

УДК 007:304:001

ТИТРУВАННЯ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ ПЕРЕДАЧ У ПРЯМОМУ ЕФІРІ: ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ПОМИЛКИ

Анатолій Капелюшний

*Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Генерала Чупринки, 49, 79001, Львів, Україна
e-mail: journft@franko.lviv.ua*

Проаналізовано специфіку титрування телевізійних передач у прямому ефірі. Особливу увагу зосереджено на лексико-граматичних помилках у титрах, на причинах їх виникнення та запропоновано способи уникнення цих хиб у діяльності українських телеканалів і телекомпаній.

Ключові слова: телебачення, прямий ефір, тележурналіст, мовлення телевізійних журналістів, титри, титрування, лексико-граматичні помилки

Постановка проблеми. Значительные изменения в новостной индустрии масс-медиа вновь и вновь заставляют исследователей обращаться к динамично развивающемуся феномену – новости в СМИ, прежде считавшемуся самым консервативным сегментом в медиадискурсе. Изменения предопределены целым рядом обстоятельств: 1. Поставщиками новости становятся не только СМИ, но и аудитория, последнее стало возможным благодаря блогам, твиттерам, социальным сетям и т.п. Формирование новости становятся еще более диалогичным. 2. В результате глубокого технического прорыва возрастают оперативность и визуализация в подаче новости, в то время как вербальная сторона стремится к лаконизму. 3. В условиях серьезной конкуренции переживает динамичные изменения стилистика новостных текстов, поскольку стремится стать все более завлекательной. По всей видимости, мы становимся свидетелями зарождения новых форм и новых типов новостных текстов. Учитывая исключительную значимость указанных текстов в информационной политике масс-медиа, представляется важным проанализировать особенности речевого развертывания новостного сообщения в сети Internet.

Анализ исследований по проблематике работы. Вопросы стиля и речевой структуры новостных сообщений в традиционных типах текстов исследовались в целом ряде работ [2, 3, 5 и др.], изучалась роль авторского начала в них, особенности представленного в них хронотопа. Однако в нашей статье предлагается комплексный анализ закономерностей композиционного строения новостного гипертекста.

Представление о предмете сообщения – ситуации, событии, факте,

личности – формируется в ходе развертывания новостного текста в сетевом пространстве и появляется информационный продукт, именуемый новостью [см. подробнее: 4]. В новостном гипертексте объединяется общей темой совокупность сообщений, которые различаются по источнику и по времени поступления, но объединены тематически, переходы же от одного сообщения к другому обеспечены технически. Обратимся к основным свойствам речевого развертывания новости в гипертексте.

1. В отличие от линейного газетного текста, расширение гипертекста новости в Internet осуществляется ступенчато. Например, в www.yandex.ru на первом, самом оперативном, «горячем» этапе читатель знакомится с заголовком, содержащим гиперссылку: *В Петербурге конфликт из-за бойцовой собаки закончился смертью для ее владельца*. Как видим, в качестве заголовка используется предложение, в котором основной смысл (ядро) сообщения уже передан. Если пользователь решит восполнить недостающую информацию (уточнить причину, последствия случившегося, выяснить дополнительные обстоятельства происшедшего), значит кликом мыши вызывает продолжение текста.

На следующей ступени пользователь может продолжить знакомство с новостью через заголовочный ряд. В заголовках отражается расширение информационного пространства новости: первые сообщения о названном выше происшествии, появившиеся в половине одиннадцатого, содержат лишь сведения о случившемся, переданные в разной стилистике: *В Петербурге известный каратист убил собаку и ее вооруженного владельца* Neva24 11:08 *Каратист одним ударом убил спустившего на него бойцовую собаку петербуржца* Metro Russia 10:39 – в первом предложении сообщение не содержит объяснения действий субъекта, второе содержит в причастном обороте. Дальнейшие заголовочные сообщения, появившиеся через час, дают информацию о последствиях происшествия (*По факту смерти владельца бойцовой собаки возбуждено уголовное дело*. 11.16), в еще более поздних отражается динамика выяснения обстоятельств происшествия – причин (*В Петербурге хозяин бойцовой собаки с оружием напал на каратиста и оплатил жизнь* MR7.ru 12:40; *В Петербурге убит известный спортсмен, выгуливавший собаку без намордника* Российская газета. 12:18; *В Петербурге расследуют гибель хозяина бойцового пса от рук каратиста*. Росбалт.12:09; *Владелец бойцовой собаки умер, пытаясь застрелить прохожего из-за замечания*. Санкт-Петербург.ру. 12:02¹) и виновных в

¹ Обратим внимание читателя на то, что сообщение *В Петербурге расследуют гибель хозяина бойцового пса от рук каратиста*. в результате использования в нем фразеологизма *от рук* уже содержит косвенное обвинение каратиста, хотя суд еще не определил, кто в происшедшем прав, а кто виноват. А заголовок *Владелец бойцовой собаки умер, пытаясь застрелить прохожего из-за замечания*. совершенно нелеп, поскольку в нем нарушены причинно-следственные связи: главное действие – следствие – передано глаголом *умер*, а дополнительное действие, ставшее причиной, указано деепричастным оборотом – *пытаясь застрелить*. Без дополнительных пояснений того, как могло в результате одного действия случиться второе, разобраться читателю невозможно. Очевидно, что тенденция к лаконизации должна быть обеспечена коммуникативной компетенцией информирующего.

случившемся (Следствие покажет, превысил ли необходимую оборону каратист, убивший собачника. Аргументы и Факты - Северо-Запада.12:25).

После того как читатель по заголовкам определяется со своим «информационным интересом» и выбирает нужный ему материал, по гиперссылке переходит к следующей ступени – полному тексту. Развертывание новостной темы завершается, когда тема – информационный повод перестает быть актуальным.

Последняя по времени новость дается более подробно в рубрике “Последние новости” – заголовок, фото, лид и гиперссылка (“полный текст”), кликом которой медиапользователь может пройти далее и прочитать новостной текст полностью. Содержательное поле новости может быть расширено за счет добавления гиперссылок, в которых размещается информация о биографических данных действующих лиц или об источнике информации, и за счет визуализации новостного текста. Новостные сообщения, помимо гиперссылок, сопровождаются фотографиями, имеющими свои заголовки и указание на источник. Эти фотографии разных жанров: как сюжетные, так и портретные.

В отличие от линейного газетного текста, развертывание новости в Internet осуществляется не только ступенчато, но и вариативно. Гипертекст технически обеспечивает возможность поливекторности (разнонаправленности) информирования, т.е. выбора вариантов прочтения и логики осведомления множеством источников информации, освещающих происшествие, и разнообразием способов подачи информации – гиперссылок, фотографий, видео и аудиодемонстраций.

Как было видно из приведенных заголовков, вариативность в гипертексте обеспечивается разнонаправленностью развертывания новости для медиапользователя и выражается в разных смысловых акцентах у разных сообщений, а следовательно, и в стилистических различиях, которые обнаруживаются в сообщениях разных изданий.

Таким образом, одна из важнейших особенностей подачи информации в новостном гипертексте в Internet состоит в том, что содержание не выстроено для медиапользователя заранее в целостной форме, и степень знакомства с материалами зависит от активности реципиента. Хотя традиционная классическая композиция в таком тексте отсутствует, зато просматривается гиперструктура, обладающая способностью к саморазвитию. Возможность саморазвития заложена и в речевой структуре новостного текста. Далее продемонстрируем эти возможности гипертекста.

2. Для гипертекста новости чрезвычайно значимы когнитивно-коммуникативные и стилистико-прагматические текстообразующие категории ретроспекции и проспекции, описанные в научной литературе применительно к линейным текстам. В линейных текстах они принимают непосредственное участие в развертывании смыслового содержания текста. Эту же функцию, но несколько по-иному и при участии других средств, они выполняют и в новостном гипертексте. Категория проспекции связана с экспликацией для медиапользователя *последовательности* поступления и *анонсирования* новых сообщений и *указанием на их новизну*, а ретроспекции – с экспликацией *напоминания* о том, что уже сообщалось по данному новостному поводу.

