

## **Секция «Журналистика»**

### **Особенности редактирования web-версии глянцевого издания**

***Титок Елена Андреевна***

*Аспирант*

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

*E-mail: reyate@mail.ru*

Сайт [www.cosmo.ru](http://www.cosmo.ru) был создан в 2002 году как визитка журнала Cosmopolitan. В 2006 году портал стал интерактивным – [cosmo.ru](http://cosmo.ru) стал наполняться уникальным контентом независимо от журнала, не теряя при этом связи с печатным изданием.

В 2010 году сайт претерпел релонч: кардинально поменялся дизайн сайта с учетом современных требований и моды, обновились рубрики.

Сегодня [cosmo.ru](http://cosmo.ru) – один из крупнейших женских порталов рунета. Его посещаемость составляет около 4 миллионов уникальных пользователей в месяц.

Редактированием сайта, состоящего из восьми основных рубрик, занимаются 4 редактора. В их обязанности входит не только вычитка, правка и самостоятельное написание материалов, но и наполнение сайта с технической точки зрения, а также ведение блогов, общение с читателями, контроль над соцсетями и пр.

Особенности редактирования сайтов глянцевых изданий связаны с несколькими факторами. Главный из них – читательская аудитория. Сайт [cosmo.ru](http://cosmo.ru) рассчитан на девушек 18-25 лет, ориентированных на успех в личной и профессиональных сферах. Девиз журнала Cosmopolitan, а также сайта [cosmo.ru](http://cosmo.ru) как его производной звучит как Fun. Fearless. Female. Что можно перевести как «Забавный. Бесстрашный. Женственный». Именно в сбалансированном сочетании этих качеств кроется успех издания. Редакторам сайта необходимо постоянно помнить об интересах их аудитории. Тексты, написанные для читательниц, не должны быть перегружены сложными терминами, иноязычными словами, которые не всем могут быть понятны, изобиловать неуместным сленгом. Все материалы должны быть написаны с учетом специфики интернета: быть ёмкими, довольно короткими, с ярким, привлекающим внимание заголовком и информативным лидом. В связи с тем, что около 20% материалов для сайта берется из бумажной версии журнала, журнальные, порой весьма длинные, статьи должны быть грамотно заверстаны. Именно для этих целей на сайте существует постраничная разбивка, позволяющая удобно разделить материал на несколько частей.

Редактор должен постоянно следить за качеством размещаемого им текста. Читательницы весьма негативно реагируют на опечатки и неточности в материалах.

Заголовок и лид непременно должны отражать суть материала. Они должны быть в меру художественными: для журнальных заголовков нередко используется недопустимая в интернете игра слов, от которой приходится отказываться в пользу более сухих и информативных предложений.

По законам интернета, заголовок должен содержать глагол, стоящий, как правило, в настоящем времени. Это связано с тем, что в интернете все происходит в данный момент, а не в прошлом или будущем.

Нельзя забывать редактору и про ключевые слова в тексте. В каждом разделе время от времени появляются специально написанные тексты для SEO-оптимизации, темы

которых подбираются отделом маркетинга. Но и в повседневных текстах очень желательно делать акцент на те слова и словосочетания, которые чаще всего ищут читатели в интернете.

При работе над текстом сайта глянцевого интернет-издания необходимо учитывать как характерные черты интернета, так и особенности глянцевой журналистики. Именно в сочетании этих двух параметров и заключается успех работы редактора интернет-СМИ.