

17. Kövecses Z. *Metaphor: A Practical Introduction* / Z. Kövecses. – N.Y.: Oxford University Press, 2002. – 304 p.
18. Lachmann G. *La Décoration! Figuring the Feminine and the Writing of Mallarmé* / G. Lachmann // *Corps/Décors: Femmes, Orgie, Parodie*. – Rodopi, 1999. – P. 285-302.
19. *Masculin/féminin dans la poésie et les poétiques du XIXe siècle* / sous réd. de Ch. Planté. – Lyon: Presses Universitaires de Lyon, 2002. – 517 p.

Summary

The article represents the model of interpretation of the poetic text "May" by famous French writer-modernist Guillaume Apollinaire based on the theoretical methodologies of cognitive poetics and linguistic synergy. The ways of presenting poetic information, justifying the understanding of a textual reality as a virtual one are analyzed. The poetic text is considered as a dynamic non-linear open system. The author makes an emphasis on a peculiar creative potential of the conceptual field of landscape in the actualization of poetic meanings of the stream of time and romantic relationships represented in the poem. A special attention is given to the consideration of the technique wordplay and its role in revealing figurative transformations within the work.

УДК 811.11-112: 81'42

ПОНЯТТЯ «НОВИНИ ТА ТЕЛЕНОВИНИ»: КОНЦЕПЦІЇ ТА ОСНОВНІ ОЗНАКИ

Чайковська О.Ю.

*Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»*

Постановка проблеми. Поняття новини має два значення: по-перше, це повідомлення в процесі комунікації, [20: 359] а по-друге, це поняття, яке може бути представлене як журналістська форма подачі інформації: «Новини – це елементарна форма журналістського повідомлення» і «вони інформують нас про події, стан речей та думки інших людей, які для нас є новими або важливими та в обох випадках цікавими» [17: 131].

Стаття присвячена одній з **актуальних** тем мовознавства, а саме: специфіці масової комунікації у медійному просторі завдяки обміну текстами між адресантом і адресатом.

Завдання дослідження полягає у розгляді основних ознак новин та теленовин, та узагальненні ознак німецьких теленовин каналів ARD, ZDF та RTL.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Організовані системи сповіщення виникли досить давно, наприклад, в перській імперії їх використовували ще в 500 р. до н.е. для ведення війни: повідомлення передавались за допомогою вогняних сигналів. Як в античні часи, так і в часи Середньовіччя посланці передавали повідомлення на великі відстані своїм отримувачам. Суспільні зміни в часи Ренесансу, наприклад винайдення книгодруку, сприяли покращенню передачі повідомлень. У кінці XV ст. з'явилися перші друковані брошури. Вони розповідали про весілля князів, війни та незвичні явища природи. У ті часи слово «газета» мало значення новини, чогось нового. Демократичний рух XIX ст. сприяв тому, що була створена система новин, яка вдосконалюється й до сьогодні. Були створені перші агентства новин такі, як Reuters та Associated Press. Саме тоді поняття новини набуло свого теперішнього значення [20: 360-368].

За Роше, сьогоднішні новини складаються з п'яти елементів: актуальність, загальний інтерес, побудова, зрозумілість та об'єктивність [11: 78]. Можна сказати що новини є актуальними, коли вони мають у собі новизну, спонукають адресатів до обговорення, також присутній розважальний елемент [17: 131]. «Актуальність у вузькому сенсі є різницею між вчора та сьогодні, зміною, яка відбулася протягом звітного періоду (декілька годин у радіоновин, 24 години у щоденних газет, 7 днів у тижневих газет)» [11: 83].

Новини мають викликати загальний інтерес. Вони мають розповідатися якомога більшій аудиторії слухачів та глядачів [17: 134]. Загальний інтерес виникає тоді, коли наявні певні фактори, такі як близькість, емоції, конфлікт, тяжкість наслідків та цікавість і таким чином створюється зв'язок з публікою [11: 84]. У побудові новини прослідковується чітка драматургія [17: 138]. Новини структуровані не хронологічно, а ієрархічно. Спочатку йде найважливіша інформація, де, в першу чергу, отримуємо відповіді на запитання Хто? Що? Коли? Де? Як? Чому? [Катарина Менг] Яке джерело? Новини, як правило, завжди мають таку інформацію, яка є не такою важливою і цікавою і, яку за потребою, можна без проблем видалити, не змінюючи значення новини. Однією з вимог, якій повинні відповідати новини, є їх зрозумілість. Обов'язок журналіста, поінформувати реципієнта, виконаний тоді, коли публіка розуміє ці новини [18: 11]. А тут важливу роль відіграє мова, яка і робить ту чи іншу новину зрозумілою.

