://www.5-tv.ru/news/115026/> (дата обращения 10.06.2019).
13. Сегодня // НТВ. — 10.02.2017. — Режим доступа: <http://www.ntv.ru/video/1391502/> (дата обращения: 12.05.2019).
14. Вести // Россия 1. — 10.02.2017. — Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=qBggXN2lwuY> (дата обращения: 02.06.2019).
15. Новости // РЕН ТВ. — 03.02.2017. — Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=WGHDqDx10SY> (дата обращения: 07.06.2019).
16. Новости // РЕН ТВ. — 06.02.2017. — Режим доступа: <http://www.5-tv.ru/news/114520> (дата обращения: 18.06.2019).
17. Время // Первый канал. — 02.02.2017. — Режим доступа: https://www.1tv.ru/news/2017-02-02/319105-zayavleniya_vladimira_putina_v_vengrii_ob_obostrenii_v_donbasse_gaze_i_ekonomicheskom_sotrudnichestve_dvuh_stran (дата обращения: 20.05.2019).

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Пименова М. В., аспирант

E-mail: pimenova1993@list.ru

Lomonosov Moscow State University

Pimenova M. V., Postgraduate Student

E-mail: pimenova1993@list.ru