

**Особенности работы редактора над онлайн-текстом (на примере работы в интернет-редакции "Российской газеты")**

**Комарова Анастасия Игоревна**

*Аспирант*

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

*E-mail: tushkanchik-nastya@yandex.ru*

Появление нового типа средств массовой информации - интернет-СМИ - спровоцировало появление нового типа редакции - интернет-редакции и нового типа текста - онлайн-текста. В настоящее время практически у любого печатного СМИ есть своя интернет-версия. Текст, написанный журналистом газеты для сайта, лишь в единичных случаях выставляется на веб-страницу без каких либо изменений и дополнений. Чаще всего приходится переписывать, "подгонять" материал под требования сайта, редактировать. Мы рассмотрим работу редакторов над онлайн-текстом на примере работы интернет-редакции "Российской газеты".

Работа редактора над текстом включает несколько этапов.

- 1) Собственно редактирование текста. Редакторская правка может быть правкой-вычиткой, правкой-сокращением, правкой-обработкой или правкой-переделкой [1]. Одновременно редактор выступает в роли корректора - он исправляет имеющиеся в тексте стилистические ошибки. В случае необходимости текст может быть отправлен автору с предложением его доработать для того, чтобы его можно было опубликовать на сайте.
- 2) Придумывание заголовка, заг-ссылки и микроанонса.
- 3) Оформление текста по правилам сайта - выбор шрифта, размера для всех элементов статьи, подвязывание материала в рубрики, сюжеты, организации и регионы, проставление гиперссылок, выбор врезок для текста (материала-гиперссылку внутри другого материала) - достаточно механическая работа, но, несмотря на это, требующая от редактора умения разбираться в теме, которой посвящена статья, чтобы не допустить ошибку.
- 4) Выбор картинок для иконок, для оформления самого материала - одиночные фотографии, фоторепортаж, видеорепортаж.

Второй этап работы редактора над онлайн-текстом, включающий в себя придумывание заголовка, заг-ссылки и микроанонса, мы рассмотрим более подробно.

Заголовок - наименование статьи (имеет такое же значение, как и в печатных СМИ). Заголовок придумывается только для больших подробных статей или ключевых новостей. Заголовки на сайте можно условно разделить на два типа - заголовки, придуманные редакторами сайта, и газетные заголовки. Они отличаются друг от друга. Заголовки, придуманные редакторами сайта, имеют четкую структуру. При этом обычно - структуру простого предложения с минимальным количеством второстепенных членов. Есть подлежащее, есть сказуемое и - обычно - один, максимум два второстепенных члена предложения. Они должны быть написаны в прошедшем или настоящем времени. Примеры: "Колонна МЧС прибыла на границу", "Жители Нью-Йорка вступились за российских артистов", "Атлетико" разгромил "Реал" - варианты заголовков, придуманных редактором; "Доходный дым", "Полтаблетки даром", "Несырьевые гарантии" - варианты газетных заголовков текстов, размещенных на сайте [2].

Заг-ссылка - краткое содержание текста в одно предложение, его суть. Заг-ссылка не может быть по объему длиннее 70 знаков. Она должна быть в прошедшем или будущем времени, за исключением ряда случаев, когда может быть использовано только настоящее время. В качестве заг-ссылки может выступить цитата с указанием ее автора или организации, к которой он имеет отношение, от имени которой он произнес эту фразу. В заг-ссылке в конце не ставится точка. Из знаков препинания можно использовать тире, двоеточие и запятую. Нельзя использовать в конце заг-ссылки знаки восклицания и знаки вопроса, даже если с точки зрения русского языка необходим такой знак препинания. Как и заголовок, заг-ссылка в идеале должна представлять собой простое предложение, в котором уже можно, исходя из объема в 70 знаков, использовать достаточное количество второстепенных членов предложения. Заг-ссылка - это своего рода расширенный заголовок. Примеры: "Бердмэн" получил главный приз Гильдии режиссеров США", "КНДР испытала новую противокорабельную ракету", "В Словакии провалился референдум о судьбе однополых браков" [2].

Микроанонс - небольшое описание статьи, которое должно дать читателю возможность понять, о чем статья, какова ее ключевая мысль, и от краткого описания перейти к прочтению самого текста материала. Объем микроанонса должен быть в пределах 300 знаков. Он чаще всего представляет собой расширенный вариант заг-ссылки. То есть повторяет ее с большим количеством подробностей. Это всегда несколько предложений, возможно, включающих в себя утверждение того, о чем говорится в тексте, с подтверждающей эту мысль цитатой, также взятой из текста. Его придумывает редактор помимо заг-ссылки к статьям - большим текстам, которые имеют большое значение, ключевым интервью, аналитическим статьям. Примеры: "В Госдуме предложили запретить открывать гостиницы и hostels в квартирах. По мнению авторов данной законодательной инициативы, пребывание в таких гостиницах не сопровождается необходимым регистрационным учетом и доставляет неудобства собственникам соседних квартир. Рассмотрение законопроекта намечено на 17 февраля"; "В главной базе подводных сил Северного флота Гаджиево завершились учебно-методические сборы экипажей атомных подлодок. Моряки прошли теоретическую подготовку к плаванию в высоких широтах Северного Ледовитого океана. В сборах приняли участие экипажи новейших ракетносцев проекта 955 "Борей" [2].

Таким образом, опубликованный на сайте текст становится более многогранным, чем на полосе газеты или журнала. Этот текст существует на сайте в нескольких ипостасях - как сам текст, как заг-ссылка, как микроанонс. Текст как таковой не является личным творением автора. Зачастую правка, вносимая в него редактором столь велика, что выставленный на сайт материал на 90 процентов отличается от написанного журналистом. Кроме того, именно редактор придумывает заг-ссылку и микроанонс, то есть он выбирает, как материал будет выглядеть на страницах сайта, каким его увидят и прочитают интернет-пользователи. Редактор своими действиями может, как привлечь читателей, так и, наоборот, отпугнуть их от текста. В данной ситуации имеет смысл говорить о сотворчестве. Продукт, который выходит на сайте - статья или новость, создана автором и редактором, иногда - даже в равной степени.

### Источники и литература

- 1) Накорякова, К. М. Литературное редактирование. М., ИКАР, 2004.
- 2) Российская газета: <http://www.rg.ru/>