усилий при интернет-общении и играют важную роль при передаче эмоциональной окраски сообщений пользователей.

Таким образом, анализ материала, рассмотренного в статье, позволяет констатировать, что графические, орфографические и пунктуационные средства, используемые в виртуальном общении, полностью отвечают целям пользователей. Информация может быть передана с наименьшей затратой усилий, а получивший сообщение пользователь еще до начала чтения увидит эмотикон и с опорой на него подсознательно определит эмоциональный посыл предложения или той части текста, которой принадлежит данный эмотикон.

Список литературы

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М.: УРСС Едиториал, 2004.

2. Докинз Р. Эгоистичный ген. М.: Мир, 1993.

3. Мартине А. Основы общей лингвистики // Новое в лингвистике / под ред. В.А. Звегинцева. М.: Наука, 1963. Вып. III.

4. Чепурных В.И. О коммуникативно-прагматическом подходе к исследованию графических стилистических средств в художественном тексте // Семантика и прагматика единиц языка в тексте: межвуз. сб. науч. тр. / под ред. И.О. Гучинской [и др.]. Л.: ЛГПИ, 1988.

5. Yildirim F., Tahiroglu T. Internette türkçe kullanımı sorunları // Türkçenin Çağdaş Sorunları. 2006. P. 361–378.

Список источников

Instagram [Electronic resource]. URL: www.instagram.com (дата обращения: 13.03.2018).

Spinchat [Electronic resource]. URL: www.spinchat.com (дата обращения: 18.03.2018).

Ukchat [Electronic resource]. URL: http://ukchatters.co.uk (дата обращения: 14.03.2018).

Youtube [Electronic resource]. URL: www.youtube.com (дата обращения: 10.03.2018).

* * *

1. Ahmanova O.S. Slovar' lingvisticheskih terminov. M.: URSS Editorial, 2004.

2. Dokinz R. Jegoistichnyj gen. M.: Mir, 1993.

3. Martine A. Osnovy obshhej lingvistiki // Novoe v lingvistike / pod red. V.A. Zveginceva. M.: Nauka, 1963. Vyp. III.

4. Chepurnyh V.I. O kommunikativno-pragmaticheskom podhode k issledovaniju graficheskih stilisticheskih sredstv v hudozhestvennom tekste // Semantika i pragmatika edinic jazyka v tekste: mezhvuz. sb. nauch. tr. / pod red. I.O. Guchinskoj [i dr.]. L.: LGPI, 1988.

Linguistic features of the language of the Internet discourse

The main principle of the modern Internet communication is the rational use of time and language. In this regard, each level of language is undergoing some significant changes for successful development of the Internet communication. The article deals with the graphic, spelling and punctuation features of construction and design of the Internet discourse in the English, Turkish and Russian languages.

Key words: *economy principle, graphic devices, punctuation devices, spelling devices, emoticon, facepalm, memes.*

(Статья поступила в редакцию 03.04.2018)

Э.Ш. ШЕЙХОВА, П.А. ИБРАГИМОВА
(Махачкала)

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОГРАММ НА ОТЕЧЕСТВЕННОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ

На основе анализа информационных программ федерального и регионального (дагестанского) телевидения показаны проблемы по подготовке и созданию новостных передач. Рассмотрены особенности новостных программ регионального телевидения на примере ГТРК, РГВК «Дагестан» и ННТ, где основное внимание уделяется официальным региональным событиям. Показана роль федеральных каналов в освещении разнообразных информационных программ.

Ключевые слова: *телевидение, новостные программы, верстка, информационные каналы, региональные компании.*

Современный информационный рынок в России весьма обширен. У телезрителей появились более широкие возможности выбора, т. к. количественно и качественно изменилась ситуация, связанная с информационным телевизионным вещанием. Сегодня федеральные каналы предоставляют вниманию

© Шейхова Э.Ш., Ибрагимова П.А., 2018

зрителей широкий спектр самых разнообразных новостных программ. Телевизионные новости были и остаются по-прежнему одной из самых эффективных, действенных и социально значимых форм распространения информации. Значение новостных текстов в общем потоке массовой информации усиливается благодаря их высокому индексу повторяемости и воспроизводимости. Идет и процесс резкого обострения конкурентной борьбы за внимание зрителей между информационными службами. Остро стоит вопрос привлечения аудитории к телеинформации. А профессиональная верстка информационных выпусков является одним из инструментов, который помогает сделать каждый выпуск ярким и интересным.

