

Секция «Журналистика»

Литературная обработка событийной информации (на примере информационных агентств РИА "Новости Интерфакс, ИТАР-ТАСС)

Пашаева Яна Фармановна

Студент

МГУ им. Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: yanapashaeva91@mail.ru

Самыми оперативными источниками информации для СМИ, как правило, служат, информационные агентства. Жесткие временные рамки определяют специфическую форму их сообщений. И если раньше предоставляемой ими хроники событий было достаточно для журналистов, которые могли тщательно обработать текст, прежде чем отправить его в печать, то с развитием Интернета и конкуренции в нем, сообщения информагентств стали попадать на сайты СМИ, не подвергнувшись ни малейшей обработке. [1]

Предметом исследования стали материалы крупнейших российских агентств - ИТАР-ТАСС, РИА «Новости», Интерфакс, занимающих первое место среди источников событийной информации.

Как известно, для создания новостных сообщений необходимы ответы на шесть вопросов: «КТО», «ЧТО», «КОГДА», «ГДЕ», «КАК» и «ПОЧЕМУ». На начало заметки, хедлайна и лида, должно приходиться 70 процентов «веса», то есть общего смысла информации, и только 30 процентов - на все остальное.[2] Заголовок должен отражать главный новостной факт, однако иногда желание корреспондента подать новость эффективнее препятствует выполнению этой задачи, как например, в заголовке РИА «Новости» - «Нью-Йорк настроен на волну Уитни Хьюстон» (12.02.2012). Все подробности и дополнительные сведения располагаются в материале после заголовка и лида по нисходящему направлению в зависимости от их значимости или интереса, то есть по принципу перевернутой пирамиды. Несоответствие этой структуре может быть вызвано объединением в одном материале разнородных, мало связанных между собой новостей.

Требование точности, предъявляемое к материалам агентств, подразумевает логичность в подаче информации, которая нарушается при несоблюдении одного из четырех законов формальной логики. Не могут быть истинными в одно и то же время и в одном и том же отношении суждения в заметке РИА «Новости» от 25.02.2012: «Единственный кандидат в президенты Йемена набрал 65% голосов» в заголовке и «более 99% из пришедших на выборы проголосовали за единственного кандидата в президенты» в корпусе. Закон исключенного третьего нарушен в заметке ИТАР-ТАСС от 26.02.12. Автор пишет: «Власти Пакистана подтвердили, что снесли особняк в городе Абботабад, в котором в течение нескольких лет проживал главарь «Аль-Каиды» Усама бен Ладен», что не помешало ему заявить: «Как сообщил сегодня пакистанский спутниковый телеканал «Гео-ТВ» со ссылкой на представителя местной администрации, сегодня вечером все работы по сносу здания будут полностью завершены». Суждения не тождественны самим себе в предложении заметки РИА «Новости» от 27.02.2012: «Жертвой стрельбы, устроенной в понедельник в школе штата Огайо в США, стал один из учащихся, четверо получили ранения». Закон достаточного основания редко нарушается в заметках, так как это в основном характерно для аналитических жанров. [4]

Цель сообщений новостных агентств – информировать, а не объяснять, что обусловлено отсутствием времени на анализ текста, жанр большинства материалов – заметка, реже – интервью или репортаж. Официально-деловой стиль речи оправдывается требованиями беспристрастности, лаконичности и ясности. Из-за боязни остаться непонятыми авторы сообщений зачастую вместо упрощенных, «неофициальных» фраз используются более сложные – канцеляризм. Заметки РИА «Новости», ИТАР-ТАСС, Интерфакс невозможно представить себе без языка дипломатии, насыщенного международными терминами, сглаженного и обобщенного.

Обвинить в сухой манере изложения агентства также нельзя: в текстах встречаются элементы и газетно-публицистического, а порой и разговорно-обиходного стилей («...пассажиры же отделались легкими ранениями» (ИТАР-ТАСС, 25.02.2012)). Корреспонденты прибегают к перифразу (Виктор Бут – «оружейный барон», Андрес Брейвик – «норвежский стрелок»), метафорам и эпитетам, хотя и к общеупотребительным образным. [5] Редакторы, как правило, не мешают творить своим подопечным, и вносят правку лишь при употреблении выправить стилистические ошибки. Задача редактора – избавить текст от лишних деталей, отвлекающих от основного содержания. Последние чаще всего возникают из-за неправильно выбранного корреспондентом слова («у российских саночников создается отличная команда с прицелом на зимнюю Олимпиаду в Сочи», ИТАР-ТАСС, 22.02.2012).

Тексты журналистов – это так или иначе опосредованная информация, в которой прослеживается авторская позиция. Самый распространенный способ выражения мнения – цитирование героев материала. Публикуя их высказывания, агентство занимает позицию, согласную с высказанной или ей противоречащую. Больше 65% публикуемых материалов – заявления ньюсмейкеров. Задача редактора – не допустить искажения взгляда цитируемого персонажа, дезинформации из-за «выдергивания» журналистом отдельных фраз. Авторское мнение часто формулируется при помощи образных средств, а также «бэкграунда» – уже известных фактов, без которых некоторым читателям может быть непонятен информационный повод. [3]

Литературная обработка должна быть сведена к минимуму.

Литература

1. 1. Вирен Г. Интернет и традиционные печатные СМИ России: проблемы сосуществования и взаимовлияния. Медиаальманах. – 2011. - 1. – С. 50-57
2. 2. Воскобойников Я.С., Юрьев В.К. Журналист и информация: Профессиональный опыт западной прессы. - М.: Новости, 1993. - 204 с.
3. 3. Лащук О.Р. Редактирование информационных сообщений: Учебное пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 159 с.
4. 4. Накорякова К.М. Литературное редактирование. – М.: Издательство ИКАР, 2002. - 432 с.
5. 5. Солганик Г.Я. Стилистика текста: Учебное пособие. - М.: Флинта, Наука, 1997. - 256 с.