

# Алгоритм создания рерайтерского новостного интернет-сообщения

Ольга Лащук

В статье рассматривается рерайтерский метод создания новостных интернет-сообщений, поднимается проблема его рационального применения. Автор предлагает универсальный алгоритм работы над такими материалами. Рерайтерское сообщение создается на основе наиболее подходящего материала, к которому добавляется контент из широкого круга источников. Особое внимание уделено освещению «длящихся» событий, что требует целого ряда публикаций.

Ключевые слова: интернет-СМИ, новостное сообщение, алгоритм, рерайтинг, редактирование.

С появлением интернета все большую роль играет рерайтинг, заключающийся в создании новостных интернет-сообщений методом заимствования информации и даже готового контента из различных источников (сообщений информационных агентств, материалов СМИ, блогов, официальных сайтов и т.д.), которые мы будем называть донорами. В той или иной мере к рерайтингу прибегают практически все масс-медиа. Кроме того, уже более 10 лет существуют информационные агентства, специализирующиеся на этом методе: *Lenta.ru*, *NEWSru.com* и др.

Тем не менее составление рерайтерских сообщений, особенно при освещении богатых информацией и «длящихся» (продолжающихся в процессе их освещения) событий, вызывает ряд проблем, связанных с отсутствием достаточно проработанной методики. Применение рерайтинга, наряду с очевидными выгодами, удобствами и преимуществами, предъявляет к создателю новостного сообщения (рерайтеру) определенные требования, так как он использует уже имеющуюся в Сети новостную информацию, а значит, публикует ее заведомо позже тех медиа, у которых он заимствовал контент. Поэтому рерайтер обязан, во-первых, готовить свои мате-

Лащук Ольга Ростиславовна – кандидат филологических наук, доцент, зав. кафедрой редакционно-издательского дела и информатики факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, olgaf@yandex.ru

риалы оперативно, чтобы временное отставание было сведено к минимуму. Во-вторых, сообщения рерайтерского СМИ должны быть полнее, информативнее и интереснее исходных материалов, иначе потребитель новостной информации обратится непосредственно к первоисточникам, из которых рерайтер заимствует контент. Всего этого можно достичь, соблюдая принципы рациональной работы с донорскими материалами: оперативным выбором наиболее интересных тем, своевременным добавлением актуальной информации и периодической публикацией на сайте очередной редакции сообщения.

Предлагаемый нами алгоритм создания рерайтером новостного сообщения показан на блок-схеме (см. рис.). Приступая к материалу, рерайтер еще не знает, какого формата будет его сообщение: объемное или компактное, заверщенное или длящееся; какие донорские источники придется использовать и как долго продлится редактирование. В алгоритме не указываются работы по составлению анонса (презентации), по включению материала в новостную ленту на главной странице и странице рубрики, а также по установке времени первой и последней редакции. Мы полагаем, что при соблюдении определенного стандарта оформления такой вид деятельности может выполняться автоматически, то есть соответствующие компоненты должны появляться на сайте одновременно с публикацией (или обновлением) материала.

### **Первый этап работы рерайтера над новостным интернет-сообщением**

Начинается работа над любым сообщением с выбора события или темы, которые следует осветить. То есть с поиска инспиратора – материала, который убедит рерайтера в перспективности создания новостного сообщения.

Рерайтер использует узкий круг источников для выбора тем, назовем их доно-

рами первой категории. Это 5-6 сайтов, в которые входят наиболее крупные СМИ, а также (в зависимости от рубрики) другие источники, имеющие хорошую новостную ленту соответствующей тематики. У каждого рерайтера в зависимости от договоров, заключенных его агентством, от рубрики, с которой он работает, и даже от личных пристрастий могут быть свои доноры первой категории.

Другие часто используемые рерайтером доноры будем называть донорами второй категории. Следует отметить: хотя списки доноров остаются в целом неизменными, в них могут временно включаться и дополнительные источники. Например, наводнение в дальневосточном регионе в августе-сентябре 2013 г. переводит для соответствующих материалов во вторую или даже первую категорию сайты МЧС и местных СМИ.