Поняття об'єктивності в журналістській практиці передбачає, насамперед, професійну норму: новини мають відповідати дійсності, бути повними та збалансованими, не мусять мати будь-якої оцінки подій та уникати пустих фраз [11: 142]. З іншого боку, поняття об'єктивності є теоретичною проблемою. Уперше Вальтер Ліппманн у 20-ті роки минулого століття описав світ «занадто великим, занадто складним та занадто мінливим для того, щоб події в ньому чітко можна було висвітлювати» [12: 18]. Як при індивідуальному сприйнятті, так і у звіті журналіста може бути реконструйована лише спрощена модель реальності. І

тут журналісти змушені не лише відфільтровувати події реальності, а й вибирати, яким чином вони їх представлятимуть. Як наслідок абсолютна об'єктивність неможлива [20: 394].

Лише частинка того, що відбувається протягом дня, потрапляє у вечірні теленовини. Усюди у світі безперервно відбуваються події різного рівня значення, про які чисто теоретично можна було розповісти у новинах. Передачі мають у своєму розпорядженні досить малу кількість часу, щоб повідомити реципієнтам усі новини. І тут перед теленовинами постає проблема: з одного боку, вони мають на меті подавати повні та правдиві новини, з іншого, повинні вміти вдало скоротити обсяг, щоб вкласти в ефір. Та як і за якими критеріями ведеться пошук новин? Чим керуються журналісти CNN або RTL, коли вибирають ту чи іншу новину. Які фактори впливають на потік новин. У роботах з дослідження комунікації, ці питання належать до тих, які найчастіше зустрічаються.

Розрізняють ендогенні та екзогенні фактори впливу на потік інформації. Екзогенний характер має зовнішній вплив на створення новин, їх вибір та розповсюдження. Прикладом можуть слугувати норми цензури. Ендогенні фактори – це фактори, заздалегідь закладені в потік інформації.

Предметом багатьох медіадосліджень є переважно оформлення новин, їх зміст та сприйняття. Багато уваги приділялося особі журналіста. У 50-ті роки останнього століття він відігравав вирішальну роль у виборі інформації з інформаційного потоку. Журналіст виконував роль голкіпера. Девід МенінгВайт досліджував робочий процес редактора новин однієї американської газети. Вайт дійшов висновку, що журналіст на основі власного досвіду, пристрастей та схильностей вирішує, яку інформацію подавати до уваги реципієнтів [21: 12]. «З іншого боку, у новинах більш або менш знаходять відображення політичні та ідеологічні установки, яких, наприклад, дотримуються видавці, і вони у деяких випадках можуть бути вирішальними у виборі тієї чи іншої новини» [20: 388]. Наслідком цього є те, що редактори приймають своє рішення не на основі власних преференцій та досвіду, а в контексті організаторських або технічних розпоряджень редакції або видавництва.

ЕйнарОстгарт (1965) увів поняття «фактори новин». Він визначив їх як критерії, які негативно впливають на вільний інформаційний потік. У 60-ті роки він описав три блоки таких факторів: спрощення, ідентифікація та сенсаційність [16: 39]. Інформаційні фактори як основа вибору журналіста представляють соціально та культурно обумовлені конвенції цікавості та важливості. «Журналісти орієнтуються на певні уявлення, які на їх думку відповідають потребам публіки. Інформаційні фактори – це критерії вибору та обробки новин» [20: 13]. ЙоханГальтунг створив теорію значимості новин на основі цього принципу. Він розробив 12 факторів, які відповідають за вибір і сприймання в інформаційному потоці: частота, перехідний фактор, однозначність, значимість, співзвучність, здивування, безперервність, варіація, ставлення до певної нації та до певної особи, персоналізація та негативізм [6: 64]. Чим більше таких інформаційних факторів має подія, тим краще вона оформлена, тим вища її

