

УДК 004.738.3 + 070.2

ББК Ч602.471

ОСОБЕННОСТИ ЖАНРА ЗАМЕТКИ В ИНТЕРНЕТ-СМИ

М.Н. Булаева

Сегодня продолжается рост числа пользователей интернета, увеличивается и доля тех, кто обращается к ресурсам Сети как к новостному источнику. Новости – наиболее востребованный журналистский продукт. Ведущий новостной жанр как традиционных, так и сетевых СМИ – заметка, в интернете претерпела ряд изменений, приобрела новые свойства.

Ключевые слова: журналистика; СМИ; Интернет; заметка; новости.

Тенденции роста потребления и доверия к интернет-СМИ становятся все более очевидными. Интернет-СМИ стремительно завоевывают аудиторию. При этом наибольшей популярностью пользуются новостные сайты, ориентированные на оперативную подачу информации. Такие данные приведены в исследовании РИА «Новости», проведенном в 2013 году [1].

В условиях высокой скорости передачи данных и большого количества СМИ, редакции интернет-изданий стремятся передать как можно больше сведений за как можно меньший временной отрезок. Наиболее подходящим для этих целей является жанр заметки. Этот жанр, существующий не одно столетие в печатных изданиях, сегодня также пользуется популярностью, при этом обретая новые характеристики благодаря свойствам Интернета.

Заметка – простейшая форма оперативного газетного сообщения, в основе которой лежит злободневный, оперативный, общественно значимый факт. Ее характеризуют новизна и краткость [2].

Главное для заметки – именно краткое изложение результата изучения, «сигнализирование» о существовании (или отсутствии), основных чертах какого-то явления, события, человека, проблемы. Причем эти события, явления, проблемы, стороны личности человека должны выступать для аудитории как «новость», то есть потенциальная информация, превышающая то, что уже известно читателям [3]. Таким образом, заметка – это жанр, характеризующийся кратким объемом и предназначенный для оперативного освещения событий.

Выделяют следующие виды заметок: хроника – информационное сообщение, объем которого одна-две фразы. Не имеет самостоятельного заголовка, публикуется в подборках, которые уже имеют заголовок. Заметка – информационное сообщение, имеющее заголовок и дающее факт с некоторыми подробностями. Расширенная заметка – информационное сообщение, которое содержит достаточно большое количество деталей события, дает факт с подробностями, мнениями компетентных лиц; возможно наличие мини-вывода [2].

Для построения заметок используется принцип перевернутой пирамиды, который предполагает такое построения информации, при котором наиболее важные факты расположены в самом начале текста, наименее важные – ближе к концу. Этот принцип удобен при редактировании заметок, особенно при сокращении. Также он позволяет привлечь внимание аудитории уже с первых строк именно тем, что там находится самая интересная и важная информация. Структурно заметка состоит из заголовка, лида и корпуса (тела, основной части сообщения).

Одним из главных требований к новостному тексту является его информативность, поэтому при подготовке заметок журналисты ориентируются на схему 5W+H. Она отражает те вопросы, ответы на которые должна содержать новость: пять W это What? (Что), Who? (Кто?), Where? (Где?), When? (Когда?) и Why? (Почему?/Зачем?). H – это How?, то есть «Как?». Эти характерные содержательные признаки традиционной заметки присутствуют и в заметках интернет-СМИ.

Первостепенное значение для заметки в интернет-СМИ имеют лид и хэдлиней. Это начальные элементы новостного текста, они, как правило, размещаются на главной странице сайта в качестве анонсов. Хэдлиней выполняет роль традиционного заголовка в интернет-СМИ. Обычно это простое предложение, содержащее сообщение о новости. Также как и любой заголовок, хэдлиней заметки должен быть информативным и привлекающим внимание. О значимости работы над заглавием свидетельствует и тот факт, что по данным опроса, опубликованного в 2010 году корпорацией Outsell, 44 процента посетителей новостного агрегатора Google News читают только заголовки и не кликают по ссылкам [4]. Заголовок материала в интернет-СМИ выполняет не только информативную функцию (отражает суть новости), но и оптимизацию поиска информации. Учитывая, что на страницу интернет-СМИ аудитория, зачастую, может попасть по ссылкам с других сайтов, важны ключевые слова, по которым будет осуществлен поиск. Поэтому заголовки заметок должны быть предельно конкретными, отражать суть новости.

