

МОВНОСТИЛІСТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ У СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ СПОРТИВНИХ ЗМІ

*О. В. Корольова, аспірантка**

Досліджено мовностилістичні особливості заміток-новин у сучасних українських спеціалізованих спортивних журналах про спорт; охарактеризовано специфіку замітки-новини спеціалізованого спортивного видання; розкрито роль лідів і підзаголовків у замітці-новині спеціалізованих журналів про спорт.

Мовностилістичні, спеціалізовані журнали про спорт, замітка-новина, лід, підзаголовок.

Як відомо, замітка-новина є основним елементом будь-якої журналістики [3, с. 90]. Навіть спеціалізовані спортивні мас-медіа, орієнтовані на публікацію більших за обсягом аналітичних матеріалів, не можуть проігнорувати висвітлення актуальних подій зі світу спорту [3, с. 92]. Саме тому в цих виданнях належне місце має займати блок новин. Актуальність теми дослідження пов'язана з необхідністю системного та комплексного опису заміток-новин у сучасній журналістиці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Замітка-новина має просту, але водночас чітку структуру. Не дуже досвідченим кореспондентам необхідно оволодівати навичками написання новин, адже будь-яке видання мусить її публікувати. Як зауважує відомий американський теоретик сучасної журналістики Гомер Холл, половина успіху новини – це вдало підібраний лід (з англ. *lead* – вести), (заголовок або підзаголовок) [2, с. 246]. З ним погоджується британський дослідник сучасних спортивних мас-медіа Філ Ендрюс, який зазначає, що спортивні видання також мають керуватися цим правилом: «Головне правило написання гарної новини на будь-яку тематику – це вміння сфокусувати суть розповіді в ліді (одному реченні, або короткому параграфі). Додаткова інформація, як правило, може бути додана нижче в порядку важливості...» [3, с. 110].

Мета дослідження – розгляд мовностилістичних характеристик інформаційних повідомлень, розкриття ролі лідів і підзаголовків у замітці-новин.

Виклад основного матеріалу. Існують дві причини, чому замітки-новини мають бути написані саме так. По-перше, читач матиме

* Науковий керівник – доктор філологічних наук, професор О.К. Мелешенко.

можливість одразу зрозуміти про якість та кількість поданої інформації, перш ніж перейти від читання однієї статті до наступної. Друга причина має суто практичний характер: за умови відсутності необхідного місця для замітки, редактор завжди може скоротити її без переписування, розуміючи, що вона в будь-якому разі буде сприйнята читачем [3, с. 113].

Варто зауважити, що для журналіста-початківця робота над заміткою-новиною викликає серйозні труднощі, адже структура новини здебільшого не завжди відповідає тим вимогам до її написання, які ставлять перед студентами під час навчання. У школі або університеті есе починається переважно зі вступного слова, де автор повідомляє обрану тему, якій буде присвячено матеріал. Далі наводиться низка фактів для підтримки вже зазначеної точки зору. Закінчується матеріал, як правило, висновками, зробленими на основі вищевикладеного матеріалу [4, с. 86].

Замітка-новина, у свою чергу, починається з висновку – із заяви про найголовніше, про що читач повинен знати перш за все. Потім, щоб надати додаткову інформацію, викласти й пояснити причини та можливі наслідки події, наводять факти, які безпосередньо пов'язані з головною новиною. Гарний і вдалий лід повинен конденсувати історію, її основні факти і викликати в читача бажання знати більше. Досягти цього не дуже просто, оскільки більшість кореспондентів оволодівають умінням надавати замітці-новині вдалий лід лише з практикою.

Британський дослідник Філ Ендрюс зазначає, що «золоте правило» сучасного мас-медіа, так зване правило «4-х «W» (What? Who? When? Where? – з англ. Що? Хто? Коли? Де?) є безумовно обов'язковим і для спортивних видань [3, с. 114]. Відповіді саме на ці чотири запитання, сконцентровані в перших реченнях статті, дають змогу, створити досконалий лід. Додаткові питання – Як? і Чому? – надають можливість повідомити всю інформацію, необхідну для повноцінного розуміння й сприйняття матеріалу. Варто зауважити, що не завжди необхідно давати відповіді на всі запитання в ліді, але кожна замітка-новина повинна містити відповіді на всі вказані компоненти, інакше вона може не задовольнити цікавість читача повною мірою.

Лід завжди повинен починатися з головного. Усі пояснення та описи мають бути використані наприкінці матеріалу, щоб читач відчув головний ефект статті.

Американський дослідник сучасних мас-медіа Д. Фергюсон наголошує, що для будь-якої замітки-новини є неприйнятним починати заголовок або лід статті із запитання, поставленого до читачів. «Читачі бажають отримувати відповіді на запитання та бути проінфор-

мованими, а не відчувати себе на перехресному допиті. Такі опитування в новинах сповільнюють процес осмислення основних фактів новини» [4, с. 93]. На жаль, для багатьох українських ЗМІ, орієнтованих суто на публікації новин і репортажів, це правило й досі залишається невідомим:

«Был ли пенальти?»

На 85-й минуте в матче произошел интересный эпизод, когда хавбек «Днепра» Евгений Коноплянка ворвался в штрафную «Шахтера», технично обыграл защитника «горняков» Ярослава Ракицкого, и вдруг рухнул через выставленную ногу обороняющегося» [6, с. 2].

Ще однією поширеною помилкою є заголовок або підзаголовок у вигляді звернення до головного героя новини:

«Алиев, у тебя будут проблемы»

То, о чем говорили после отъезда Александра Алиева (25 лет) в Москву, свершилось» [6, с. 4].

Як із заголовку, так і із ліду цієї замітки-новини взагалі не можна зрозуміти, про що йдеться. Якщо читач не матиме можливості переглянути далі новину, він так і залишиться непроінформований.