Выбрав тему, рерайтер должен принять принципиальное решение, будет ли он освещать событие в формате новостного сообщения, или для этого потребуется материал другого жанра: аналитический, интервью, фоторепортаж, авторская статья и т.д. – из тех, которые в данном агентстве принято размещать в специальных рубриках (например, из-за их большого объема, иной структуры, особого жанра). Мы рассматриваем только случай выбора новостного сообщения, в дальнейшем подразумевая, что все действия рерайтера направлены именно на его создание (особенно это касается типа, структуры и объема добавляемого контента).

После выбора темы и формата материала рерайтер уточняет списки доноров – определяет основной круг источников, с которыми он будет активно работать при создании данного сообщения. Затем необходимо составить базис<sup>1</sup> материала, для чего выбрать базовый источник – материал-субстрат<sup>2</sup>. Он должен удовлетворять следующим требованиям:

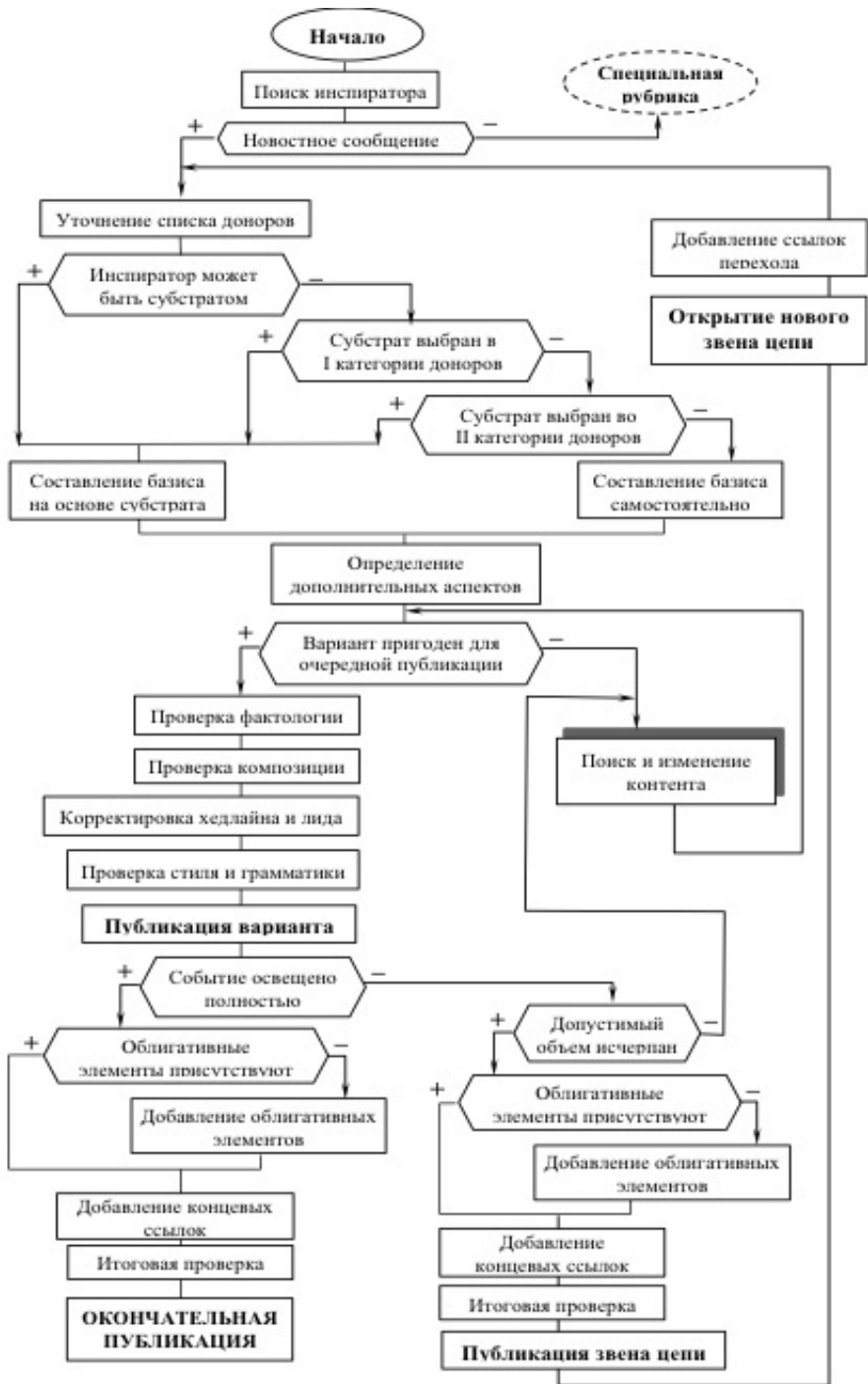


Рисунок. Алгоритм создания рерайтерского новостного интернет-сообщения

- иметь в качестве главного тот же новостной факт, который собирается сделать основным в своем сообщении рерайтер, поскольку поиск «своего» главного новостного факта (ГНФ) среди второстепенной информации займет много времени и сил;

- обладать высокой степенью достоверности;

- иметь вершину композиции (хедлайн, лид, желательна – часть корпуса, максимально пригодную для создаваемого материала), которую можно было бы продублировать в рерайтерском сообщении без существенных изменений: рерайтеру намного проще и эффективнее наращивать донорский, пусть и необъемный контент, чем создавать собственный без определенной структуры.

Чтобы поиск осуществлялся рационально, следует сначала проверить, способен ли материал-инспириатор выполнить роль базового источника; затем искать информацию в первой категории доноров, в случае неудачи – во второй. Если подходящий материал будет найден, можно составить базис на основе субстрата. Если нет – рерайтер составляет его самостоятельно. В процессе работы над базисом, помимо прочего, входит рубрикация материала, что сразу определяет место последнего в макрокомпозиции сайта. На этом завершается первый этап создания новостного сообщения. Имея основу материала, рерайтер может наращивать его, добавляя контент.