Способы выражения категорий проспекции и ретроспекции различны. Свойства проспекции и ретроспекции имеют техническое обеспечение в виде *гиперссылок*, с помощью которых медиапользователю указывается направление последующего перехода от одной части текста к другой в виде *стрелок браузера* “назад” и “вперед”. Помимо этого ретроспекция проявляется на www.lenta.ru за счет *ссылок*, которые даются на прошлые материалы ленты, объединенные одной темой: **Ссылки по теме:** *Число погибших на шахте в Кузбассе увеличилось до 97 человек - Lenta.ru, 20.03.2007; Взрыв на кузбасской шахте произошел из-за обрушения породы - Lenta.ru, 19.03.2007; - В кузбасской шахте произошел взрыв - Lenta.ru, 19.03.2007.*

Однако проспекция и ретроспекция выражаются и в речевой ткани гипертекста. Указание на дальнейшее текстовое продвижение содержится уже в заголовке сообщения и выражается указанием на уточнение прежде появившейся информации: *Число погибших в кузбасской шахте выросло до 71, указанием на анонсирование: **Продолжение:** Из аварийной кемеровской шахты спасены 83 человека.*

Рассмотрим фрагмент новостного гипертекста: *По словам начальника пресс-службы Сибирского регионального центра МЧС Владимира Бердникова, работающего на месте событий, уже обнаружены тела Он уточнил, что спасательные работы осложнены ...* Проспекция выражается в этой части текста с помощью средств передачи чужой речи, которые сигнализируют не только об источнике сообщения, но и косвенно о поступлении **новой** информации, кроме того, на новизну указывает наречие *уже* и ремарочный глагол *уточнил*. Проспекция выражена и в завершение этого фрагмента сообщения анонсированием последующих действий участников события: *Спасательные работы **будут продолжаться** круглосуточно, пообещали в пресс-службе администрации Кемеровской области.*

Ретроспекция в гипертексте проявляется в возврате к прежде сообщенному, его повторе и выражается, например, вводным предложением отсылочного типа с темпоральным наречием (*Как сообщалось ранее, всего в момент происшествия в забое находились 200 горняков, 75 из них были выведены на поверхность живыми.*), резюмирующими вводными словосочетаниями (*Таким образом, пропавшими без вести считаются 54 человека.*), формами прошедшего времени (*Взрыв на шахте "Ульяновская" произошел в понедельник в 11:16 по московскому времени. По факту аварии на шахте "Ульяновская" возбуждено уголовное дело по статье 216, часть 3 УК РФ (нарушение правил безопасности при ведении горных, строительных или иных работ, повлекшее по неосторожности смерть двух или более лиц).*), указанием на уже имеющуюся информацию: *По предварительным данным, взрыв метана произошел после обрушения породы основной кровли «и выдавливания метана в горные выработки»...* Кроме того, ретроспекция выражается и в повторе основной содержательно-фактуальной информации – темы сообщения: *Взрыв на шахте «Ульяновская» произошел в понедельник в 11:16 по московскому времени.*

3. В речевом развертывании новости проявляется такое свойство, как напряженность [1], что обусловлено необходимостью как можно дольше удержать реципиента в Интернете. Для этого используются различные

стилистические способы создания и сохранения интриги. В целом эта проблема требует специального исследования, мы же здесь ограничимся несколькими замечаниями. Отметим, в частности, что напряженность наблюдается в формулировке заголовков и непосредственно на текстуальном уровне.

В заголовках напряженность создается, в частности, благодаря максимальному «сгущению» содержания новостного сообщения, его лаконизации, это передается предложением структурной схемы N_1-V_f : Митингующие оказали сопротивление милиции Бишкека; Генпрокурор Украины защитил КС от посягательств и лег в больницу; Режиссер ГЦКЗ "Россия" повторно признан невиновным в покушении на убийство.