Информационный раздел телевизионного вещания с каждым эфирным днем расширяется. Создаются целые каналы, которые специализируются только на информации, да и уже существующие каналы увеличивают цикличность выхода информационных выпусков. Руководители телевизионных служб новостей собирают по всей стране в свои ряды самых талантливых и увлеченных делом репортеров. Информационное отечественное телевещание является не застывшей структурой, а структурой, динамично развивающейся во времени. При этом, как замечают исследователи телевизионных новостей России В.Л. Цвик и Я.В. Назарова, «принципы новостного вещания закладывались в течение весьма продолжительного периода; корни многих, революционных на первый взгляд, явлений могут быть обнаружены среди тех традиций, которые формировались десятилетиями» [7, с. 11].

Современный человек не может и дня просуществовать без «свежей» информации о событиях в стране и мире. Новость – это тот продукт, который потребляется ежедневно. «Новость – это сообщение, в котором представлен современный взгляд на действительность в отношении конкретного вопроса, события или процесса. В новостях прослеживаются важные для индивида или общества изменения, которые подаются в контексте общепринятого или типичного…» [2, с. 95].

Информационные программы являются «лицом» любой телекомпании, опорными точками вещательного дня. Они удовлетворяют важнейшую потребность современного человека – быть в курсе происходящих событий в стране и мире. Любая телевизионная компания, рассчитывающая на серьезный рейтинг, начинает с новостей, уделяя им главное внимание. Новости, отражая процессы, происходящие в обществе, являются точным барометром происходящего в мире.

Любой выпуск информационной программы новостей должен иметь свое фирменное звуковое оформление, заставку, или, как еще говорят радиожурналисты, – «шапку». Не рекомендуется часто менять звуковое оформление: зритель должен привыкнуть к его звучанию, настраиваться на него. Знакомый сигнал привлекает внимание. Этот сигнал должен быть коротким, музыкально ярким, насыщенным, динамичным и психологически настраивать слушателя на восприятие программы. Музыкальное оформление выпуска «Время новостей» соответствует вышеперечисленным характеристикам. Динамичная, легкая, узнаваемая заставка привлекает зрителя.

Несмотря на достаточно тяжелый и дорогостоящий процесс, работа любого телевизионного канала начинается с создания и организации информационной службы новостей. Теоретики телевизионной журналистики считают, что престиж канала, прежде всего, зависит от состояния и уровня информационной составляющей.

В современном обществе телевизионная информация достаточно востребована и информационные программы пользуются популярностью. За последнее время открылось несколько новых информационных каналов – «Россия 24», «Russia Today», РБК и др. Вместе с тем и каналы широкого профиля («Дождь», «Комсомольская правда») создают весьма оригинальные по формату и содержанию новостные телепередачи. Вложение денег руководителями каналов в производство новостей говорит о востребованности информационных каналов. Возможность широкого выбора телевизионной информации приводит к конкурентной борьбе за внимание зрителей, что, естественно, способствует повышению качества телевизионных новостей. Благотворно сказывается также и вечное противостояние информационных служб, печатных СМИ и радиовещания, однако главным конкурентом на сегодняшний день является Интернет. И поэтому каждая служба пытается работать с полной отдачей, чтобы привлечь внимание аудитории яркостью информационного блока.

Теоретики телевизионной журналистики считают, что престиж канала прежде всего зависит от состояния и уровня информационной составляющей. Производство ежедневной новостной программы, которая при этом выходит несколько раз в день, – процесс достаточно сложный и напряженный. Чтобы привлечь

внимание аудитории к программе, необходимо создать коллектив профессионалов, единомышленников, которые будут работать как слаженный механизм. Каждый сотрудник информационной службы должен точно знать, что от него требуется. В процессе создания каждого выпуска новостей принимают участие десятки и сотни людей, обеспечивающих бесперебойный выход в эфир информационных телепрограмм: шеф-редактор, выпускающий программу, репортеры, операторы, звукорежиссеры, осветители, ведущие, монтажеры и др. Однако новости делают в основном репортеры и корреспонденты: именно они осуществляют поиск и обработку информации [1, с. 69]. Чем эффективнее работает вся команда, тем выше качество каждой информационной программы. Соответственно, и выбор аудитории в пользу более качественных новостей.

