

ОСОБЕННОСТИ ЖАНРОВ ИНТЕРНЕТ-СМИ

© 2013 А.Р.Сафина

Губернский информационный портал Самара.ру

Статья поступила в редакцию 17.12.2012

В данной статье рассмотрены особенности жанров интернет-СМИ: функционирование классических жанров СМИ в Интернете и появление «новых». Особое внимание в статье уделяется особенностям новостного сообщения в Интернет-издании.

Ключевые слова: жанры, интернет-СМИ, новостное сообщение, заметка, блог.

° Вся масса созданных в журналистике произведений распределяется на жанры на основе целого ряда принципов. «Журналистский жанр — это элемент метаязыка интегрированных социальных коммуникаций или современный код, с помощью которого шифруется массовая информация СМИ и дешифруется аудиторией»¹. При этом в самой идее СМИ заключена идея диалога, контакта, взаимодействие прямых и обратных информационных связей. Особенность современного этапа развития средств массовой информации заключается в том, что прогресс в информационных электронных технологиях позволяет это качество журналистики развить до такой степени, что диалог журналиста и читателя может проходить в режиме реального времени или в режиме приближенному к этому реальному времени². Ведь нельзя не согласиться, что наиболее оперативная информация появляется ни на телевидении и уж точно никак не в периодической печати, а именно в Интернете³. Интернет стал наиболее быстрым средством получения и обмена информацией, и как следствие, получили широкое развитие и интернет-СМИ. Интернет-коммуникация — наиболее яркое проявление глобализации инфосферы. Она воплощает особенность современных

информационных технологий, их интерактивный характер, что предполагает неформальность общения, способность самовыражения, модификацию жанров⁴.

Кроме скорости передачи информации, обеспечиваемой современными цифровыми технологиями, необходима и оперативная подготовка материала для выхода в свет, которая может быть обеспечена постоянным анализом журналистом непрерывно поступающей информации и использованием для подачи читателю наиболее лаконичного и понятного жанра. Следовательно, прежде всего журналистом, работающим в интернет-СМИ, будут использоваться такие жанры как *заметка, информационное интервью, отчет, репортаж, корреспонденция* — информационные жанры, функция которых — помочь людям ориентироваться в окружающем мире⁵.

Первые интернет-журналисты, пришедшие либо из старых СМИ, либо «с улицы», не задумывались о том, как писать свои произведения для нового канала. В основном использовали проверенные временем схемы и жанры — заметки, репортажи, интервью. Ситуация стала меняться, когда в Интернет пришёл реальный рекламодатель и у изданий появились первые рекламные доходы. Многие интернет-сайты, поставившие перед собой задачу попасть в список рекламно-привлекательных площадок, стали задумываться о том, как сделать свой товар более интересным для пользователей. Во многих редакциях стали понимать, что web-версии

[°] Сафина Адэля Рашидовна, корреспондент, соискатель кафедры рекламы и связи с общественностью факультета журналистики ИМПЭ им. А.С.Грибоедова. E-mail: adel_safina@mail.ru

¹ Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. — М.: 2005. — С. 8.

² Горохов В.М., Гринберг Т.Э. Интерактивная журналистика: путь в будущее // От книги до Интернета: Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия. — М.: 2000. — С. 80.

³ Лукина М.М., Фомичева И.Д. СМИ в пространстве Интернета. МГУ им. М.В.Ломоносова, 2005. [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: http://evartist.narod.ru/text19/034.htm#_ftn14 (Дата обращения 17.12.2012).

⁴ Андрианова Н. С. Жанры Интернет-коммуникации: о некоторых подходах [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Natural/Vdpu/Movozn/2008_14/article/3.pdf (17.12.2012).

⁵ Лащук О.Р. Редактирование информационных сообщений: Учеб. пособ. для студ. вузов. — М.: 2004. — С. 6.

являются не второстепенными проектами, не обязательным приложением, а реальными площадками продвижения основного, уже конвергентного медийного бизнеса. Эти новые реалии повлияли также и на привычные для журналистов классические жанры⁶.

Заметка является простейшим жанром периодической печати. С нее начиналась газета. Она призвана оперативно, выразительно и кратко сообщать о новости в политической, экономической, культурной жизни — что, где, когда произошло или должно произойти. Заметка фиксирует конкретный жизненный факт, она фиксирует самое главное, существенное. Именно поэтому этот жанр так популярен в Интернете.

Потребность в максимальной оперативности и сжатости спровоцировало появление принципа телеграфной строчки, язык стал суховатым, слова потеряли образность. Зачастую интернет-издания используют такой прием, как публикацию одной строки, самого факта новости (с пометкой «Будет дополнено»), а чуть позже выходит уже развернутый вариант заметки.