В гипертексте напряженность поддерживается различными способами и приемами. Рассмотрим их на примере сообщения о взрыве на шахте Ульяновская в Кемеровской области в марте 2007 года; материал взят из архива www.lenta.ru. Развертывание новостного гипертекста начинается с публикации констатирующего факт заголовка-гиперссылки на www.lenta.ru: 19.03 12:14 В кузбасской шахте произошел взрыв. Новость развертывается так, чтобы соответствовать информационным ожиданиям аудитории: последовательно, «порционно» даются ответы на те привычные для потребителя новостей вопросы: кто? Почему? Как? Содержательное приращение происходит по нескольким основным направлениям: первое направление – уточнение количества спасенных горняков и количества жертв аварии, третье – выяснение причин аварии, расследование случившегося. Последний элемент в информационном отношении особенно важен: общество должно знать, кто виноват в чудовищных последствиях аварии.

Напряжение в повествовании возрастает с появлением версий причин взрыва, ср.: *19.03.2007, 19:40:13. Взрыв на кузбасской шахте "Ульяновская" произошел после обрушения породы основной кровли и выдавливания метана в горные выработки* 20.03.2007, 11:54:26. В связи с происшествием в "Ульяновской" областная прокуратура **возбудила уголовное дело по статье "Нарушение правил безопасности при ведении горных работ, повлекшее по неосторожности смерть двух или более лиц.** Далее, кроме основной рабочей версии, рассматривается и другая - "ошибка в проектировании". Напряжение возрастает из-за образующегося в информационном поле реципиента противоречия, которое вызвано, с одной стороны, сообщением о взрыве, а с другой стороны, сообщением о том, что шахта "Ульяновская" – "одно из новейших угледобывающих предприятий Кузбасса, оснащенное самым современным оборудованием", а очевидных технологических причин, приведших к взрыву в шахте, не было, так как "по данным Ростехнадзора, руководство шахты **проходило аттестацию в центральном аппарате ведомства на предмет знаний техники безопасности, а компания "Южкузбассуголь", которой принадлежит шахта, имеет все необходимые лицензии Ростехнадзора ... Последняя комплексная проверка шахты проводилась инспекторами Ростехнадзора с 7 по 15 марта 2007 г.**". Необходимость раскрыть видимое противоречие, возникшее в информационном поле читателя, требует дальнейшего информирования: "26.03.2007, 12:08:47 установленное там оборудование эксплуатировалось с **грубейшими нарушениями, сообщает пресс-служба Ростехнадзора**". Наконец, постепенно

с расширением новостного поля тайное становится явным – причина трагедии опять оказывается в пресловутом «человеческом факторе». Как видно из анализа, напряженность поддерживается типичными для новости способами – «сгущением» информации, введением дополнительных ее порций в строгом соответствии с ожиданиями медиапользователей.

4. Важнейшей тенденцией в новостной индустрии современности оказалось стремление привлечь читателей, а это вызвало широкую развлекализацию медиадискурса в целом, которая прежде всего выразилась в его всепроникающей устремленности к завлекательности. Интенции удивить, поразить, выделиться, оказаться во что бы то ни стало замеченным, в конечном счете добиться, чтобы «тебя купили», становятся ведущими в том числе в усилении напряженности новостного текста.

Установку на завлекательность можно наблюдать в информационной политике многих сетевых изданий. Расчет на то, чтобы привлечь внимание, обнаруживается в заголовочных обещаниях представить шокирующие подробности, связанные со смертью, расправой, бойней. Это понятно: страшное, ужасное неотвратимо притягивает внимание человека, не позволяя переключиться на другую информацию. Обращают на себя внимание выделенные шрифтом слова, которые активно используются в сети: «жестоко», «жесть», «горе», «трагедия», например: *Новая драма в семье Пугачевой; Страшную трагедию принес в семью новорожденный малыш; Скрывать больше нечего! Вся страна уже знает об этом горе!; Трагические подробности беременности Кейт Миддлтон. Все в трауре.* Эти устрашающие слова, с точки зрения авторов, должны завлечь читателя в «паутину информирования». Однако запугивание сводится в конечном счете к одному — к развлечению, а информирование семантически опустошенным. Семантически опустошенными оказываются слова «горе, трагедия, страшная болезнь».

