

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

УДК 070:004.738.5

РЕДАКТОРСЬКА ПІДГОТОВКА ТЕКСТОВИХ ЕЛЕМЕНТІВ ІНФОРМАЦІЙНОГО ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ

Романюк Н.В.

Запорізький національний університет

У статті «Редакторська підготовка текстових елементів інформаційного Інтернет-видання» висвітлені особливості підготовки та редагування текстового наповнення Інтернет-видання. Окреслена дефініція поняття «Інтернет-видання», виділені основні його характеристики та особливості його редакторської підготовки. Також виокремлені вимоги до написання основного тексту, заголовків. Наголошено на тому, що оперативні новини можуть подаватися на сайт без редакторської вичитки-правки, але після публікації вони редагуються в режимі онлайн. Виділені й особливості роботи редактора та журналістів Інтернет-видань.

Ключові слова: Інтернет-видання, текст, Інтернет-текст, редакторська підготовка, заголовок.

Постановка проблеми. Інтернет-видання з кожним роком стають усе більш популярними, оскільки вони характеризуються такою перевагою над друкованою періодикою, як доступність і оперативність. Сучасні технічні засоби, наявність безпроводного підключення до Інтернету через мережі GPRS, WI-FI дає можливість публікувати матеріали про події вже за кілька хвилин після того, як вони відбулися. Усе це вимагає від редакторів Інтернет-видань багатьох навичок, що не є обов'язковими для фахівців, які працюють у звичайних друкованих ЗМІ. Це не тільки вміння користуватись комп'ютером та Інтернетом, але й знання особливостей саме Інтернет-текстів, електронної верстки матеріалів, роботи з оптимізації матеріалів сайту для пошукових систем, пошуку та публікації фотографій і відеороликів. Також редактор Інтернет-видання повинен уміти дистанційно керувати журналістами, яких ніколи не бачив, вправно розподіляти завдання між ними, контролювати оперативність та якість роботи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості роботи редактора над Інтернет-виданнями, зокрема інформаційними, аналізували такі фахівці, як Д. Гол, Л. Городенко, А. Геращенко, М. Чабаненко, З. Партико та інші. Однак системного, всебічного й ґрунтовні дослідження досі ще не було, чим і зумовлена **актуальність** теми нашої розвідки. **Мета** – визначення особливостей роботи редактора над інформаційним Інтернет-виданням, зокрема над таким його складником, як текст. **Об'єктом** дослідження є редакторська підготовка тексту для інформаційних Інтернет-видань.

Виклад основного матеріалу. За визначенням дослідниці Л. Городенко, Інтернет-видання – це інформаційний ресурс у текстовому, графічному, звуковому або відеоформаті, що повністю або частково відтворює традиційний періодичний або неперіодичний продукт (книга, фотоальбом, газета, журнал, телепрограма) чи є унікальним ЗМІ (Інтернет-медіа) [3, с. 58]. Інтернет-видання поділяють на інформаційні, інформаційно-аналітичні, аналітичні та спеціалізовані. Для інформаційних (www.korrespondent.net, www.obozrevatel.net, www.zaxid.net) властива високого рівня інформативність, ши-

рокий тематичний спектр, орієнтованість на велику аудиторію, стислість подачі матеріалу та оперативність. Завдяки принципу передачі цифрової інформації репортер миттєво може передати як текст і фото, так і звуковий чи відеоряд. Проте Інтернет-видання слід відрізнити від електронного, що є цифровим відображенням даних на магнітних/лазерних) носіях чи в Інтернеті.

І. Давидов поділяє Інтернет-видання на власне Інтернет-ЗМІ та Інтернет-версії традиційних ЗМІ. Далі він поділяє їх на новинарні, коментарійні та змішані; авторського, редакційного та змішаного контенту; монотематичні й політематичні; державні й ті, які належать медіа-групам, політичним і бізнесовим групам; регіональні та загальнонаціональні [4, с. 28]. Така типологія є надто багаторівневою для практичного познаукового застосування, а також має недостатню широту охоплення та ґрунтується на засадах, що можуть викликати сумніви стосовно їхньої наукової актуальності. На нашу думку, жодна з цих класифікацій не є доведеною. Наприклад, розділяти Інтернет-видання за технологією поширення недоцільно, оскільки вона завжди однакова: матеріали публікуються на окремих сторінках сайтів і за необхідністю доповнюються анонсом на головній сторінці. Розрізнити за періодичністю також немає ніякого сенсу, бо їх можна оновлювати щохвилини.