В каждой информационной службе федеральных каналов всегда есть хорошо продуманный план производства новостей. Шеф-редактор ориентирует всех сотрудников на определенные цели, формирует приоритеты процесса производства каждого выпуска. В каждой службе новостей Первого канала, НТВ, канала «Россия 1», Пятого канала проходят регулярные планерки. В них принимают участие и продюсеры каждого выпуска, редакторы, репортеры, ведущие. На недельных планерках обсуждаются предстоящие события, которые необходимо будет осветить в новостях. Особое внимание уделяется и заготовкам. В любой информационной службе должны быть «консервы» (сюжет, снятый впрок на случай, когда в новостях наступает информационный дефицит, который понадобится в спокойный день). Как замечает руководитель регионального вещания Би-Би-Си Джейн Моут, «планирование еще необходимо и по той важной причине, что оно оставляет время для размышлений». Журналисты не автоматы, не роботы, которые бездумно лепят сюжет за сюжетом [4, с. 163].

Наши региональные телевизионные компании – ГТРК, РГВК «Дагестан», ННТ – больше внимания уделяют ежедневным планеркам. На них определяется, что сегодня пойдет в выпуски программ. У дагестанских журналистов есть возможность предложить и собственные темы для тех самых «консервов».

Важнейшая задача любой информационной телеслужбы федерального и регионального уровня – отбор новостей. Каждый день в мире, стране, регионе происходит множество событий: хороших и плохих, радостных и трагичных. И здесь необходимо понять, какого характера информацию зрителям необходимо увидеть в данный момент. Проблема выбора – вечная проблема журналистики. Исходить следует из того, что в журналистике считается новостью.

Если говорить о верстке информационных программ на каналах ГТРК и РГВК «Дагестан», то отметим, что в них присутствуют сюжеты политической направленности, которые занимают большую часть всех выпусков и всегда идут первыми. Внешне информационная программа «Время новостей» имеет традиционную форму верстки и выглядит следующим образом:

1) шпигель (от нем. *Spiegel* – «зеркало») – краткий анонс новостей в начале выпуска;

2) официальная хроника (совещание у Главы РД, в Правительстве РД, в мэрии Махачкалы);

3) региональные новости;

4) блок экономики;

5) блок информации о культуре;

6) блок спортивных новостей;

7) блок рекламы;

8) прогноз погоды.

Главное правило: верстка должна строиться, исходя из значимости события. Условно выпуск разделяется по темам: чрезвычайные происшествия, политика, региональные проблемы, культура, спорт. Однако событие поднимается выше своей обычной позиции, если оно того заслуживает. У каждого выпуска обязательно должен быть главный материал или даже несколько материалов, в зависимости от хронометража программы. При составлении верстки обязательно учитывается и темпоритм выпуска. Он не должен быть монотонным. Очень часто информационные выпуски на региональных телеканалах начинаются с происшествий или криминала, например: дорожные и коммунальные аварии, пожары, убийства и др. В последнее время это стало устойчивой тенденцией.

Если у телеканала несколько новостных выпусков в день, то их верстка варьируется. Например, в утреннем блоке – анонс материала, в дневном – видеоряд на эту же тему, в вечернем – уже сюжет. Верстка каждой программы обязательно обсуждается на летучке и утверждается начальником службы новостей. Нередко в уже согласованную верстку вносятся изменения, если вдруг появляется срочная новость и ее нужно оперативно выдать в эфир [5, с. 152]. Приходится констатировать, что в информационных службах ГТРК и РГВК «Да-

гестан» предварительная работа по созданию приблизительного эскиза будущей информационной программы практически не ведется.