значимість. А значимість у свою чергу і вирішує, в якому обсязі слід розповідати про певну подію. Вінфрід Шульц розтлумачив інформаційний потік як інтерпретацію дійсності і як вираження саме журналістського сприйняття подій. Він підсумував інформаційні фактори Гальтунга шістьма параметрами: час, близькість, статус, динаміка, валідність та ідентифікація. Ганс Матіас Кепплінгер (1989) охарактеризував інформаційні фактори як узаконення швидше політично вмотивованих рішень за посередництва журналіста. Вибір новин на первинному рівні визначається політичними цілями, інформаційні фактори вживаються для обґрунтування цих рішень.

Міріам Мекель та Клаус Кампс (1998) зменшили загальний перелік критеріїв, характерних для телебачення, до п'яти: візуальність, релевантність, актуальність, співзвуччя та простота [14: 23]. Такий інформаційний фактор як візуальність концентрується на картинках: якщо наявний відеоматеріал, зростає можливість того, що повідомлення потрапить у передачу. У зв'язку з тим, що теленовини транслюються щоденно, вони мають бути актуальними саме в день трансляції. Новини про швидкоплинні події мають більше шансів потрапити до трансляції, ніж новини, події яких тривають більш довго. У процесі створення теленовин важливу роль відіграє фактор адресата, тобто публіка. Новини повинні бути вагомими для глядачів. За цим ховається вимога – новини повинні повідомляти не лише про видатні події, але й торкатися спірних питань, політичних, економічних або суспільних сфер життя, щоб всеохоплююче інформувати аудиторію [14: 24].

Редакція теленовин *tagesschau* створила свої критерії вибору новин, які були дещо схожі на критерії, створені Кампсом та Мекель. Перед усім вони керувалися наступними запитаннями:

- Чи є нове актуальним?
- Що в новому є важливим?
- Що слугує створенню демократичного уявлення про державні органи та громадські організації [15: 33]?

Інформаційні фактори відіграють важливу роль у повсякденному житті усіх медіа. Вони є чинниками, які визначають вибір новин, наприклад, як на передачах *tagesthementa heutejournal*, так і *tagesschau* та *heute*. Виконуючий обов'язки директора телепередачі *heutejournal*, Томас Гейнріх, все ж розрізняє *heutejournal* та *heute* завдяки обсягу інформаційних факторів, які вони містять. «В основному теми, цікаві для телепередачі *heute*, цікаві і для нас. Та все ж ми не так суворо дивимось на актуальні події дня і маємо можливість розповідати новини, які є менш важливими для нас. Наприклад, востаннє *heutejournal* провів інтерв'ю з президентом Ірану Махмудом Ахмадінежадом. Це не було актуальною подією, але ми все одно це зробили». Хоча іранський президент завжди прагне бути в центрі уваги, наприклад, коли мова йде про атомну програму або про їх заклятого ворога Ізраїль, то на момент інтерв'ю не було жодної актуальної події, пов'язаної з ним. Та все ж модератор Клаус Клебер полетів до Тегерану, щоб провести розмову з Ахмадінежадом» [11: 221].

Теленовини – це передачі, які в зазначений час і в установленому ефірному просторі розповідають про найважливіші актуальні події з усього світу [10: 302]. Фаульштїх та Маурер виокремлюють п'ять форм передачі інформації:

- 1) традиційні інформаційні передачі, які протягом усього дня, але за різної тривалості передають найважливіші події (німецькими аналогами є *tagesschau* та *heute*)[5: 80];
- 2) більш уточнюючі журнали теленовин пізнього вечора, а саме: *tagesthemata* та *heutejournal*[13: 63];
- 3) бульварні новини, які основний наголос роблять на плітки, інформацію міксують з розвагами. Наприклад, *hallodeutschland*[5: 80];
- 4) безперервні випуски новин на тематичних каналах, наприклад, *tagesschau24*, *n-tv* або *N24* [5: 637];
- 5) спеціальні випуски з актуального приводу, наприклад, *ARD-Brennpunkt* та *dasZDFspezial*[5: 80].