Отже, інформаційні Інтернет-видання характеризуються тим, що містять матеріали, написані саме для них, або публікують тексти інших видань, вони переважно є політематичними й самостійними, хоча є й такі, що мають паперові аналоги, наприклад, українське видання «Кореспондент».

Оперативність Інтернет-видання дещо знижує літературну якість його текстів, вони стають менш детальними, редактор і коректор не завжди мають можливість і час їх перевірити. Утім читачі використовують таке джерело саме для того, щоб отримати певну інформацію якомога оперативніше. За додатковими даними та відшліфованими текстами в разі необхідності вони звертаються вже до друкованих видань.

Тексти в електронному вигляді сприймаються зовсім інакше, ніж на папері. Це зумовлює осо-

близькості редакторської підготовки тексту для Інтернет-видання. На відміну від друкованих, Інтернет-видання завдяки зниженим вимогам до якості текстів і дуже простій схемі web-верстки можуть існувати взагалі без редакторів та верстальників. Автор, що може бути як професійним журналістом, так і просто спостерігачем, зацікавленим у тій чи іншій проблемі, часто розміщує матеріал на сторінках видання самостійно. Це спричиняє досить низьку (порівняно з друкованою пресою) якість текстів, але сприяє оперативності поширення інформації в Інтернет-виданнях. До того ж, недоліки статті можна виправити вже після публікації, але це стандартна практика для тих Інтернет-видань, де редактор все-таки є.

На жаль, якість текстів у багатьох Інтернет-виданнях не витримує жодної критики, що пояснюється відсутністю професійних редакторів. Окремо слід виділити саме інформаційні Інтернет-видання, які вирізняються, по-перше, неабиякою оперативністю, що знижує якість тексту. По-друге, вони передбачають наявність інтерактивності, можливості залишати коментарі, пояснюючи в ній ставлення до проблеми, власну точку зору. По-третє, на відміну від друкованих, можуть містити аудіо- та відеоінформацію, а також незліченну кількість фотографій [2, с. 195].

В інформаційних Інтернет-виданнях переважають «короткі» журналістські жанри: новини, замітки. У виданнях, які пишуть на економічні, політичні та інші важливі для суспільства теми, зазвичай, є також окремі розділи для аналітичних матеріалів, інтерв'ю, статей. До того ж редактор видання, спираючись на побажання власника або адміністратора, має сам визначати інформаційну політику, частоту оновлення, бажаний обсяг матеріалів, кількість ілюстрацій та позатекстових елементів та ін. Велика кількість завдань, що мають бути вирішені редактором такого видання, змушують виконувати роботу дуже оперативно, навіть швидше, ніж у редакціях щоденних газет. Додає проблем і необхідність слідкувати за коментарями користувачів: хоча цензура в нашій країні заборонена, але принаймні висловлювання, що містять неприпустимі в суспільстві слова, треба видаляти, аби не псувати імідж видання. І це також одне із завдань редактора інформаційного Інтернет-видання.

Редактор інформаційного Інтернет-видання має проводити той же комплекс дій, що й у друкованому виданні, зокрема: вичитувати рукопис автора, визначаючи, чи відповідає він певним вимогам (стилю видання, конкретній рубриці), чи повністю розкрити тема, чи достатня якість тексту та (у разі наявності) ілюстрацій, ним визначається структура твору, його обсяг, а при виявленні помилок він повинен повернути текст на доопрацювання журналістові, вказавши, що саме його не влаштовує [7, с. 193]. Насправді ж робота редактора Інтернет-видання полягає в дещо іншому. Так, репортажі з місця подій публікуються одразу після їх написання, тому інколи редактор читає їх уже з екрану свого комп'ютера. Якщо в тексті наявні значні помилки, він править його в режимі «онлайн». Читачі, що вже відкрили цей матеріал, побачать зміни після того, як оновлять сторінку браузера.

Повернення авторів матеріалу на доопрацювання практично не застосовується, оскільки на це

потрібний час і стаття може втратити актуальність. Доопрацювання можливе в тих випадках, коли:

1) текст є аналітичним і глибше розглядає подію, що сталася в минулому, наслідки від неї, а отже, оперативність не є головним фактором якості;

2) новина вже є застарілою та не дозволить скласти конкуренцію новинам інших Інтернет-видань, а отже, є сенс попрацювати над нею довше та випередити конкурентів не швидкістю, а якістю тексту.