По-видимому, есть в употребительности таких слов с целью развлечения опасность: а не перестанут ли они от частого употребления воздействовать? А не окажется ли так, что в момент столкновения с бедой, истинным горем человека не «зацепит», и, многократно развлекаемый этими словами, он останется безучастным, а значит лишится очень важного человеческого качества – способности к соучастию и к сопереживанию?

Безусловно, заслуживает одобрения истинно творческая обработка способов выражения экспрессии, связанная с разрушением стереотипов и обнаружением нового в фонетическом, орфографическом, семантическом... облике слова или в его взаимосвязи с другими словами, поскольку уточняет и проясняет сообщение, пробуждает и активизирует мысль читателя, повышает его интерес к печатному слову. Но грубое нарушение норм публичного общения искажает значимость слова и процесс его восприятия, вводит читателя в заблуждение. Этим искажается и вульгаризируется картина мира, создаваемая журналистами. Причем в условиях «журнализации» общества она усваивается читателем вместе с языком.

Таким образом, развлекализация проявляет себя в творческой практике СМИ неоднозначно: с одной стороны, в ней – протест против использования закостенелых форм и поиск новых, благодаря чему реализуется органично присущая языку журналистики установка на новизну выражения и рекламность.

Однако другая сторона таких поисков — культивирование безобразного, устрашающе-агрессивного. Культивирование стратегии устрашения опасно тем, что приучает к этому, деформируя эмоциональный мир человека.

Выводы. Важнейшая особенность речевой структуры новости в гипертексте проявляется в отсутствии традиционной классической композиции, зато просматривается новая незавершающаяся гиперструктура, обладающая способностью к саморазвитию. Эта возможность обеспечивается поливекторностью (разнонаправленностью) информирования, т.е. вариативностью прочтения и логики осведомления вследствие множества источников информации и разнообразия способов подачи информации – гиперссылок, фотографий, видео и аудиодемонстраций. Речевая структура обеспечивает эту возможность тем, что а) стимулирует продвижение реципиента по гипертексту; б) поддерживает интерес к предмету речи; в) продвигает по гипертексту, ориентируя в его многовекторном пространстве.

Перспективы дальнейших исследований. Уже на этапе первоначальных наблюдений за разворачиванием новостного гипертекста становится ясно, что многое из того, что было известно о природе текста, должно быть пересмотрено и переоценено. Закономерно встает проблема исследования композиционно-стилистических особенностей медиатекста, способствующих адекватной передаче смыслов в этих условиях. Изучение разворачивания информирования в гипертексте позволит уточнить картину развития глобальной новостной индустрии, обнаружить и оценить новые возможности информирования, предоставляемые Internet. Однако уже сейчас очевидно, что новостной гипертекст ставит перед обществом множество культурно-речевых проблем, не обращать внимания на которые небезопасно.

-
1. Антисуржик: Вчимося ввічливо поводитись і правильно говорити: навч. посіб. – 2-ге вид., доповн. і перероб. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2011. – 258 с.
 2. Бугрим В. В., Мащенко А. Г. Телебачення прямого ефіру: навч. посібник / В. В. Бугрим, А. Г. Мащенко. – К.: Либідь, 1991. – 200 с.
 3. Вайшенберг З. Новинна журналістика / З. Вайшенберг. – К.: Академія укр. преси, 2004. – 262 с.
 4. Дмитровський З. Є. Телевізійна журналістика: навч. посіб / З. Є. Дмитровський. – Вид. 3-тє, доповн. – Львів: ПАІС, 2009. – 224 с.
 5. Дмитровський З. Є. Телевізійна інформація: теорія і практика : навч. посібник / Зенон Дмитровський. – Львів: Видавн. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2002. – 128 с.
 6. Капелюшний А. О. Телебачення прямого ефіру: практика мовлення, типові помилки : навч. посібник / А. О. Капелюшний. – Львів: ПАІС, 2011. – 400 с.
 7. Копервуд Р., Нельсон Р. П. Как преподносить новости / Р. Копервуд, Р. П. Нельсон. – М.: Виоланта, 1998. – 128 с.
 8. Кузнецов Г. В. Так работают журналисты ТВ / Г. В. Кузнецов. – М.: Изд-во МГУ, 2004. – 400 с.