Теленовини розпочинають вечір глядача і мають змогу спонукати його до перегляду наступної програми цього каналу [2: 283]. Основними властивостями новин вважають: актуальність, правдивість, доцільність, нейтралітет, об'єктивність [7: 8].

Телевізійні новини на різних каналах відрізняються формою презентації та змістом. За Віттвен не завжди легко розрізнити типи форматів теленовин та все ж можна виокремити три основні форми: традиційна програма новин, шоу-новини (*newsshow*) та журнал новин [22: 29].

Віттвен визначає традиційну програму новин наступним чином: у традиційному форматі новини коментуються не ведучим, а журналістом, який знаходиться за кадром, обов'язковою умовою є збереження змісту [22: 30].

Мовний стиль таких новин формальний та сухий, переважають складні речення. Найчастіше розглядаються політичні та економічні теми, подача новин вибудована від найважливішого до неважливого. Журналістські форми презентації новин сильно обмежені, там домінують події та наслідки подій, які не мають коментуватися [22: 30].

Найпопулярнішою традиційною програмою телевізійних новин наразі є *dieTagesschau* німецькомовного каналу *ARD* в Німеччині. Такі новини характеризуються серйозністю та правдивістю викладу і не роблять ставку на розважальні ефекти.

Журнал новин висвітлює події більш поглиблено та надає другорядну інформацію. Представниками таких форматів новин є *dasheutejournal* або *dieTagesthemata*. Новини веде модератор або команда модераторів. Вони визначають порядок, у якому будуть висвітлювати новини. Інколи вони можуть висловити власну думку щодо певної події. Модератор має представляти собою особистість, якій довірятимуть глядачі.

У такій програмі теленовин можна добре розгледіти студію, але ніякої істотної функції вона не має. Цей формат новин має у своєму розпорядженні великий вибір тем, на які подаються новини, наприклад, класична культура,

життєвий стиль, мода, здоров'я, авангард та відомі особистості. Мова ведучих у таких новинах більш проста, допускаються іронія та жарти.

Поняття шоу-новини вперше з'явилося у США. Тут ефективно використовується студія, вживається велика кількість різних типів текстів (вікторина, телефонний зв'язок), модератор відходить на задній план, висвітлюються теми за рівнем зацікавленості реципієнтів, відчутне прагнення до більш сильної інтеграції інформації та спілкування, ніж у інших видів новин.

Відомим прикладом новин такого плану в Німеччині є *RTL aktuell*. Шоу-новини розповідають про те, про що інші роблять лише короткий огляд, вони також аналізують події. Основною ознакою є візуалізація. Шоу-новини намагаються поєднати інформацію та розваги, висвітлюється інформація про останні фільми. Спектр тем виходить за рамки журналу новин. На передньому плані знаходяться вподобання публіки. Ведучий має змогу рухатися в студії. Мова ведучих у таких новинах насичена драматургічними ефектами [22: 31-35].

Інформація про те, що транслюється по телебаченню, повинна бути донесена до аудиторії з необхідною повнотою та виразністю. Часто словесний зміст мусить бути поєднаний зі зображальними формами.

Порівняно з пресою новини на телебаченні здаються глядачам більш достовірними, тому що телебачення має можливість представляти новини використовуючи зображення та звук. Телеглядач має змогу побачити й почути про події, а не просто прочитати про це.

Випуск новин з модератором, який досі існує в Німеччині разом з оглядом дня, – це випуск, де мова йде суто про передачу інформації. Модератор зачитує новини, не висловлюючи власну думку і тримаючись дистанційно. Крім того, існують спеціальні форми новин, наприклад, як дитячі новини *logo!*.