### **Создание базиса новостного интернет-сообщения**

Предложение создавать базис на основе субстрата не следует понимать в том смысле, что полученные таким образом хедлайн и лид неприкосновенны. Материалу даются их «черновые» варианты (как правило, заимствованные). После определения аспектов, подлежащих освещению,

и по мере накопления контента хедлайн и лид корректируются. Известно, что заголовок дается к содержанию, а не содержание подгоняется под него.

Рерайтер не всегда знает, к чему приведет поиск информации в Сети и тем более развитие длящегося события, поэтому корректировать базис следует тогда, когда в этом возникнет необходимость, – например, будет добавлена важная новостная информация.

Необходимо также заметить, что, говоря о создании базиса, мы не требуем ограничить этот этап работы над материалом исключительно созданием его основы. Если в базовом источнике (а также у других доноров, которые рерайтер проверял) имеется еще какой-либо подходящий контент, даже содержащий второстепенную информацию, текст, иллюстрации, ссылки и т.п., то его, разумеется, следует тут же заимствовать. Обнаруженный контент лучше всего сразу поместить на предназначенное ему место в композиции материала, чтобы не усложнять последующее редактирование. Кроме того, желательно сразу устанавливать гиперссылки на доноров, чтобы потом не вспоминать, у кого заимствован тот или иной компонент. Все это относится и к остальным этапам работы над сообщением.

Имея основу материала, можно определить дополнительные аспекты, которые следует осветить в сообщении. Теперь рерайтер представляет себе, какой вид примет его новостное сообщение, в каком направлении ему следует продолжать работу. Однако особенность интернет-сообщений в том, что имеется возможность их редактирования уже после первой публикации на сайте, поэтому периодически выкладывается обновленный вариант новостного материала. Нередко первым таким вариантом является как раз базис. Вместе с тем, сообщение можно и не публиковать в столь незавершенном виде – например,

если событие не требует слишком быстрого освещения.