9. Кузнецов Г. В. ТВ–журналистика: Критерии профессионализма. – М.: РИП-холдинг, 2002. – 220 с.
10. Кэрролл Маккалах В. Новости на ТВ / В.Кэрролл Маккалах. – М.: Мир, 2000. – 285 с.
11. Поздняков Н. К. Информационная телепередача: Эфир, ведущие, зрители / Н. К.Поздняков. – М.: Восточный ветер, 1997. – 232 с.
12. Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови / О. Д.Пономарів. – К.: Либідь, 1992. – 248 с. (3-тє вид. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2000. – 248 с.).
13. Пономарів О. Д. Культура слова: мовностилїстичні поради / Олександр Пономарів. – К.: Либідь, 1999. – 240 с.
14. Сербенська О. А. Культура усного мовлення: практикум / О. А.Сербенська О. А.. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 216 с.
15. Сербенська О. А., Бабенко В. В. Основи телетворчості : практикум / Олександра Сербенська, Вікторія Бабенко. – Львів: ПАІС, 2007. – 112 с.
16. Стівенс М. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Мітчел Стівенс. – К.: Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2008. – 407 с.
17. Фэнг И. Теленовости: секреты журналистского мастерства / И.Фэнг И.. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1993. – 176 с.
18. Цвик В. Л. Телевизионная журналистика: история, теория, практика / В. Л.Цвик. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 382 с.
19. Шаповал Ю. Г. Поэтика телевизионной журналистики / Ю. Г.Шаповал. – Костопіль: Роса, 2003. – 204 с.
20. Шаповал Ю. Г. Телевизионная публицистика: методология, методы, мастерность / Ю. Г.Шаповал. – Львів: Видавн. центр ЛНУ імені Івана Франка, 2002. – 233 с.
21. Яковець А. В. Телевизионная журналистика: теория і практика : підручник / А. В. Яковець. – К.: Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2007. – 240 с.
22. Яцимирська М. Г. Культура фахової мови журналіста: навч. посібник / Марія Яцимирська. – Львів: ПАІС, 2004. – 332 с.

TITLING OF TELECASTS LIVE: LEXICAL AND GRAMMATICAL MISTAKES

Anatoliy Kapelyushnyi

*Ivan Franko National University of Lviv,
Gen. Chuprynky Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine.
e-mail: journft@franko.lviv.ua*

Covers linguistic special features of using of title of telecasts live. Special attention is paid to lexical and grammatical mistakes in title and reasons of its spring, recommendations by author for correction of this mistakes in practical work of ukrainian TV channels and TV companies.

Key words: linguistic special features, title of telecasts, lexical and grammatical mistakes, reasons of mistakes, correction of mistakes, TV journalists, telecasts live.

ТИТРИРОВАНИЕ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ПЕРЕДАЧ В ПРЯМОМ ЭФИРЕ: ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОШИБКИ

Анатолий Капелюшный

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко
ул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львов, Украина
e-mail: journft@franko.lviv.ua*

Проанализированы особенности применения титро в телевизионных передачах в прямом эфире. Особое внимание сконцентрировано на лексико-грамматических ошибках в титрах, на причинах их возникновения и предложены способы избегания этих ошибок в деятельности украинских телеканалов и телекомпаний.

Ключевые слова: телевидение, прямой эфир, тележурналист, речи телевизионных журналистов, титры, титрования, лексико-грамматические ошибки

*Стаття надійшла до редколегії 23.12.12
Прийнята до друку 10.01.13*