

News w Internecie

Wydawałoby się, że zamieszczenie informacji w Internecie to nic trudnego, wystarczy notkę prasową rozsyłaną do dziennikarzy przekleić i wysłać na serwer. To błąd.

O ile możemy liczyć, że dziennikarz z obowiązku przeczyta (choć nie zawsze) informację do końca, to z całą pewnością nie zrobi tego internauta, jeśli na początku będzie się musiał przebić np. przez pełną nazwę wydziału, w którym pracują policjanci realizujący akcję.

BYŁE NIE ZA DŁUGO

Informacja internetowa, tak jak tradycyjna, powinna mieć lid i składać się z krótkich akapitów przedzielonych pustym wersem. Tak jest przejrzystej. Poza tym ktoś, komu nie chce się czytać całości, najpewniej przeleci wzrokiem początki akapitów, a jeśli coś go zaciekawi, przejrzy cały tekst.

Treść informacji musi być przekazywana w krótkich, rzeczowych zdaniach. Trzeba pamiętać, że w sieci



można ją przeczytać w każdym zakątku ziemi, dlatego lepiej pomijać takie szczegóły, jak np. nazwa ulicy, wydziału czy sekcji. Dla internauty ważne jest, że policjanci złapali przestępcę. Nieczytelne dla większości detale niepotrzebnie przedłużają i zaciemniają treść. Nie są wskazane ozdobniki w stylu „zanurzając się w chmurę wilgoci” czy „Znikają w ścianie nocy. To nie jest film. Tę scenę napisało życie”. To raczej rozśmieszy, niż zaciekawi. Jeśli dziennikarz uzna, że ozdobnik jest potrzebny, sam go wstawi. Naszym zadaniem jest informować krótko i rzeczowo.

OD TEGO SĄ LINKI

Wielką przewagą Internetu nad innymi formami przekazu jest nieograniczoność miejsca. Nie oznacza to, że zamieszczana informacja powinna być kilometrowa.

Długa informacja, nawet podzielona na akapity, zniechęca. Możliwość umieszczania w niej linków sprawia, że może zostać obudowana informacjami uzupełniającymi.

Przed umieszczeniem newsa w sieci warto się zastanowić, co można pod niego podłączyć. Mogą to być statystyki dotyczące np. przestępstwa, którego dopuścił się zatrzymany, czy dane o wcześniejszych podobnych realizacjach. Im więcej linków, tym lepiej, bo ich zadaniem jest zatrzymać internautę na stronie jak najdłużej. Każdy kliknięty link to kolejna potencjalnie przeczytana informacja.

SIEĆ MUSI BYĆ PIERWSZA

Ważna jest szybkość przekazu. Informacja internetowa musi być pierwsza. Jeśli pojawia się po podaniu jej przez rozgłośnie radiowe czy – co gorsza – ukazującą się następnego dnia prasę, nie jest już nikomu potrzebna. Rzecznicy prasowi muszą strony internetowe traktować priorytetowo. Nie może być tak, że najpierw informacja wysyłana jest do redakcji, rzecznik ponagrywa się dla radiowców, a jak już minie „pierwsza fala”, znajduje się czas na wrzucenie jej do Internetu.

Internet to jedyna forma przekazu, nad którą całkowicie panujemy. Informacja zamieszczana na stronie WWW, oczywiście prawdziwa i rzetelna, jest odporna na dziennikarskie błędy, bo i te się zdarzają, ale także interpretacje i komentarze, które czasami – mimo wysiłków służb prasowych – nie idą w pożądanym przez nas kierunku.

ZDJĘCIE PRZYCIĄGA UWAGĘ

Jeśli to możliwe, news powinien być zilustrowany zdjęciami. Często to one zachęcają do przeczytania całości. Należy o tym pamiętać, zwłaszcza gdy zawjaka informacji znajduje się na głównej stronie, a reszta na podstronie. Warto wtedy znaleźć na stronie głównej nieco więcej miejsca, by i zawjawkę opatrzyć małym zdjęciem bądź infografiką.

I na koniec kwestie formalne. Wielkość, krój i kolor czcionki nie są bez znaczenia. Najlepszy kolor to czarny bądź ciemnoszary, czcionka – verdana, wielkość 10–12 punktów. To oczywiście nie są żelazne reguły, ale wystarczy spojrzeć na najpopularniejsze portale, by przekonać się, jakie standardy obowiązują. Tekst warto wyjustować do obu krawędzi, choć nie jest to zasada bezwzględnie obowiązująca. Błędem jest natomiast wyśrodkowanie całości, bo taki materiał trudno się czyta. A przecież do Internetu „wrzucamy” newsa po to, żeby zapoznało się z nim jak najwięcej osób.

KLAUDIUSZ KRZYCZKA
zdj. Anna Michejda