Для усіх цих форм телепередач спільними є актуальність та суспільне значення тем. Наприклад, на каналі ZDF теленовини належать до невід'ємних частин програми, вони створюють імідж телепередачі та зміцнюють суспільно-громадський інформаційний вплив. У Німеччині теленовини – це найулюбленіше інформаційне джерело, понад 30 мільйонів людей щодня переглядають новини [23: 158]. Однією з основних причин такої величезної популярності є правдивість, яка закріплюється за теленовинами. Зображення на екрані відповідає за автентичність, воно передає вочевидь непідроблену реальність [8: 128]. Воно переносить публіку прямо на місце події. Такі зображення дають можливість глядачам задовольняти антропогенну потребу людей в отриманні інформації про світ зручним для них способом [8: 129]. Зображення знаходяться в центрі уваги, звук та текст відіграють другорядну функцію [19: 73]. До публіки звертаються різними способами: зображення передає інформацію, відповідає за автентичність та актуальність. Саме зображення викликає інтерес публіки. Те, що ми чуємо, є заздалегідь написаним текстом теленовин і саме за допомогою такого озвученого тексту телеглядачі можуть більш ретельніше зрозуміти побачене [15: 31].

Простота викладу також має важливе значення. Новина перед усім повинна бути зрозумілою. Слід зазначити, що *Tagesschau* є найстаршою та найуспішнішою

програмою новин у Німеччині. Для неї якраз характерні простота викладу і зрозумілість широкій публіці телеглядачів. З метою популяризації телебачення у Берліні, Потсдамі та Лейпцигу були облаштовані громадські телевізійні кімнати, де публіка могла насолоджуватися навіть переглядом Олімпійських ігор [4: 599]. У 1963 році створюється Друге Німецьке Телебачення ZDF. Заснуванню ZDF передували політичні суперечки. Колишній федеральний канцлер Конрад Аденауер хотів створити телеканал, який би контролювався федерацією. Прем'єр-міністри земель відхилили таку пропозицію, але компромісом стало створення ZDF, а з ним з'явилися і *heute-Nachrichten* (новини сьогодні). За концепцією створення вони були схожі на *tagesschau* (огляд дня). Вони на короткий час виходили в ефір у вечірній час. Обидва канали ARD і ZDF мали пізній випуск новин. У січні 1978 на зміну їм прийшли журнали новин, які поряд з актуальними новинами транслювали другорядні новини протягом 30 хвилин. Програми *Tagesthemen* (теми дня) та *heutejournal* (журнал сьогодні) доповнили список суспільних теленовин [13: 19].

Затвердження подвійної системи радіо- та телемовлення з 1984 року привело до нової фази в історії німецького телебачення та теленовин. Серед комерційних каналів перед усім новини транслювали канали RTL та SAT.1, які створили конкуренцію для ARD та ZDF. Вартою уваги є історія теленовин *RTL Aktuell*: протягом п'яти років ці новини здобули більше глядачів, ніж теленовини *heute* (сьогодні) у перші десять років свого розвитку [13: 36]. У 90-ті роки з'явилися тематичні канали, які безперервно транслювали новини. Канал ZDF транслював теленовини різного типу з годинним інтервалом [4: 637]. До цього ж ще й інтернет став важливою інформаційною платформою новин телеканалів у останні 20 років: *tagesschau.de* та *heute.de* належать до найважливіших способів розповсюдження суспільних новин.

Сьогодні ринок новин став популярним, як ніколи. Та глядачі багато телепередач новин сприймають однаково. Дослідники наголошують, що публіка не розрізняє різні типи новин. Причина полягає в однакових формах презентації [14: 14]. Для теленовин важливо показати власний профіль та відмежувати тим самим себе від усіх інших пропозицій теленовин [17: 134].

Суспільно-правові установи радіо- та телемовлення знаходяться під тиском більш чіткого пристосовування до інтересів глядача. З одного боку, вони хочуть викликати найбільш високий рівень інтересу глядача, тобто отримати високий рейтинг. З іншого боку, вони намагаються виконати своє завдання [22: 13].

Теленовини повинні у демократичній країні, такій як Німеччина, виконувати важливу політичну функцію: вони мають формувати та поширювати новини [1: 225]. Для каналу - це нелегке завдання, тому що телебачення перш за все слугує публіці як носій інформації, та все ж пріоритетно використовується для розваг [14: 27].

