**Журналистский текст и его особенности**

**Понятие журналистского текста**

В своей работе о лингвистическом анализе художественного текста Л.Г. Бабенко и её соавторы согласны с тем, что общего понятия текста по сей день не существует, каждый автор трактует его по-своему. В конце авторы работы приводят заключение И.Р. Гальперина. Согласно ему, «текст - это произведение речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа произведение, состоящее из названия (заголовка) и ряда особых единиц (сверхфразовых единств), объединенных разными типами лексической, грамматической, логической, стилистической связи, имеющее определенную целенаправленность и прагматическую установку». Вместе с тем хотелось бы добавить, что, кроме последних отмеченных критериальных признаков текста, все остальные могут быть поставлены под сомнения и вызвать споры.

Полагаю, следует представить основные понятия журналистского текста.

Основной задачей журналистского текста является *передача информации*. Ею может быть описание какой-либо проблемы, события, конфликтной ситуации. Главное, что стоит при этом учесть - подлинная и проверенная реальность события. Также всем известна необходимость *информационного повода*написания текста, так как журналистский текст, как правило, связан с событиями, затрагивающими интересы читателей. Без причины статья редко является стоящей внимания.

Стоит учесть и то, что журналист редко пишет свои материалы, чтобы никогда их не выпустить, «в стол». Материал всегда имеет своё издание и аудиторию. Тем самым можно выделить такие признаки и задачи журналистского текста, как *«ориентация на издание»*, а также *«ориентация на интересы читателя»,* ведь никто не захочет добровольно читать скучное издание, не отвечающее его интересам. Объём текста строго отслеживается изданием, чтобы исходный материал соответствовал формату. Поэтому журналистский текст не должен быть по-книжному многословным и расплывчатым. Журналист должен писать просто и ясно.

Поговорим о специфике журналистского текста. Исследуя журналистский текст как понятие, многие выделяют главным признаком произведения актуальность, однако это не совсем так. Актуальность материала, конечно же, является весьма важным свойством, но оно принадлежит огромному количеству текстов, и специфическим его назвать, мягко говоря, сложно и неверно. Но вот на что следует обратить внимание: актуальность - это свойство, которое является исходящим из семантики, и относящихся к ней произведений, и это означает, что каждый материал имеет свой секрет актуальности. Всё остальное зависит непосредственно от журналиста, от того, как он понял назревшую проблему, насколько серьёзно отнёсся к ней, какие выводы сделал, что он сделал для осуществления замысла текста в принципе.

Также в специфике написания журналистского материала можно выделить то, что при его написании используется диалоговое начало, даже если сам материал по своему содержанию диалога не имеет (как, например, если бы это было интервью). Это используется для того, чтобы вызвать у читателя ощущение, что автор материала обращается к нему впрямую. Автор задаёт вопросы, отвечает на них, аргументирует их, приводя доводы в пользу какой-либо точки зрения, тем самым создавая иллюзию обмена мнениями.

Журналистский текст является особым видом продукта, который нам даёт информация, и в реальности он имеет множество разновидностей, которые мы привыкли называть жанрами. Каким образом это отражается на самой идее материала, надо анализировать, исходя из жанровых характеристик. Однако суть в том, что, несмотря ни на что, при всём при этом характер идеи, который нас направляет, выступает устойчивым признаком журналистского текста.

Суть идеи журналистского произведения в том, что она указывает на решение проблемы, подталкивая нас к определённому поведению и реакции. Отсюда исходят и особенности воздействия журналистского материала - согласно исследованиям Пронина Е.И., журналистский текст несёт в себе информацию как особый вид информации, более того, она характеризуется определенным набором свойств реакции публики на материал, а именно:

1) Реакция вовлечения - действия, в которых идёт воспроизводится получателя информации к описываемым событиям материала;

2) Реакция исполнения - действия, представляющие собой вариантность поведения аудитории, которые предлагает автор журналистского текста;

3) Реакция социальной гарантии - действия, в которых проявляется ответственность определенных социальных сил за необходимые последствия публикации.

Также стоит сказать об определенной специфике журналистского текста в сфере телевидения и радио. И в телевизионной, и радийной журналистике автор материала задаёт связи между текстами и воспроизводит их при помощи монтажа. В данном случае монтаж рассматривается как средство связи текста, он выполняет определённую специфическую функцию, подчиняющуюся правилам. Эти правила ориентируются в основном на то, чтобы выровнять нужное соотношение между назначением созданного автором материала и потребностями аудитории. В своих работах Лазутина Г.В. представляет нам некоторые правила монтажа журналистского материала, которые, по её профессиональному мнению, являются наиболее подходящими:

1) обязательное соблюдение ясности исполнения текстовых элементов в их границах.

2) постоянный контроль над тем, как сочетаются между собой элементы фактов и логики информации с элементами оценки информации, соблюдение баланса.

3) постоянный контроль над смыслом, стилистикой, интонационной окраской текста, стремление к тому, чтобы материал выглядел оконченным, полным.

Вследствие этого мы можем увидеть, что вариантность монтажа весьма велика.

Однако монтаж является всего лишь одним из средств связи журналистского текста. Также мне хотелось бы упомянуть о таком понятии, как композиция. Её иногда называют «внутренней формой» произведения, и недаром: она так же, как и монтаж, выполняет связующую функцию текста, но уже по внутреннему его содержанию. Композиция есть средство организации текста, выступающее как система правил его построения с точки зрения сочетания подтем.

*Первое правило построения композиции*заключается в том, что количество подтем в журналистском материале должно совпадать с количеством авторских установок. Выявление этих установок является серьёзной причиной, чтобы принять представление о том, что композиция журналистского произведения есть не что иное, как относительно устойчивое единство четырех одноименных задач элементов («композиционных узлов», или, что, то же самое, «композиционных блоков»), об этом говорил в своих работах Е.И. Пронин. В данном случае следует понимать, что понятия «композиционный узел» и «подтема» являются синонимами.

*Второе правило*композиции журналистского текстасвязано с расстановкой задач по установке отношений с аудиторией и звучит оно так: последовательность «композиционных подтем» журналистского текста может быть разной, однако при любом исходе она должна соотноситься с жанровой спецификой материала и быть оправданной определённо подобранным для неё монтажом.

Композиционные решения неоднозначны, в различных случаях акцент переходит с одного явления на другое. К примеру, в одном случае акцентом является ситуация, в другом - оценки и мнения.

В журналистском тексте важно одно: гармоничное соотношение одного к другому.