

## Адаптация новости в радиальное пространство (на примере ТАСС)

*Арустамян Лица Хачатуровна*

*E-mail: lizaarar@rambler.ru*

Тема «Адаптация новости в радиальное пространство (на примере ТАСС)» звучит в такой формулировке впервые, что делает ее уникальной и востребованной на сегодняшний день. Цель работы - раскрытие особенностей создания новостного материала для радиостанции.

При создании новостного материала сотрудники радиостанций в первую очередь ищут непосредственно *новость*. В лентах информационных агентств, в газетах или же отправляют собственных корреспондентов на события. Однако случается, что у редакции не хватает ни времени, ни ресурсов на самостоятельную подготовку информации, и в особенности это касается региональных радиостанций. Тогда радиостанции имеют возможность обратиться за помощью в информационное агентство России ТАСС. Казалось бы, что может предложить радио-редакции информагентство? В 2014 году в ТАСС запустили новый сервис под названием ТАСС Аудио, который предлагает радиостанциям стать подписчиками сервиса, а впоследствии получать 100-150 новостных сюжетов, готовых к выпуску в прямой эфир, в день. Преимуществом редакции ТАСС Аудио является то, что каждая новость подкрепляется звуковым комментарием экспертов или самих ньюсмейкеров.

Как создается новость для радио в ТАСС Аудио? Естественно, так как сервис работает для радиостанций, то никаких изменений в методике создания новости нет. Редакторы строго придерживаются законов новостной радиожурналистики.

Во-первых, нужно отметить особую стилистику новостного текста. Новость предполагает собой рассказ о событии, именно поэтому важно, чтобы язык текста был прост и понятен каждому слушателю. Информационное сообщение не должно требовать каких-либо усилий по пониманию или запоминанию текста. Во-вторых, нужно брать во внимание особенности аудитории радиостанции. Если основой является молодежь 18-35 лет, то «сухие» и излишне официальные новости будут только отпугивать и не привлекут внимания. Напротив, имитация участия журналиста в их жизни и причастность слушателя к происходящему может сыграть на руку в вопросе об увеличении аудитории.

Следующее, о чем нужно упомянуть - грамматическая и лексическая составляющие текста. Эфир на радио требует особого отношения к русскому языку. Существует несколько неотступных правил, которых нужно придерживаться при написании новостного текста для радио. Писать короткими понятными предложениями, используя по 7-8 лексических единиц в каждом. Не использовать без надобности имена числительные, а большие числа - округлять. Малоизвестные географические названия не придадут новости информативности, а наоборот поставят слушателя в ступор. Поэтому сложное название неизвестной деревни (если это не столь существенно) лучше опустить. В новостном тексте лучше избегать оценочных слов, особенно если они носят негативный и уничижительный характер, например пресловутый, такой себе и другие. Также следует помнить, что в устной речи практически невозможно передать интонационный характер или иронию кавычек. Поэтому этим тоже придется пренебречь.

Интересно, что даже время, в котором используются глаголы в предложениях, имеет определенную функцию в аудио новостях. Необходимо писать новости в настоящем времени. Таким образом, у слушателя сложится впечатление о том, что все происходит «сейчас» и «при нем». Безусловно, это положительно скажется на восприятии слушателем новости, и, возможно, в следующий раз он отдаст предпочтение именно той радиостанции, которая говорит о «здесь и сейчас» новостях.

Что касается построения новости. В первую очередь пишется лид, в котором и содержится новость. Лид - ответ на вопросы что, где, когда, кто и почему. Самое важное в нем - первая строка. Часто ее используют и как заголовок. Именно в первом предложении должна содержаться необходимая слушателю информация. Если не получится зацепить внимание слушателя сразу, с первого предложения, можно точно сказать, что слушать дальше новость он не станет. В первом предложении необходимо ответить на вопрос «что?». Журналисты совершают ошибку, начиная лид с ответов на вопросы «где?» и «когда?», так как они менее значимы. Во втором предложении редакторы ТАСС Аудио обычно пишут об источнике информации. «Соответствующий законопроект приняли депутаты Мосгордумы...», «...сообщает военный обозреватель Валерий Литовкин» и т.д. В следующих двух-трех предложениях приводится дополнительная информация по теме необходимая для лучшего восприятия слушателем новости.

Следующий этап - телефонное интервью для записи комментария для новости. ТАСС Аудио имеет огромнейшую базу контактов, поэтому найти эксперта по нужной теме не составляет большого труда. Редактор звонит эксперту, представляется, и дальше берет интервью под запись в программе DJin. После того, как интервью подходит к концу, редактор уточняет, как представить в подводке должность эксперта (потому что должность в базе может быть устаревшей) и прощается. Далее наступает этап монтажа аудиозаписи. В зависимости от того, насколько полным получилось интервью, можно вырезать из него не один, а даже два или три комментария. Комментарии должны быть от 20 до 35 секунд. При монтаже звука убираются слова паразиты, оговорки, компрометирующие высказывания и все то, что не относится к теме.

После того, как будут подготовлены аудио комментарии, следует их расшифровать, чтобы ведущий мог просмотреть комментарий, перед тем как включать его в прямом эфире. Также для них нужны подводки. Обычно подводкой является цитата спикера, которая не вошла в комментарий, но имеет прямое отношение к обсуждаемому вопросу. Пример: *Массовые аресты в турецкой армии после попытки переворота приведут к ее ослаблению, - заявил военный обозреватель агентства ТАСС Виктор Литовкин.*

По итогам работы можно сделать вывод: соблюдение перечисленных правил написания новостного текста - обязательно. В особенности, если дело касается радиального пространства. Журналист должен, принимая во внимание специфику аудиальной подачи новостей, полностью адаптировать их под формат радио эфира. Для успешного выполнения этой задачи нужно помнить о главной формуле - что, где, когда, кто, почему - а также о других важных стилистических, грамматических и лексических нормах речи в радиальном пространстве. Только выполнив все необходимые условия, журналист сможет привлечь внимание слушателя.

- 1) Время работать на радио. Современная радиожурналистика в разных жанрах. – Под ред. Е. Н. Филимоновых. – Фонд независимого радиовещания, 2002.