У своїй статті в журналі «Медіа перспективи» Геєзе та Цубаір [24: 322] називають новини основними складовими актуальних медіа, не зважаючи на технологічний носій. Вони вважають, що новини незмінно належать до

найважливіших інформаційних джерел громадян. Дослідники навіть провели опитування, де вони попросили людей дати оцінку усім телевізійним передачам і виявилось, що новини є найбільш популярною програмою, яку вони охоче переглядають. А за дослідженням Саша Хьолліг та УвеХазенбрінка [9: 531] можна стверджувати, що серед новин, представлених на різних технологічних носіях (радіо, інтернет, телебачення), саме новини на телебаченні користуються найбільшим попитом.

Таким чином, розглядаючи основні концепції та ознаки новин, можна зробити **висновки**, що вони мають відповідати наступним критеріям: загальному інтересу, об'єктивності, актуальності, зрозумілості та простоті. Новини конструюються так, щоб тримати зв'язок із аудиторією. Вони повинні відповідати дійсності, бути повними і збалансованими.

Також огляд літератури з дослідження основних ознак новин дає змогу чітко зрозуміти, що дотримання абсолютної об'єктивності є неможливим, тому що журналісти мають не лише відфільтровувати події реальності, а й вибрати яким чином їх представити. У цьому їм допомагають так звані «фактори новин». Ці фактори відповідають за вибір і сприйняття в інформаційному потоці, а інформаційний потік – це інтерпретація дійсності і вираження журналістського сприйняття подій.

Новини повинні повідомляти не лише про видатні події, але й торкатися спірних питань, щоб всеохоплююче інформувати публіку і створювати певний рівень довіри до себе.

Проаналізувавши теоретичний матеріал, було виокремлено п'ять основних форм теленовин, до яких належать: традиційні інформаційні передачі, журнали теленовин, бульварні новини, безперервні випуски новин та спеціальні випуски з актуального приводу. На різних каналах теленовини відрізняються за формою, змістом, тривалістю, мовним стилем. Та основною вимогою, якої мусять дотримуватися усі творці теленовин, є логічне поєднання словесного змісту зі зображальними формами.

Література

1. Branahl, Udo. Medienrecht. Eine Einführung/Udo Branahl. VS Verlag. Wiesbaden 2009, 337 S.
2. Brosius, Hans-Bernd. Alltagsrationalität in der Nachrichtenrezeption/ H. Brosius. – Ein Modell zur Wahrnehmung und Verarbeitung von Nachrichteninhalten. Opladen 1995. – 351 S.
3. Brosius, Hans-Bernd. Visualisierung von Fernsehnachrichten/ Hans-Bernd Brosius, In: Kamps, Klaus/Meckel, Miriam (Hrsg.): Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen, Funktionen. Westdeutscher Verlag. Opladen/Wiesbaden 1998, S. 213-224.
4. Donsbach, Wolfgang. Rundfunk/Wolfgang Donsbach, Jürgen Wilke. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Fischer. Frankfurt am Main 2009, S. 593-650.

