

Жанровые особенности материалов информационных агентств

Научный руководитель – Савинова Ольга Николаевна

Курманина Татьяна Сергеевна

Аспирант

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Нижний Новгород, Россия

E-mail: tkurmanina@mail.ru

Жанровая специфика материалов информационного агентства Курманина Татьяна Сергеевна

Аспирант

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
институт филологии и журналистики, Нижний Новгород, Россия

E-mail: tkurmanina@mail.ru

В системе типологических признаков средств массовой информации (СМИ) устойчиво закрепился жанровый критерий. Информационные агентства отличаются оперативным, но детальным подходом к получению, проверке и обработке информации, а также специфичной подачей оперативных материалов, лишенных эмоциональной оценки. Отличаются агентства и жанровым своеобразием - чаще всего используется новость, как отражение происходящего "здесь" и "сейчас" в политической, социальной или экономической сферах.

Основная функция новости - объективный рассказ о реальном событии с определёнными подробностями. Текст должен отвечать на вопросы: "кто", "что", "где", "почему", "каким образом". Информационное агентство от иных СМИ отличает скрупулезная работа с источниками, указание которых обязательно по информационному стандарту, так что к основным вопросам, на которые отвечает новость, логично добавление формулировки "кто сообщил".

Таким образом, новость отличается следующими признаками:

- событие, о котором говорится в тексте, происходило в действительности;
- событие касается важных жизненных сфер - например, безопасности, здравоохранения;
- информация актуальна и конкретна;
- событие отражает конфликт.

Новость относится к оперативным жанрам, не включающим анализ предпосылок к событию, о котором сообщается. Именно этот жанр отражает главные принципы работы информагентства - оперативность, актуальность, чёткость и краткость.

Исследователь В.Сапунов определяет жанровую систему информационных агентств [1] следующим образом:

* "молния" - сообщение в форме заголовка, состоящего обычно из 4-6 слов (не более 50 знаков); Подобная форма используется для передачи экстренной информации или цитат заявлений авторитетных спикеров, которые в результате могут повлиять на финансовый рынок или прояснить ситуацию в условиях чрезвычайного происшествия.

* новость с пометкой "срочно" - краткое сообщение, которое обычно не превышает пяти строк и используется как сообщение о новости, которое появляется через пять минут после «молнии»; Это так же оперативная форма подачи информации, которая отвечает

на основные вопросы, которым должна следовать новость, указывает источник и даёт краткие подробности.

* "бюллетень" (30-35 слов) - расширенная версия "экспресса", в которой есть подробности.

* "обзор" (30-50 строк) - материал, в котором излагается все, что известно агентству о событии (в порядке добавления поступающих сведений); Сюда могут быть добавлены бэкграунд по предшествующим событию истории, информация об аналогичных ситуациях и т. Д.

Более расширенную классификацию жанров информационных агентств предлагает Ю.А. Погорелый [2], разделяя сообщения агентств на "молнию", "экспресс", "единичные", "расширенные", "сводные" новости, а также "обобщение.

Как было сказано выше, агентство отличает работа с источниками: на лентах могут выходить сообщения как от официальных ведомств и спикеров, однако в некоторых случаях, когда информация обладает высокой степенью важности, допускается трансляция информации от компетентных источников, которые дают реальные сведения, но на анонимной основе.

Согласно ст.23 Закона о СМИ следует, что в отношении информационных агентств на них одновременно распространяются статус редакции, издателя, распространителя и правовой режим средства массовой информации. Отметим, что законодательством также закреплено обязательное указание средством массовой информации при использовании материалов и сообщений информационного агентства на источник информации. Продукт информационного агентства - новость - является собственностью редакции, и иные СМИ не вправе вносить какие - либо правки в сообщение.

Однако многие СМИ, которые транслируют информацию агентств, допускают смешивание информации официальной и той, что была высказана на условиях источника. В результате это может приводить к проблемам взаимодействия и доверия агентства и источников. Вопросы четкого разграничения ответственности агентства и получателей их материалов могут стать отдельным дискурсом для обсуждения.

Резюмируя, отметим, что агентство хоть и "ограничено" в формах изложения информации, однако находит возможности расширить жанровую палитру, расширяя и дополняя сообщения. Кроме того, отметим случаи, когда новость может состоять из нескольких предложений, однако предыстория события гораздо больше по объёму, что в итоге отражает значимость происходящего. В результате, новость на лентах агентств может быть схожа по глубине и проработки темы с аналитической статьей.

Источники и литература

- 1) 1. Сапунов В.И. Функционирование зарубежных информационных агентств в современной медиасистеме. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2007.
- 2) 2. Погорелый Ю.А. Международные экономические информационные агентства: стратегия развития и творческие аспекты деятельности. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Москва, 2002.