Информация становится продуктом, который необходимо выгодно продать. Телевизионные новости не исключение: «Новости – это товар, а товары по законам рынка надо продавать. Этим и заняты телеканалы. Чтобы товар продать, ему (товару) надо обеспечить достаточную по количеству и достойную по качеству рекламу. Впрочем, сам товар должен иметь определенное качество. Он должен быть красиво упакован и грамотно преподнесен» [6, с. 265].

Н.В. Зверева утверждает, что новостные программы верстаются по принципу: «это зритель должен знать – это зрителю интересно знать» [3, с. 171]. Однако информационные программы «Вести Дагестана» и «Время новостей» не придерживаются этого принципа. После просмотра очередного выпуска нередко складывается впечатление, что данные службы новостей работают не для людей, а для руководителей республики. Основное внимание уделяется официальным сообщениям, всевозможным совещания и заседаниям у Главы РД, Председателя Правительства и Председателя Народного Собрания.

Следует помнить, что важнейшим инструментом в верстке новостных выпусков является ранжирование. Под ранжированием в теории тележурналистики подразумевается определение степени общественно политической важности, общечеловеческой значимости новостей и последовательность их сообщения аудитории [7, с. 143].

Информационная политика телевизионных информационных служб определяется их принадлежностью к государственным телеканалам. В связи с этим новости на каналах «Россия 1», Первом, Пятом менее расположены к экспериментированию в сфере информации, чем каналы НТВ и РЕН ТВ.

Сегодня новости на ТВ представлены в двух форматах. В традиционной форме информационной новостной программы выпускаются «Новости», «Вечерние новости» и «Время» на Первом канале, «Вести» на канале «Россия 1», «Сейчас» на Пятом канале, «Новости» на РЕН ТВ, «Время новостей» на РГВК «Дагестан», «Вести Дагестан» на ГТРК «Дагестан», «Новости 24» на ННТ. Второй формат связан с каналом НТВ, телевизионная служба которого расширила границы информационного вещания, обратившись к методу подачи новостей в стиле инфотейнмента (информация плюс развлечения). На канале были созданы уникальные проекты – информационные шоу «Центральное телевидение», «Анатомия дня» и «Специальный выпуск».

Обращает на себя внимание и тот факт, что порой на Первом, Пятом каналах и канале «Россия 1» нарушается главный принцип информвещания – соблюдения баланса позитивной и негативной информации. Иногда из десяти сюжетов в выпуске может пройти семь сюжетов негативного характера. Следует отметить высокий профессионализм верстки на каналах НТВ и РЕН ТВ. В «Новостях» и «Итогах дня» соседство различных сюжетов никогда не бывает случайным. Материалы либо дополняют друг друга, либо создают определенный информационный контраст. Ведущие этих программ не устанавливают официальных преград между собой и зрителем, а работают на деловой или личной дистанции общения, что способствует лучшему восприятию информации.

Информационные службы ГТРК и РГВК «Дагестан» основное внимание уделяют событийным, тематическим, проблемным и специальным репортажам. Однако в новостных выпусках лидируют отчеты и официальные заметки. Используются все современные модели интервью: информационное, проблемное, портретное, анкета, пресс-конференция. В соответствии с требованиями ВГТРК, некоторые материалы с федеральных каналов повторяются в новостях Дагестана, что не позволяет журналистам подробнее освещать местные события.

Программа «Время новостей» на РГВК «Дагестан» более свободна в формировании своих выпусков, хронометраж которых больше, чем на ГТРК «Дагестан». За счет этого практически в каждом выпуске присутствуют сюжеты социальной и культурной направленности.

Анализ любой информационной программы следует начинать с определения и концепции. На ТВ сложились две концепции. Первая связана с тем, что «для одного канала главным в показе новостей всегда будут события, для другого люди, и только через людей события. И даже если зритель не знает об этом, то он это чувствует» [3, с. 119].

Концепция программы «Вести Дагестан» напрямую связана с концепцией канала «Россия». Данный канал достаточно официален и во главу угла ставит скорее событие – трагедию, а не человеческую личность. Информа-

ционная служба ГТРК «Дагестан» не отходит от данной концепции. Исходя из концепции определяется и стиль новостной программы – классический. В современной новостной журналистике существует несколько стилей информационных программ: классический, домашний, публицистический. «Вести Дагестан» придерживаются классического стиля.

Сегодня передача снимается в новой студии с современным дизайном и оформлением. Количество материалов варьируется от семи до двенадцати сюжетов. Для региона это вполне допустимая насыщенность выпусков. Обращает на себя внимание тот факт, что в последнее время хронометраж сюжетов корреспондентов информационной службы ГТРК «Дагестан» резко сократился и соответствует допустимым нормам. В связи с тем что хронометраж выпуска не превышает допустимых двадцати минут, новости спорта не ведет отдельный ведущий.

В программе «Новости 24» на ННТ дается обзор мировых и российских событий. Однако ставка делается на новости религиозного характера. Если говорить о жанровом своеобразии информпрограмм, то следует отметить, что Первый канал и «Россия 1» отдают предпочтение официальной и авторской заметке. Это позволяет делать выпуски более информативными. В этом же плане пытаются работать журналисты ГТРК и РГВК «Дагестан», однако последние порой превращают официальные заметки в длинные и затянутые отчеты. В программах «Вести» и «Итоги дня» активно используются прямые включения с места событий. На каналах НТВ и РЕН ТВ развивается формат собственных журналистских расследований. В жанровую палитру канала НТВ входят комментарии и интервью. Во всех рассмотренных программах присутствуют событийные, тематические и «обозренческие» репортажи. На ГТРК и РГВК «Дагестан» проблемные репортажи практически не встречаются.

Сегодня СМИ находятся в зависимости от местных властей, что, безусловно, влияет как на концепцию каналов, так и на жанровые и тематические приоритеты их программ. Контент-анализ содержания информационных программ республиканских электронных СМИ, по оценке экспертов, свидетельствует о сокращении за последний год материалов, связанных с реальными проблемами жителей городов и сел, и возрастании количества «паркетных» репортажей. Снижение объема социально значимой информации и увеличение сегмента «властной» информации – следствие неоправданной политизации информационного вещания дагестанского телевидения.

Список литературы

1. Вартанов А. Актуальные проблемы телевизионного творчества. На телевизионных подмостках: учеб. пособие. М.: Высш. шк., 2003.
2. Васильева Л.А. Делаем новости!: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2003.
3. Зверева Н.В. Школа регионального тележурналиста. М.: Аспект Пресс, 2004.
4. Как делать телевидение. М., 2000.
5. Телевизионный журналист: основы творческой деятельности / под ред. М.А. Бережной. М.: Аспект Пресс, 2017.
6. Цвик В.Л. Телевизионная служба новостей. М.: Юнити-Дана, 2008.
7. Цвик В.Л., Назарова Я.В. Телевизионные новости России: учеб. М.: Аспект Пресс, 2002.

* * *

1. Vartanov A. Aktual'nye problemy televizionnogo tvorchestva. Na televizionnyh podmostkah: ucheb. posobie. M.: Vyssh. shk., 2003.
2. Vasil'eva L.A. Delaem novosti!: ucheb. posobie. M.: Aspekt Press, 2003.
3. Zvereva N.V. Shkola regional'nogo telezhurnalista. M.: Aspekt Press, 2004.
4. Kak delat' televidenie. M., 2000.
5. Televizionnyj zhurnalist: osnovy tvorcheskoj dejatel'nosti / pod red. M.A. Berezhnoj. M.: Aspekt Press, 2017.
6. Cvik V.L. Televizionnaja sluzhba novostej. M.: Juniti-Dana, 2008.
7. Cvik V.L., Nazarova Ja.V. Televizionnye novosti Rossii: ucheb. M.: Aspekt Press, 2002.

Features of modern information programmes on domestic TV

Based on the analysis of the information programmes of the federal and regional (Dagestan) television, the article deals with the issues of preparation and creation of news programmes. It describes the features of the regional TV news programmes by the example of GTRK, RGVK "Dagestan" and NNT, where the main attention is paid to official regional events. The role of the federal channels in coverage of various information programmes is under consideration in the article.

Key words: *television, news programs, layout, information channels, regional companies.*

(Статья поступила в редакцию 05.03.2018)