Журналисты пишут для Интернета информационные заметки, применяя, как и в оффлайне, композиционный принцип «перевернутой пирамиды». Эта текстовая модель, успешно использовалась не одним поколением корреспондентов-информационщиков ещё до эры Интернета, легко вписалась и в новую среду. Привлекая внимание читателя с помощью акцентирования на главном в самом начале текста, она учитывает требования к новости и в онлайн, когда главная цель — «захватить» читателя, сразу предъявить ему самую важную информацию и одновременно сэкономить его время.

Принцип «перевернутой пирамиды» с её иерархией структурных элементов стал использоваться и в многоуровневой вёрстке материалов на web-страницах. И, наконец, первый абзац, который, так же как и заголовок, является необходимым компонентом навигации. Анализ первых страниц сайтов крупных медийных организаций позволяет сделать вывод, что этот важнейший структурный элемент журналистского текста, в котором содержится основной смысл материала (его ещё часто именуют лидом или шпигелем), в Интернете приобретает несколько иные формы. Первые абзацы, как и заголовки, очень часто выносятся на главную страницу, а значит, в них также должен быть

заложен серьёзный маркетинговый смысл — привлечь внимание читателя, заставить его прочитать не только заголовок, но и весь текст.

Одна из важных задач адаптации текста для интернет-среды — это работа над заголовками, которые в Интернете выполняют сразу две функции — информационного маркетинга и оптимизации поиска информации. Обе задачи, хотя на первый взгляд и относятся к таким разным сферам, как распространение информации и технология её поиска, тем не менее, взаимосвязаны. Дело в том, что обычный посетитель в поисках интересующей его информации приходит на сайт чаще всего не по адресу домашней страницы, а запрашивая поисковую систему или по ссылкам с других сайтов. Именно поэтому решающую роль в создании заголовков играют ключевые слова. Оптимальные ключевые слова и их достаточное количество, чтобы поисковый запрос пользователя был в полной мере удовлетворён, — вот цель заголовков в Интернете. Именно поэтому здесь не могут использоваться метафоры, идиомы, афоризмы и другие образные выразительные средства, которые популярны в газетах, — ведь поисковый робот просто не распознаёт их смысл.

Благодаря онлайн-природе канала вторую жизнь обрёл репортаж и свойственный ему нарративный метод подачи информации. Возможность быстрой публикации, а также её частого обновления наполнила этот «старый» жанр новым смыслом. Теперь вести репортаж, используя для передачи смыслов разные медийные платформы, можно буквально параллельно событию, вживую, достигая реального эффекта присутствия⁷.

Отдельно несколько слов необходимо сказать об особенностях новостного сообщения в интернет-СМИ, которое благодаря новому каналу распространения информации выходит на первый план. Когда говорят о журналистике информационной (новостной), то её своеобразие видят, прежде всего, в оперативности сообщений о новых событиях. Смысл в том, чтобы за как можно более короткий срок рассказать об уже произошедшем событии. Журналист-информатор стремится первым донести до читателя те сведения, которые определяются как «новость прессы». Это основное отличие и специфика новостной журналистики, которая выделяет ее на фоне других специализаций масс-медиа.

⁶ Интернет-СМИ: Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. М.М.Лукиной. — М.: 2010. — С. 252.

⁷ Интернет-СМИ: Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов..... — С. 252 — 255.

Между тем, в наше время использование новостных лент информационных агентств печатными СМИ начинает значительно сокращаться. Дело в том, что по замечаниям ведущих специалистов в области журналистики, современная печатная пресса не может конкурировать с интернет-изданиями, радио и телевидением в оперативности передачи информации. Поэтому ее основным коньком становится аналитика. Наряду с этим основными источниками новостной информации у аудитории становятся именно электронные СМИ, среди которых главную роль стоит отдать именно лентам информационных агентств.

Основной задачей новостного сообщения, в независимости от того «информационное» оно или нет, становится помощь людям ориентироваться в окружающем мире. Следовательно, основными жанрами для выполнения этой цели будут как раз заметка, информационная корреспонденция, информационный отчет, информационное интервью, брифинг, вопрос-ответ, репортаж, некролог. Все те жанры, которые вышли на передний план с развитием интернет-СМИ.

Итак, основным источником новостей для аудитории на современном этапе являются электронные СМИ, которые обрабатывают информацию, полученную с лент информационных агентств. Прежде всего, стоит сказать, что большинство среднестатистических интернет-изданий Рунета, как правило, пользуются лентами одних информационных агентств, чаще всего - «Интерфакс», РИА «Новости» и «ИТАР-ТАСС». Отсюда и получается, что из-за частой незнательности журналистов-новостников, в Рунете с разницей в минуты появляется сотни одинаковых информационных сообщений, ничем друг от друга не отличающихся. Поэтому, наиболее популярные из новостных лент становятся те, которые не только оперативно и правдиво выдают информацию, но и наиболее широко ее раскрывают, используя при этом самые различные источники.

Благодаря интернет-журналистике появились и новые жанры. На самом деле журналистский, авторский блог – это, пожалуй, один из немногих новых журналистских жанров, появившихся в интернет-среде. Своё место он нашёл не только в блог-сообществах, но и на страницах медийных сайтов, а затем переключался на бумагу и в эфир.

