**Жанровые особенности информационных сообщений**

**(на примере РБК)**

*Научный руководитель – Иншакова Н.Г.*

***Ганшина Е. А.***

*Студент (бакалавр)*

*Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, факультет журналистики, Москва, Россия*

*E-mail: ganshina2002@mail.ru*

В процессе развития журналистской практики информационные сообщения видоизменялись, формируя определенные жанры, – устойчивые типы публикаций со схожими содержательно-формальными признаками. В учебной и методической литературе основными жанрами информационных сообщений называют заметку, отчет, интервью, блиц-опрос, репортаж, некролог. В современных интернет-СМИ границы между этими жанрами стремительно исчезают. Более того, мультимедийность так повлияла на приемы подачи контента, что произошло «размывание» и даже исчезновение многих традиционных жанров и появление новых форматов в сети.

Жанровое наполнение интернет-СМИ во многом обусловлено маркетинговыми целями редакции и, соответственно, актуальными и потенциальными интересами аудитории. Современные исследования показывают, что потребители информации предпочитают ресурсы, предлагающие мультимедийные материалы и многие медиа стараются производить как можно больше самостоятельного и оригинально оформленного контента. Мы считаем, что это один из факторов, обуславливающих многовариантность современных информационных сообщений.

Рассмотрим для примера сайт самого цитируемого интернет-ресурса за 2023 год – РБК. Основной контент на сайте составляют новостные заметки. Однако этот жанр нередко становится элементом другого, более объемного формата за счет мультимедийной «упаковки» и гиперссылок на другие материалы. РБК выделяет следующие рубрики, которые обозначают чаще всего и соответствующие жанровые образования: «Справки», «Инструкции», «Фоторепортаж», «Фотогалерея», «Инфографика», «Карты», «Карточки», «Видеоролики».

Как видим, эти форматы информационных сообщений далеки от тех, что были зафиксированы в академической среде. Главным жанрообразующим признаком становится мультимедийность, активное использование фото, видео, инфографики, гипертекстовых ссылок. Визуальный контент, который реализуется в частности через оригинальные дизайнерские решения (например, оформление карточек, инструкций) создает для пользователя совершенно новые возможности восприятия информации. А первое место РБК в топе российских СМИ доказывает, что маркетинговая стратегия и форматы наполнения сайта ориентированы на актуальные потребности аудитории.

 Можно утверждать, что редакции современных интернет-СМИ должны уделять внимание поиску новых форматов подачи контента, дополняя и преобразуя традиционные жанры. Отметим, что с редакторской точки зрения выявление специфических характеристик каждого модифицированного жанра важно для качественной обработки информации перед публикацией.

Список литературы:

1. Тертычный А. А. Жанры периодической печати.

URL: <http://www.evartist.narod.ru/text2/01.htm>

1. Васильева Л. А. Делаем новости.

URL: <http://evartist.narod.ru/text5/23.htm>

1. Вырковский А.В., Галкина М.Ю., Колесниченко А.В., Образцова А.Ю., Вартанов С.А. Мультимедийные элементы в современном медиатексте.

URL: <http://www.mediascope.ru/2364>

1. Федеральные СМИ: 2023 год.

URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/federal/12787/#internet>