Зауважимо також, що замітка-новина, яка публікується, наприклад, у щоденній газеті, має містити в собі слова-індикатори минулого часу, зокрема такі, як «учора», «напередодні» тощо. Вживання таких слів-індикаторів є неможливим у спеціалізованому журналі або тижневику, оскільки, враховуючи періодичність їх видання, зазвичай, раз на тиждень, така новина вже не є новиною по суті. Кореспондент повинен сформулювати речення так, щоб стало можливим використання слів-індикаторів майбутнього або теперішнього часу:

*«Восстановление форварда «Арсенала» Никласа Бендтнера затягивается. ... Арсен Венгер говорит о **начале года**» [5, с. 20].*

Отримавши всю необхідну інформацію з ліду, читач має бути зацікавленим у подальшому змісті статті. Саме після ліду або підзаголовку пояснюють причини події, що сталася, а також дають більш детальну інформацію про її головних героїв. Якщо обсяг замітки обмежений, то на цьому вона може завершитися. Іноді доцільним є використання коментарів і думок відомих експертів і спеціалістів, які пов'язані зі спортивною сферою. Відзначимо, що будь-яка замітка-новина повинна спиратися або посилатися на надійні та авторитетні джерела інформації. Деталі та нюанси події мають органічно поєднуватися з основним змістом статті, не перериваючи розповіді, щоб замітка-новина була структурована логічно й доцільно [1, с. 186].

Порівняно з великими аналітичними матеріалами, нарисами, есе або звітами, замітки-новини мають бути написані настільки стисло, наскільки це можливо, їх автори повинні тримати свою думку при

собі. Зайва інформація не інформує читача, а навпаки, спотворює стилістичну структуру статті. Кожне слово має бути на своєму місці. Скорочення та грамотне редагування дозволить стисліше й ґрунтовніше висвітлити інформацію в замітці, а також дасть можливість розмістити більшу кількість статей на сторінці. Отже, багато фраз можуть бути зведені до одного або двох слів, наприклад: «незважаючи на той факт» – «хоча»; «у зв'язку з тим, що» – «оскільки».

Уникнення тавтології та таких безглузвих описових слів, як «дуже вражає» і «дуже потужний» дає змогу створити логічну та лаконічну мову статті, водночас зберігаючи багато місця на сторінці. Стосовно граматики, то, на думку відомого вітчизняного теоретика літературного редагування В.В. Різуна, граматична будова замітки-новини повинна бути простою і вільною. Складнопідрядні речення з підрядними пропозиціями не варто вживати. Висновки мають бути короткими й прямими, за обсягом не більше ніж 30 слів. Журналістові слід намагатися уникати кліше та евфемізмів: люди не «віддають богу душу», вони помирають, команди не «отримують результат», вони перемагають. Необхідно також переконатися, що тон розповіді відповідає предмету статті. Гумор може бути корисним інструментом у написанні певних статей, але його слід використовувати обережно, де він не спричинить подвійного смислу або не образить когось [1, с. 193].

Незважаючи на те, що замітка-новина має вмішувати щонайбільше корисної інформації та займати якомога менше місця, бажано уникати аббревіатур та коротких назв, оскільки жоден автор або редактор не може стовідсотково гарантувати, що кожному читачеві відомий смисл того чи іншого скорочення. Якщо аббревіатура ФФУ (Федерація футболу України) є доволі поширеною та відомою всім читачам спеціалізованих спортивних журналів, то зовсім інша ситуація, наприклад, із ДКУПЛ (Дисциплінарний комітет української Прем'єр-Ліги). У таких випадках необхідно давати повну назву відповідної спортивної організації.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, замітка-новина є одним із ключових елементів будь-якого періодичного видання. Кожна стаття має чітку структуру та ставить перед кореспондентом високі вимоги до написання простої замітки. Натомість зауважимо, що працівникам українських мас-медіа необхідно приділяти більше уваги підвищенню власного рівня професійності, оскільки у вітчизняних виданнях не поодинокі випадки недотримання стандартів та форматів сучасних ЗМІ. Саме дослідження мовностилістичних особливостей заміток-новин є досить актуальним для української журналістики.

Список літератури

1. Різун В.В. Літературне редагування : підруч. для студ. ф-тів ж-стики ун-тів / В. В. Різун. – К. : Либідь, 1996. – 241 с.
2. Homer L. Hall. High school journalism / Homer L. Hall. – N.Y. : The Rosen Publishing Group, 2003. – 440 p.
3. Andrews P. Sport journalism: a practical introduction / Phil Andrews. – L. : Sage Publications Ltd, 2005. – 180 p.
4. Ferguson D.L. Journalism today / Donald L. Ferguson, Jim Patten, Bradley Wilsn. – N.Y. : Glencoe/McGraw-Hill, 2005. – 218 p.

Джерела ілюстративного матеріалу

5. Футбол. № 98 , 17. 12. 2009; № 97 14. 12. 2009
6. Блик. Спорт. 12. 04. 2010, 09. 04. 2010.

Исследованы лингвостилистические особенности заметок-новостей в современных украинских специализированных спортивных журналах; охарактеризована специфика заметки-новости специализированного спортивного издания; раскрыта роль лидов и подзаголовков в заметке-новости специализированных журналов о спорте.

Лингвостилистические, специализированные журналы о спорте, заметка-новость, лид, подзаголовок.

The article is devoted to language stylistic peculiarities of news features notes in modern Ukrainian specialized magazines about sports; describes specifics of news features note in specialized sports publication, finds out the role of leads and subtitles in the specialized magazines about the sport.

Language stylistic, specialized magazines about sport, news story feature, lead, subtitle.