У сучасному редакційному процесі правка відбувається на екрані: це прискорює роботу та дозволяє дещо автоматизувати її завдяки програмному забезпеченню. На папері виконується лише коректура особливо важливих матеріалів.

Ідеальний Інтернет-текст уміщується в обсяг із 2000 знаків, причому важливо, щоб він був написаний без використання довгих конструкцій, без дієприслівникових зворотів та важких для розуміння метафор. Його завжди треба ділити на змістові блоки: абзаци та розділи із заголовками. Текст до 1500 символів має містити абзаци. Текст на 1500-2500 символів повинен ділитися на змістові блоки, а кожний розділ довжиною 800 знаків мусить мати власний підзаголовок [6, с. 224]. Останні існують для того, щоб стисло відображати зміст, а заголовок – щоб привертати увагу читача.

Якщо в Інтернет-тексті використовується перерахування, його оформлюють у вигляді списку, який візуально відокремлює один змістовий блок від іншого та допомагає кращому сприйняттю інформації:

- кожне речення має одну думку;
- кожен абзац містить конкретний змістовий блок [5, с. 19].

Ще одна проблема, яку має вирішувати саме редактор, – видалення нецензурних коментарів та тих, що суперечать законодавству, розпалюють міжнародну ворожнечу. На жаль, ця проблема взагалі не вирішується на сайті «Korrespondent.net», де майже під кожним політичним матеріалом є коментарі, часто нецензурні, про певні партії та конкретних лідерів. Вони рідко мають фактичну базу, яка виправдала б голосні висловлювання. Для полегшення праці редактора під час створення сайту необхідно передбачити відправку повідомлення на його e-mail про появу коментарів до кожного матеріалу. Також варто ввести фільтрацію за певними словами, список яких редактор може розширювати під час роботи над сайтом.

Важливий момент у діяльності редактора Інтернет-видання, особливо інформаційного, – керування командою авторів, кореспондентів, репортерів. Якщо згадати вимоги до оперативності в інформаційних Інтернет-виданнях, то вкрай необхідно сформулювати правильну методику співпраці з авторами. Наприклад, треба на початку роботи написати інструкцію для авторів, у якій будуть викладені всі її важливі принципи, обговорені суми гонорарів за матеріали різних типів, приведені можливі суми штрафів за невчасне чи неякісне виконання роботи [1].

У результаті аналізу текстів Інтернет-видань «Korrespondent.net», «reporter.zp.ua», «portmone.name» виявлено, що вони відповідають майже всім вимогам, окрім деяких випадків, коли публі-

куються дуже важливі репортажні та аналітичні матеріали великого обсягу.

Редактори названих видань висувають такі вимоги до авторів тексту:

- використовувати прості слова, писати так, як автор розмовляє, але, звісно, не вживати сленгу та іншої «зниженої» лексики;

- писати зрозумілою лексикою, а термінами послуговуватися рідко й лише з поясненнями;

- формулювати короткі речення, не більше 15 слів;

- використовувати короткі абзаци, до 5 речень. І, навпаки, не слід:

- ускладнювати речення безліччю прикметників;

- використовувати професійний жаргон та скорочення. Якщо Інтернет-видання читає підготовлена аудиторія, це можливо, але непідготовлені люди не будуть шукати значень слів у словнику, вони будуть шукати текст, написаний зрозуміліше;

- пропонувати увазі читача статтю без абзацив та підзаголовків.

Особливі вимоги висувають і до заголовків. Інтернет-заголовок, на відміну від друкованого, не тільки позначає тему статті, але й виконує адресну функцію. Відірваний від тексту електронний заголовок присутній у списку статей, у результатах пошуку. Саме тому він майже ніколи не може бути пародійним та далеким від теми статті, як у друкованих ЗМІ [9]. Видання «Korrespondent.net», «reporter.zp.ua» в заголовку пояснюють тему матеріалу або приводять його найголовніший факт: «Будівництво мостів у Запоріжжі зупинилося», «В. Путін відвідав Крим». Видання «portmone.name» інколи публікує в заголовку ім'я особи або назву компанії, якої стосується текст: «Девід Лінч в Запоріжжє», «Структура ВВП України – нестабільна».