Рерайтеру необходимо после каждого этапа редактирования решать: пригоден ли для очередной публикации получившийся вариант. Если нет, то рерайтер ищет контент и редактирует материал в соответствии с ГНФ и дополнительными аспектами. После чего снова принимает решение о готовности полученного варианта для публикации – и так повторяется до тех пор, пока он не станет удовлетворительным. Данный комплекс действий (он изображен блоком – системой задач) предусматривает не только поиск и добавление контента, но и удаление устаревшей или ненужной информации, изменение композиции, исправление ранее не замеченных ошибок и т.д. – то есть текущее редактирование материала, в процессе которого и проводится основная работа над новостным сообщением.

На практике решение о пригодности к публикации того или иного варианта принимается в зависимости от стиля работы конкретного рерайтера и от характера события. Если оно завершено, очередной вариант обычно выкладывается на сайт ре-же, после существенных дополнений контента и доработок. Если оно длящееся, то чаще, поскольку существует необходимость оперативно оповещать пользователей о развитии события.

Но в любом случае рерайтер должен иметь в виду, что каждый выкладываемый им вариант воспринимается читателем не как «полуфабрикат», а как полноценный информационный продукт. Посетитель сайта информационного агентства читает новостные сообщения в том виде, какой они имеют на момент посещения, следовательно, каждый вариант обязан соответствовать определенным требованиям. В материале должны быть изложены важнейшие факты, ему должна быть придана продуктивная композиция, хедлайн

и лид обязаны отвечать своему назначению. Вместе с тем у сообщения может не хватать некоторых облигативных элементов (иллюстрации, ссылок на доноров), в нем могут присутствовать «не опасные» для восприятия информации ошибки: стилистические, механические, повторы фактов, могут быть не озаглавлены блоки и отсутствовать внутренние гиперссылки (если это объемный материал).

### **Заключительный этап работы рерайтера над новостным интернет-сообщением**

После принятия решения о пригодности варианта, рерайтером проводятся проверка фактологии, композиции, а также корректировка хедлайна и лида. Если есть время, то осуществляется еще проверка стиля и грамматики материала. Как уже говорилось, последовательность должна быть именно такая, в соответствии с важностью аспектов редактирования.

Проверку на этом этапе можно осуществлять быстро. Во-первых, уже само создание базиса и добавление контента осуществляется с попутной правкой, поэтому слишком очевидных и грубых недочетов в материале быть не должно. Во-вторых, данный вариант, скорее всего, не окончательный, и добавление нового контента может изменить и фактологию, и композицию, и другие аспекты сообщения. Тратить силы и время на достижение идеала на данном этапе нецелесообразно. В-третьих, не следует надолго отвлекаться от важнейшей рерайтерской работы – поиска информации.

Что касается корректировки хедлайна и лида, то это действие относится преимущественно к длящимся материалам, в которых поступившая со времени предыдущей публикации информация может изменить иерархию новостных фактов и даже актуализировать иной ГНФ. Как правило, первым пригодным к публикации вари-

антом оказывается тот, который получил-ся при создании базиса: он соответствует всем предъявляемым требованиям. И так, после проверки осуществляется публикация варианта.

Далее рерайтеру важно понять: продолжать добавление новостной информации или событие освещено полностью. В последнем случае новостное сообщение готовится к окончательной публикации. Если не все облигативные элементы присутствуют, их добавляют, при необходимости снабжая материал концевыми ссылками. Затем проводят итоговую проверку, которая включает более внимательное прочтение сообщения и устранение имеющихся ошибок и недостатков – опять же в порядке убывания важности аспектов редактирования: фактология, композиция и т.д. В том числе проверяют, есть ли необходимые гиперссылки на доноров, заголовки к блокам и внутренние гиперссылки на них (для объемных сообщений), поправляют рубрикацию. После чего публикуется последняя редакция материала, то есть осуществляется окончательная публикация – работа над новостным сообщением закончена.

