

**Особенности новостных,
аналитических, рекламных и
других медиатекстов в
зависимости от средства
распространения**

ФАКТОРЫ

Основная
функция
новостных
текстов -
информативность



В каждом
СМИ есть
свой формат



Новостные
тексты
структурирую
т на основе
устойчивого
списка тем



Значение
новостных
текстов
усиливается
благодаря их
высокой
повторяемост
и



В печатных СМИ

- Новостные бюллетени (news bulletin)
- Краткие сообщения информационных агентств (news in brief)
- сообщения собственных корреспондентов о событиях в стране и за рубежом, организованные в определенной тематической последовательности (home news, international news, business news)

На телевидении

Главные новостные тексты – это регулярные программы новостей, выходящие в эфир 6-8 раз в день и длящиеся от 5-10 минут до 30-40 минут.

Новостной текст развертывается одновременно на трех взаимосвязанных уровнях:

- видеосюжеты,
- аудио-музыкальное сопровождение
- вербальный текст.

На радио

Новостные тексты представлены в основном двумя видами программ: это краткие (5-минутные) сводки новостей, транслируемые в начале каждого часа, и более подробные 30-минутные обзоры новостей.

Краткие выпуски новостей читаются одним ведущим и представляют собой сжатое изложение событий по устойчивой схеме:

- “world news – local news – weather”
- “local news – business news – sport”

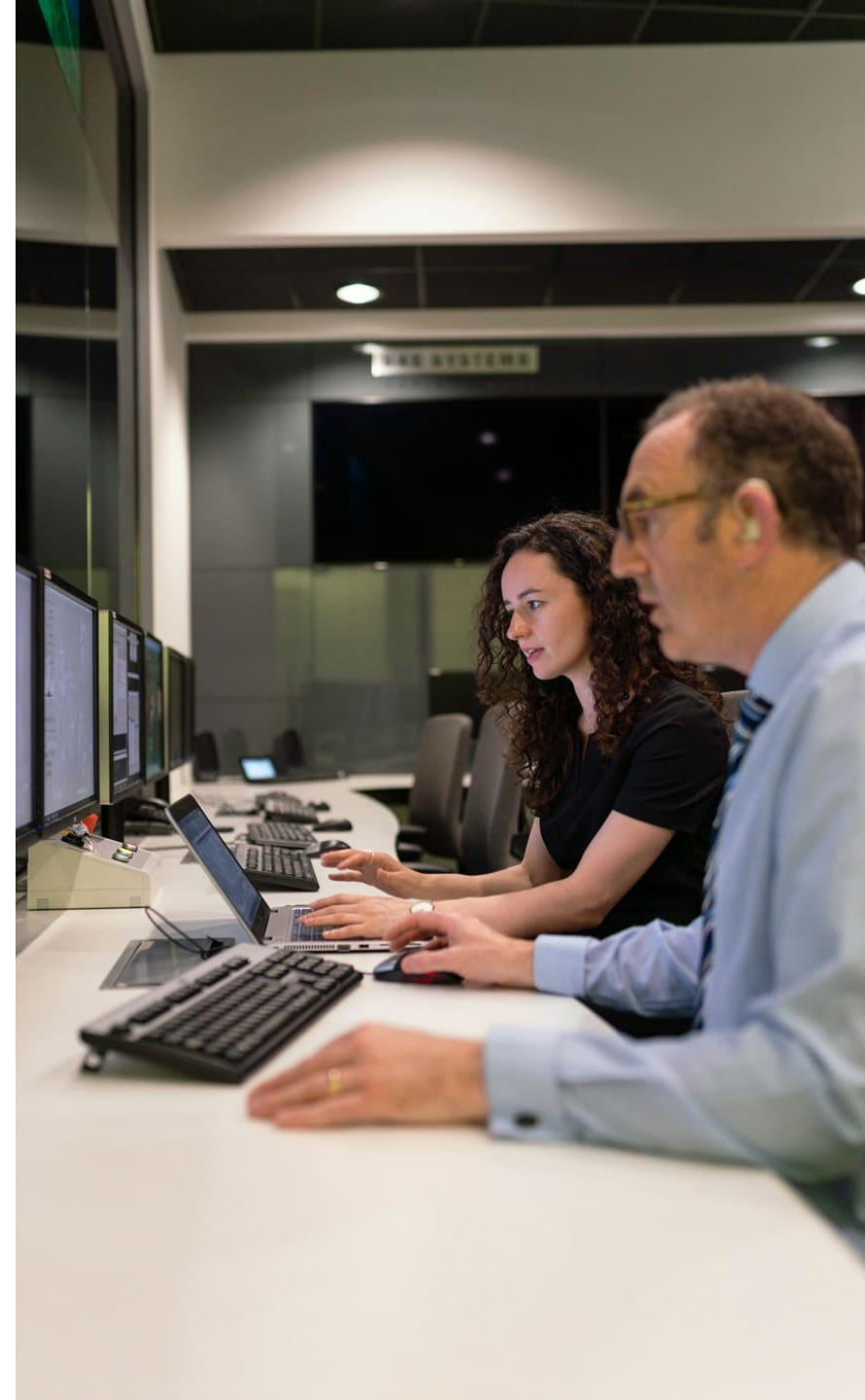
World Wide Web

Сообщения обычно происходит по дедуктивной схеме “от общего к частному”.

Распространяются практически всеми участниками процесса массовой коммуникации, производящими новости и имеющими собственный сайт, - информационными агентствами, теле- и радиокорпорациями, отдельными газетами и журналами. Так, например, разделы “News” широко представлены в сайтах BBC, CNN, Reuter и Financial Times.

Features

- ✓ **В прессе** “feature articles”, или статьи проблемного характера, связанные с текущими событиями или посвященные устойчивым медиа темам
- ✓ Особенностью печатных “feature”-материалов является их тематическая соотнесенность с одним из устойчивых медиа-топиков
- ✓ Характеризуются достаточно свободной структурой, отличной от фиксированной структуры новостных текстов



Рекламные тексты

98%

Воздействовать на массовую аудиторию через СМИ с целью убеждения приобрести те или иные товары и услуги

Рекламные тексты



- направленность на массовую анонимную аудиторию



- презентация товаров, услуг, идей,

ИТОГ

Многомерность рекламного текста состоит в том, что рекламный текст разворачивается одновременно на нескольких уровнях: на уровне языка, на уровне звукового сопровождения, на уровне видеоряда.

**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ**