

КОНВЕНЦИЯ АВТОРА И АУДИТОРИИ: ИНФОРМАЦИОННЫЕ ЖАНРЫ В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

А. В. Потребин

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
Potrebin@bsu.by*

Рассматривается значение информационных жанров в современных конвергентных медиа на базе понимания жанров в работах В. Б. Шкловского и А. А. Тertychny. Выявляется тенденция к использованию информационных жанров в аккаунтах социальных сетей и на каналах мессенджеров в виде анонсов и аннотаций информационно-аналитических медиатекстов, размещаемых на сайтах онлайн-СМИ и в традиционных СМИ.

Ключевые слова: медиа; жанры; конвенция; информационные жанры; автор; аудитория; картина мира.

THE CONVENTION OF THE AUTHOR AND THE AUDIENCE: INFORMATION GENRES IN MODERN MEDIA

A. V. Potrebin

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: A. V. Potrebin (Potrebin@bsu.by)*

The importance of information genres in modern convergent media is considered on the basis of understanding genres in the works of V. B. Shklovsky and A. A. Tertychny. There is a tendency to use information genres in social network accounts and messenger channels in the form of announcements and annotations of information and analytical media texts posted on online media sites and in traditional media.

Key words: media; genres; convention; information genres; author; audience; worldview.

Трансформация жанров СМИ, обусловленная развитием цифровых и сетевых технологий и преобладанием мобильного медиапотребления, все же не затрагивает фундаментальное значение жанра как формы творческого поведения автора, способа, которым он формирует медиатекст, стремясь к эффективному воздействию на аудиторию.

В. Б. Шкловский рассматривал жанр как «конвенцию, соглашение о согласовании сигналов» [1, с. 344], установление в общественном сознании «этикета порядка осмотра мира». Это негласный договор между авторами и аудиторией о том, «в какой системе расположены явления, подвергнутые анализу» [1, с. 337]. Это общность системы сигналов для тех, кто исследует действительность, и тех, кому это рассказывается. «Человеческое сознание исследует внешний мир, не восстанавливая каждый раз всю систему поиска. Внутренние связи становятся настолько привычными, что как бы отсутствуют». То есть, итогом конвенции становится «устойчивая форма творческого поведения». «Система должна быть ясна и автору, и читателю. Поэтому автор часто сообщает в начале произведения, что оно роман, драма, комедия, элегия или послание. Он как бы указывает способ слушания вещи, способ восприятия структуры произведения» [1, с. 344]. Так жанр закрепляет правила работы с информацией и желаемый способ восприятия.

Структурные составляющие, которые определяют жанр – предмет (о чем и о ком?), функции (зачем?) и творческий метод (как, какими средствами?).

А. А. Тертычный выделял жанры как группы текстов в зависимости от уровня глубины проникновения познающего субъекта в объект. Они при этом:

- 1) фиксируют очевидные характеристики, сообщают;
- 2) направлены на проявление глубинных взаимосвязей (мотивов, интересов, намерений, действий, выяснение противоречий, оценку значимости явлений), то есть анализируют;
- 3) в образно-художественной форме обобщают познанное (уровень типизации сближает их с литературой) [2, с. 55].

В 2016 г. А. А. Тертычный предложил свой вариант квалификации жанров в интернет-СМИ, «учитывая мономедийность или мультимедийность, а также – текстовый или гипертекстовый характер публика-

ций». Помимо традиционных мономедийных он выделил мультимедийные текстовые жанры, вербально-визуальные, аудиовизуальные, вербально-аудио-визуальные жанры. Так в числе аудиовизуальных были названы: «потокковое видео, т. е. прямой эфир, видеосюжет, видеоклонка, видеоочерк, видеокomentarий, аудиослайдшоу плюс звукоряд», а также «гипертекстовые жанры (мультимедийная статья, интерактивный видеомост, мультимедийная презентация)» [3, с. 119–120]. Они сегодня востребованы и телеканалами, и онлайн-СМИ при освещении экономической тематики. А формы, рожденные в сети, влияют на традиционные СМИ.

Публикации, созданные в информационных жанрах, сообщают о явлениях и событиях, об объектах реальности. Это прежде всего заметки, как краткая хроникальная, так и детализированная, а также зарисовка, аннотация, интервью, репортаж, отчет. Последние три жанра правомерно считать информационно-аналитическими, поскольку они кроме констатации и отражения фактов могут содержать публицистические и аналитические компоненты.

В социальных сетях и каналах в мессенджерах преобладающей формой все чаще становятся именно анонсы и аннотации более подробных, как аналитических, так и информационных медиатекстов, размещаемых на сайтах либо в традиционных СМИ. У многих белорусских сетевых медиа (Smartpress.by, Tochka.by, OfficeLife media, Myfin.by) мы находим такие устоявшиеся жанровые формы, приспособленные именно для привлечения аудитории и ее ориентирования в потоке новостей. Пользователю сообщают об основном содержании события или явления, о факте, а потом уточняют, какие детали и вопросы будут раскрыты в подробном медиатексте, в полной версии, куда можно отправиться по ссылке: *Попасть в первый класс школы не по пропуске можно. В Минобразования рассказали, как это сделать* (Smartpress.by, 14.06.2024); *Wildberries объединится с крупным оператором наружной рекламы России. Что это даст бизнесу из Беларуси, читайте, переходя по ссылке* (OfficeLife media, 19.06.2024); *Как в Беларуси борются с инфарктами и инсультами. Поговорили с хирургом* (Tochka.by, 14.06.2024). По такому же образцу составляются компоненты итоговых подборок типа «что произошло за день?»: *Белстат посчитал сколько денег за день тратят белорусы в магазинах. Сумма чуть больше чем в прошлом году* (Smartpress.by, 18.06.2024); *Что будет с пенсией, если не успели открыть базовый счет в банке? Пояснили в Минтруда* (Myfin.by, 20.06.2024).

Таким образом, информационные жанры формируют текущую, постоянно, оперативно меняющуюся картину мира, отражают реальность, аккумулируют факты, которые затем становятся материалом для анализа при развитии темы. У них сохраняется доминирующая роль на таких оперативных медиаплатформах как онлайн-СМИ (сайты, порталы) и новые медиа (социальные сети, каналы в мессенджерах), а также телевидение и радио. В печатных СМИ, особенно в журнальной периодике, их роль сегодня несколько вторична. Однако даже в ежемесячном журнале они важны, так как дают важные дополнения к картине отображаемой реальности. Эти дополнения заключаются: в важных фактах, которые обозначают или подтверждают тенденции и тренды, заявленные в аналитическом контенте; в деталях, которые формируют «облик времени» и характеризуют действия участников событий.

Библиографические ссылки

1. Шкловский В. Б. Тетива. О несходстве сходного. М.: Советский писатель, 1970. 376 с.
2. Тертычный А. А. Трансформация жанровой структуры современной периодической печати // Вестн. Моск. ун-та. 2002. Сер. 10. Журналистика. № 2. С. 54–63.
3. Тертычный А. А. К вопросу о классификации жанров современных СМИ // Журналістыка-2016: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 18-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі, прысвечанай 95-годдзю БДУ (10–11 ліст. 2016 г., Мінск) / БДУ, Інстытут журналістыкі; рэдкал.: С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. Вып. 18. Мінск : БДУ, 2016. С. 117–120.