Если же рерайтер считает, что освещение события не окончено (не завершилось длящееся событие, и поступает новостная информация, или необходимо осветить дополнительные аспекты, или просто следует добавить контент), работа продолжается. В этой ситуации следует определить, можно добавлять контент в имеющееся сообщение или (если агентство ограничивает размеры новостных материалов, как это делает, например, *Lenta.ru*) его допустимый объем исчерпан. В последнем случае это означает, что освещение длящегося события производится посредством цепи материалов<sup>3</sup>, а данный материал – звено этой цепи, которое надо подготовить к публикации и переходить к следующему. Подготовка к публикации звена цепи осуществляется по тому же принципу и с выполнением тех же

работ, что и подготовка материала к окончательной публикации.

Может возникнуть вопрос: если событие не длящееся, а просто требующее объемного контента – тогда его тоже следует освещать цепью материалов? Мы считаем, что так делать не стоит. Завершенное событие должно быть изложено в одном новостном материале. Если рерайтер непременно хочет включить в текст длинное интервью, разнообразные мнения, аналитику и т.п., – значит, такой информации место не среди новостных сообщений, а в какой-либо рубрике для объемных материалов, куда и следовало бы с самого начала (как только рерайтер определился с темой) перенести сообщение и работать с ним по правилам, установленным для этой рубрики.

Публикация звена при незавершенном событии означает, что необходимо открытие нового звена цепи. Оно создается как новый материал: начиная с поиска темы, создания базиса и т.д., поскольку у каждого звена есть свой ГНФ (а значит, своя тема). Разумеется, рерайтер использует наработки прошлого звена: доноров, гиперссылки, элементы контента (как вошедшие в предыдущее звено, так и не вошедшие) и прочее.

Однако перед этим добавляются ссылки перехода, одна – в предыдущее звено: «Продолжение – в материале В», другая – в новое: «Продолжение материала А». Так создается вся цепь. Когда событие будет полностью освещено, последнее звено цепи будет завершено как «окончательная публикация материала».

Если же допустимый объем не исчерпан – мало контента, или агентство вообще не практикует жесткое ограничение размеров сообщений (такова, например, политика агентства NEWSru.com), – рерайтер возвращается к поиску контента и редактированию, а потом снова оценивает, стоит ли опубликовать новый вариант и т.д.

Данный алгоритм применим и к комбинированному способу освещения длящегося события, который мы считаем наиболее удобным и правильным: используется цепь материалов, но завершение звена осуществляется не при достижении установленного объема, а при появлении нового ГНФ. В этом случае вместо критерия «допустимый объем исчерпан» будет действовать критерий «появился новый ГНФ» (на блок-схеме не показан). Новое звено создается точно так же, как и при первом критерии. Единственное отличие – предыдущее звено не обязательно закрывают, а могут редактировать еще некоторое время, пока его ГНФ не будет освещен с необходимой полнотой, так как информация может быть интересна потребителю. Таким образом, предложенный алгоритм имеет общий характер и может быть использован для всех освещаемых событий и способов их обработки методом рерайтинга.

\* \* \*

<sup>1</sup> Базис материала – главная его часть; основная информация, приведенная к нужной структуре. Композиционно базис представляет собой верхнюю часть перевернутой пирамиды: хедлайн, лид и обычно 1-2 первых абзаца корпуса. Имея основу материала, можно пристраивать к ней дополнительный контент.

<sup>2</sup> Субстрат – «то, что лежит в основе каких-либо явлений, состояний», а также «объект, подвергающийся воздействию субъекта». И та, и другая трактовка применима к такому материалу.

<sup>3</sup> Цепь – ряд новостных сообщений, освещающих продолжительное событие; перетекающих одно в другое и продолжающих друг друга. Эти сообщения мы назовем звеньями. Каждое из них – с собственным хедлайном и своей композицией. Между собой они связаны гиперссылками перехода.