

дакции. С сентября 2008 г. большинство учредителей российских КСМИ практически перестали выделять средства на повышение квалификации сотрудников редакций. Таким образом, если в 2005–2007 годах множество «корпоративщиков» (и других PR-специалистов) участвовали в различных семинарах и тренингах, то с наступлением экономического спада количество участников подобных мероприятий резко сократилось. В итоге, например, прекратил существование успешно действовавший в течение многих лет Учебный центр Уральского отделения Российской Ассоциации по связям с общественностью, занимавшийся проведением семинаров и тренингов для специалистов по PR и рекламе, в том числе для редакторов и сотрудников КСМИ.

Очевидно, что корпоративная пресса России вступила в новый, очень сложный период своего развития. Как уже сейчас ясно, пережить экономический кризис удастся далеко не всем изданиям, относящимся к этому типу СМИ. «Ландшафт» российских КСМИ претерпевает серьезные изменения. Трудно точно сказать, когда российская экономика, а вместе с ней и корпоративная пресса вступит в фазу нового подъема. Но можно утверждать, что это будет уже ДРУГАЯ система КСМИ. Хочется верить, что суровые уроки кризиса будут усвоены и учтены в будущем. В частности, что компании-учредители будут вкладывать деньги только в действительно профессиональные и востребованные читателями СМИ, тщательно измерять их эффективность и добиваться ее повышения (ранее это делали далеко не все). В этом случае кризис, несмотря на множество причиненных им бед, может даже пойти на пользу и способствовать дальнейшему успешному развитию, повышению качества российских КСМИ.

Анна Черкашина

Белгородский государственный университет (Россия)

ЖАНРОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ

Жанр представляет собой гармоничное единство содержания и формы, где приоритет отдается содержанию, именно оно определяет характер, форму и объем публикации. В практической отечественной журналистике принята классификация жанров на информационные, аналитические и художественно-публицистические [см. 1]. Существует другая точка зрения, когда выделяют только два типа жанров, так как аналитические признаки могут быть и в информационных, и в публицистических жанрах.

Если теоретическая классификация достаточно хорошо описана в отечественной журналисткой науке, то практика показывает, что крайне мало чистых жанров встречается в реальности.

Традиционно в США все публикуемые материалы разделяют на следующие группы: новости (News), мнения (Opinion), новостные материалы (Feature). Закон западной журналистики гласит, что новости и комментарии к ним должны печататься отдельно. Можно встретить публикации, основанные на мнении аудитории; журналист, работающий с письмами читателей (Public Editor), является их представителем в прессе, но несмотря на этот факт, за ним остается право высказывать свое личное мнение и делать собственные выводы по поводу обсуждаемой проблемы. Интервью на страницах англоязычной прессы можно встретить довольно редко. В основном высказывания по поводу сложившейся ситуации ведущих политических деятелей, специалистов, экспертов чередуются с фактологической информацией в одном информационном материале. Это придает публикации большую динамичность и насыщенность. Поэтому корреспондент прибегает к использованию метода интервью, а не жанра интервью в чистом виде. Жанр репортажа встречается наиболее часто в спортивных материалах. Данное явление объясняется спецификой тематики, так как описание спортивного события, будь то футбольный матч или регата, требует личного присутствия журналиста. Автор воссоздает ход матча, анализируя ключевые моменты игры.

В действительности автору информационного материала не позволяется высказывать личное отношение к сложившейся ситуации, но этот момент никак не влияет на желание автора отражать мнение известных личностей. Не редкостью являются материалы, состоящие только из высказываний известных людей на происшедшее в мире событие, по форме этот материал обычно представлен в виде перечня цитируемых реплик и напоминает блиц-опрос в российской классификации жанров периодической печати.

Разумеется, сравнительная характеристика жанрового многообразия российских и англоязычных печатных СМИ не исчерпывается только вышеперечисленными различиями.

1. Михайлов, С. А. Журналистика Соединенных Штатов Америки / С. А. Михайлов. – СПб.: Изд-во В.А. Михайлова, 2004. – 287 с.