Як відомо, існують два принципи подачі матеріалу: за принципами прямої та перевернутої піраміди. Принцип прямої піраміди полягає в тому, що інтерес до статті змінюється «вгору». Тобто спочатку йдуть другорядні факти, далі – найцікавіші, а головна інформація – в кінці статті. Принцип перевернутої піраміди, навпаки, полягає в тому, що найголовніша інформація йде спочатку, а лише у другій половині тексту обростає додатковою [8, с. 250]. Схему прямої піраміди в Інтернет-виданнях використовувати не варто, оскільки часто читачі бажать лише дізнатися про певний факт, де і коли він трапився, а всю іншу інформацію пропустити, зберігши так час. Якщо найважливішу інформацію розміщувати в кінці тексту, то вірогідність того, що її побачать, знизиться, а отже, враження читачів від матеріалів сайту буде гіршим [5, с. 19]. За правилом перевернутої піраміди пишуть тексти для всіх зазначених вище видань.

Висновки з дослідження й перспективи подальшого розвитку. Популярність онлайн-ЗМІ стрімко зростає. Враховуючи легкість доступу до інформації, опублікованої в Інтернет-виданнях, та швидкість її появи, можна робити висновок, що ця тенденція буде лише посилюватися. Під час просування інформаційного Інтернет-видання редактор бере участь у роботі над наповненням, а також над зовнішньою оптимізацією. Він має самостійно написати текст на головну сторінку з певним вмістом ключових слів, надати авторам рекомендації, як працювати з цими словами, створити чіткий перелік тем, що будуть висвітлюватися виданням. Редактор повинен чітко знатися на темі видання, уміти керувати командою на відстані, бути дуже оперативним, знати велику кількість технічних тонкощів, розуміти принципи створення текстів саме для Інтернет-видань.

Список літератури:

1. Блог унікального человека [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://arn.ro/post/1010>
2. Великий тлумачний словник української мови / [гол. ред. В. Т. Бусел]. – К., Ірпінь: Перун. – 2009. – 1728 с.
3. Городенко Л. М. Класифікація новітніх медіа / Л. М. Городенко // Наукові записки Інституту журналістики: науковий збірник. – 2012. – Т. 49. – Жовтень-грудень. – С. 69-75.
4. Давыдов И. Массмедиа Рунета. Основные тенденции развития и анализ текущей ситуации / И. Давыдов. – М.: Середа, 2001. – № 11-12 – 35-38 с.
5. Збірник докладів конференції «Український регіональний Інтернет-форум – 2009» // Матеріали Українського регіонального Інтернет-Форуму, 8-9 квітня 2010 р.; [за ред. А. Геращенко]. – Донецьк: БВ, 2009. – 37 с.
6. Зуев М. Продвижение сайтов в поисковых системах. Спасательный круг для малого бизнеса / М. Зуев, П. Маурус. – М.: Лаборатория Базовых Знаний, 2007. – 304 с.
7. Ким М. Новостная журналистика. Базовый курс: Учебник / М. Ким. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2005. – 352 с.
8. Партико З. Загальне редагування / З. Партико. – Львів: Афіша, 2006. – 353 с.
9. Почему реклама не работает в Web [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.webmascon.com/topics/adv/2a.asp>

Романюк Н.В.

Запорозький національний університет

РЕДАКТОРСКАЯ ПОДГОТОВКА ТЕКСТОВЫХ ЭЛЕМЕНТОВ ИНФОРМАЦИОННОГО ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЯ

Аннотация

В статье «Редакторская подготовка текстовых элементов информационного Интернет-издания» освещены особенности подготовки и редактирования текстового наполнения Интернет-издания. Обозначена дефиниция понятия «Интернет-издание», выделены основные его характеристики и особенности его редакторской подготовки. Также выделены требования к написанию основного текста, заголовков. Отмечено, что оперативные новости могут подаваться на сайт без редакторской вычитки-правки, но после публикации они редактируются в режиме онлайн. Выделенные и особенности работы редактора и журналистов Интернет-изданий.

Ключевые слова: Интернет-издание, текст, Интернет-текст, редакторская подготовка, заголовок.

Romaniuk N.V.

Zaporizhzhia National University

EDITORIAL PREPARATION OF THE TEXT ELEMENTS IN AN INFORMATIONAL WED-EDITION

Summary

The article «Editorial preparation of the text elements in an informational Wed-edition» highlights the peculiarities of the preparation and editing of the text content of the Wed-edition. The definition of the concept of «Wed-edition» is outlined, with defining its main characteristics and features of editorial preparation. Also, there are specified the requirements for the writing of the body text, titles. It is accentuated that live news can be submitted to the site without editorial revision, but after publication, they are being edited online. Moreover there are described the peculiarities of Wed-edition editor and journalists' work.

Keywords: Wed-edition, text, Web text, editorial training, title.