По определению, блог (англ. blog, от web log – интернет-журнал событий, интернет-дневник, онлайн-дневник) – веб-сайт, основное

содержимое которого – регулярно добавляемые записи (посты), содержащие текст, изображения или мультимедиа. Для блогов характерны недлинные записи временной значимости, отсортированные в обратном хронологическом порядке (последняя запись сверху). Отличия блога от традиционного дневника обуславливаются средой: блоги обычно публичны и предполагают сторонних читателей, которые могут вступить в публичную полемику с автором (в комментариях к блогзаписи или своих блогах). Под блогами также понимаются персональные сайты, которые состоят в основном из личных записей владельца блога и комментариев пользователей к этим записям⁸.

Высокий уровень интерактивности интернет-изданий привел к появлению такого жанра, как онлайн-конференции, в котором интервьюерами могут стать все желающие читатели, отправив вопрос в редакцию. Обычно редакция приглашает специалиста в определенной сфере, определяет тему интервью и тщательно отбирает присылаемые вопросы. Стоит отметить, что вопросы можно присылать и во время самой беседы. Так как во время онлайн-конференции редакция осуществляет текстовую трансляцию интервью, читатели могут задавать собеседнику уточняющие вопросы. Именно это и отличает ее от газетного жанра «прямая линия».

Самым оперативным и удобным способом освещения продолжительного события является онлайн-репортаж, который представляет собой совокупность коротких новостей. В последнее время набирает популярность и такой жанр, как твиттер-репортаж, для которого используется сеть микроблогов Twitter. К примеру, ресурс Lenta.ru таким образом освещал свадьбу принца Уильяма и Кэтрин Миддлтон. Удобство этого способа в том, что информация подается очень короткими сообщениями – не более 140 знаков – и содержит самое важное и интересное.

Скромным редакциям, как правило, проблематично освещать события, проходящие за рубежом, такие как конкурс песни «Евровидение», мировые конкурсы красоты, спортивные соревнования, поскольку финансовые возможности не позволяют отправить туда корреспондентов. В этих случаях редакциям помогают непосредственные участники этих событий, которые ведут на сайтах онлайн-дневники.

⁸ Википедия. Блог. [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%B3> (17.12.2012).

По мнению исследователей А.Калмыкова и Л.Коханова первое, с чем сталкивается исследователь Интернета, взявшийся выявить жанровую типологию публикаций в сети, это присутствие всего во всем, и в каждом, и везде. Черты традиционных журналистских жанров – репортажа, очерка, фельетона, корреспонденции и других – можно найти, если поискать, в любой сетевой публикации. А вот типичный веб-репортаж или типичный веб-фельетон, оказывается, отыскать весьма проблематично.

В культуре нет непроницаемых границ, и родившееся в одной области культуры неизбежно оказывает влияние на другие области. Следовательно, такое масштабное явление, как интернет-журналистика, не может не трансформировать журналистику в целом, внося новые художественные приемы представления массовой информации, а также видоизменяя сам стиль работы с массовой информацией. Например, телевидение не только пытается интегрировать веб-технологии в свои передачи, но даже в оформлении студий и заставок использует дизайнерские ходы Web⁹.

Таким образом, мы увидели, что в журналистике нынешнего времени, когда в единицу времени человек получает огромное количество разнообразной информации, на первый план

выходят оперативно-новостные жанры. Именно их чаще всего мы встречаем в интернет-СМИ. Это, безусловно, связано с качествами, которые отличают on-line журналистику от традиционной – это интерактивность и постоянное обновление. Многие «старые» жанры благодаря новому каналу распространения трансформировались относительно традиционных жанров печатной журналистики. Помимо этого начали развиваться и «новые» жанры, одним из которых, в частности, является блог.

Интернет позволяет оставаться актуальным, оперативно реагируя на события. Новость может быть вставлена в быстро подготовленный аналитический обзор, который посредством гипертекстовых ссылок связывается с другими материалами. Новость, таким образом, автоматически порождает смысловой контекст и становится центром кристаллизации новой темы. Это стирает какие-либо жанровые границы в сетевых изданиях и является важной особенностью интернет-журналистики.

⁹ Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика // [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: http://evartist.narod.ru/text16/026.htm#%D0%B7_05 (17.12.2012).

FEATURES OF GENRES OF INTERNET MASS-MEDIA

© 2013 A.R.Safina^o

Provincial information portal Samara.ru

In this article specifics of genres of Internet mass-media are considered: functioning of classical genres of mass media in the Internet and appearance of new genres. The special attention in this article is given to the features of news messages in Internet mass-media.

Keywords: genres, Internet-mass media, news message, note, blog.

^o Adelya Rashidovna Safina, journalist, post-graduate student (Faculty of journalism, Department of advertising and public relations, A.S. Griboedov Institute of International Law and Economics). E-mail: adel_safina@mail.ru