6. Faulstich, Werner. Grundkurs Fernsehanalyse / Werner Faulstich. Wilhelm Fink Verlag. Paderborn 2008, 237S.
7. Galtung, Johan. TheStructureofForeignNews.ThePresentationof the Congo, Cuba and Cyprus Crisis in Four Norwegian Newspapers / Johan Galtung, Mari Holmboe Ruge. In: Journal of Peace Research 2/1965. S. 64-91.
8. Gombert Ute. Tradition contra Show/ U. Gombert. – Inhaltsanalyse der Politikberichterstattung in öffentlich-rechtlichen und privaten Nachrichtensendungen am Beispiel von Tagesschau und RTL aktuell. Berlin 2006. – 449S.
9. Halff, Gregor. Wa(h)re Bilder? Zur Glaubwürdigkeit von Fernsehnachrichten / GregorHalff. In:Kamps, Klaus/Meckel, Miriam (Hrsg.): Fernsehnachrichten. Prozesse, Strukturen,Funktionen. Westdeutscher Verlag. Opladen/Wiesbaden 1998. S. 127-134.
- 10.Hölig, Sascha. Nachrichtennutzung im Wandel: Neue Plattformen, Endgeräte und Zugänge / Sascha Hölig, Uwe Hasebrink. In: Media Perspektiven 11/2014. Seite 530-538.
- 11.Kopper, Gerd. Medienhandbuch Deutschland/Gred Kopper. Rowohlt. Reinbek bei Hamburg 2006, 490 S.
- 12.La Roche, Walther. Einführung in den praktischen Journalismus/Walther la Roche. Econ. Berlin 2008, 337 S.
- 13.Lippmann, Walter. Die öffentliche Meinung/Walter Lippmann. Rütten und Loening. München 1964, 28 S.
- 14.Maurer, Torsten. Fernsehnachrichten und Nachrichtenqualität. Eine Längsschnittstudiezur Nachrichtenentwicklung in Deutschland/ Torsten Maurer. Verlag Reinhard Fischer. München 2005.
- 15.Meckel, Miriam. Fernsehnachrichten. Entwicklungen in Forschungund Praxis/Miriam Meckel, Klaus Kamps. In: Meckel, Miriam/Kamps, Klaus (Hrsg.): Fernsehnachrichten. Prozesse,Strukturen, Funktionen. Westdeutscher Verlag. Opladen/Wiesbaden 1998. S. 11-29.
- 16.Mehne, J. *Die Nachrichten journal etagesthemenundheutejournal/* J. Mehne. – SpringerFachmedienWiesbaden 2013, 189 S.
- 17.Östgaard, Einar. Factors Influencing the Flow of News/Einar Östgaard. In: Journal of Peace Research 2/1965. S. 39-63.
- 18.Reumann, Kurt. Journalistische Darstellungsformen/ Kurt Reumann. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation.Fischer. Frankfurt am Main 2009. S. 129-167.
- 19.Schneider, Wolf. Deutsch für Profis/ Wolf Schneider. Wege zu gutem Stil. Goldmann-Verlag.München 2001, 268S.
- 20.Schult, Gerhard. Der Beitrag des Textes zur Information/ Gerhard Schult. In: Schult,Gerhard/Buchholz, Axel (Hrsg.): Fernseh-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildungund Praxis. Econ. Berlin 2006. S. 73-77.

21. Schulz, Winfried. Nachricht/ Winfried Schulz. In: Noelle-Neumann, Elisabeth / Schulz, Winfried / Wilke, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Fischer. Frankfurt am Main 2009. S. 359-396.
22. White, David Manning. The Gate Keeper: A Case Study in the Selection of News/ David Manning White. In: Journalism Quarterly 27/1950. S. 383-390.
23. Wittwen, Andreas: Infotainment. Fernsehrichten zwischen Information und Unterhaltung / A. Wittwen. – Bern; Berlin; Frankfurt a.M. 1995. – 236S.
24. Zubayr, Camille. Die Informationsqualität der Fernsehrichtenausschauersicht/ Camille Zubayr, Stefan Geese. In: Media Perspektiven 4/2009. Seite 158-173.
25. Zubayr, Camille. Die Informationsqualität der Fernsehrichtenausschauersicht / Camille Zubayr, Stefan Geese. In: Media Perspektiven 6/2013. Seite 322-338.

Summary

This article deals with the main features and concepts of broadcast and television news. The concept of "news" has many definitions. One definition has interpreted "news" as follows: a form of journalistic message that informs us about the events, things, and thoughts of others. TV news is a transfer of information at an appointed time in a prescribed space that relays important current events about the world. Television news channels come in various form, presentation, and content. All of these forms of television are socially significant and relevant topics to the public.

APPLIED LINGUISTICS, DISCOURSE ANALYSIS AND PRAGMATICS: A RELATIONSHIP

CEHAN ANCA

“Alexandru Ioan Cuza” University of Iași (Romania)

Applied linguistics and discourse analysis

Applied linguistics, discourse analysis and pragmatics have had a multifaceted relationship due the variety of perspectives used by all three in a diverse range of contexts. Both discourse analysis and pragmatics specialists recommend the incorporation of an awareness of these two fields in language education alongside the teaching approach, be it communicative or eclectic. Such a perspective can ensure the enhancement of the teaching of linguistic knowledge, from pronunciation to grammar and vocabulary.

Discourse analysis with a focus on application occupies an important position in applied linguistics as it makes possible the analysis and understanding of real language