Лид – первое предложение текста, содержит более подробное описание новости, чем в заголовке. Лид должен дополнять, развивать заглавие, но не повторять его дословно.

Однако, публикация в Сети, в силу особых свойств Интернета, обладает более существенными отличиями от текстов традиционных СМИ. Технологии Интернета наделяют тексты СМИ специфическими признаками – мультимедийностью, интерактивностью, свойствами гипертекста.

Мультимедийность – характеристика представления информации с помощью различных медийных платформ – вербального текста, фотографии, аудио-, видео-, графики, анимации и других производных от них форм [6]. Мультимедиа в переводе с латинского означает «созданный из многих

средств» (multum – много; media, medium – средоточие, средства) [5]. То есть конечный продукт, состоящий из нескольких разных продуктов.

Мультимедийная среда помогает разнообразить подачу информации (то есть привлечь внимание аудитории), а также улучшить восприятие той информации, которая в текстовом виде, например, не воспринималась бы столь полно. М. Лукина отмечает, что уникальное свойство Интернета передавать информацию с помощью разных медийных платформ и в разных конфигурациях, то есть конвергентно, является предпосылкой для возникновения новых журналистских жанров, в которых для передачи информации используются разные знаковые системы: устное и письменное слово, звук, видеоизображение, графика, анимация [6].

Заметка в интернет-СМИ может сопровождаться не только фотоиллюстрацией, но и интерактивной графикой, инфографикой, аудио- и видеоматериалами. Таким образом, она трансформируется в мультимедийную заметку.

Еще одно важное отличие интернет-заметки от традиционной в том, что возможен просмотр новости «вглубь» благодаря такому свойству Интернета, как гипертекст. Под гипертекстом понимается текст, состоящий из потенциально бесконечного множества текстов, объединенных системой встроенных гиперссылок [6]. Все журналистские тексты в интернет-СМИ приобретают свойства гипертекста. Ссылки в заметках можно сделать таким образом, чтобы, например, объединить несколько материалов в сюжет. Новость в Интернете не является отделенной от других текстов сети, к ней добавляются комментарии, гиперссылки, она может быть включена в определенную тему и связана с текстами, которые отображают развитие событий. Связь между текстами имеет ризоматический характер – вследствие этого автоматически возникает содержательный контекст, центром формирования которого является определенная новость [7].

Третье важное свойство интернет-публикаций – интерактивность. Благодаря этому фактору, читатели могут взаимодействовать друг с другом и с журналистом. Интерактивность позволяет аудитории не только выразить свое мнение, но и участвовать в создании контента. Благодаря взаимодействию СМИ и социальных сетей, читатели могут поделиться заметкой со своими друзьями.

Таким образом, жанр заметки с переходом в интернет-пространство не только не утратил своей значимости, но и приобрел новые качества, характерные для текста в Интернете. Однако создание мультимедийной заметки требует от журналиста дополнительных компетенций и навыков.

Библиографический список

1. Кто читает новости в Рунете? // Центр исследований РИА «Новости». – URL: http://pano.ria.ru/Advert/Research2_2013.pdf.

2. Ворошилов, В.В. Журналистика: учебник / В.В. Ворошилов. – 7-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2010. – 496 с.
3. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати / А.А. Тертычный. – URL: <http://evartist.narod.ru/text2/03.htm>.
4. Амзин, А.А. Новостная интернет-журналистика / А.А. Амзин. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 144 с.
5. Комлев, Н.Г. Словарь иностранных слов / Н.Г. Комлев. – URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/22513/%D0%9C%D0%A3%D0%9B%D0%AC%D0%A2%D0%98%D0%9C%D0%95%D0%94%D0%98%D0%90.
6. Интернет-СМИ: теория и практика: учебное пособие для студентов вузов / под ред. М.М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2013. – 348 с.
7. Калмыков, А.А. Интернет-журналистика / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – М.: Юнити-Дана, 2005. – 384 с.