

Методы формирования новостей

- **Новости – это:**
 - информация, необходимая людям для принятия решения, которое касается их жизни;
 - отклонения от естественного хода событий.

- Отбор новостей для публикации происходит по двум критериям – *значению события* и наличию в нем элементов *читательского интереса*.

- Значение события определяется его масштабностью (сумма сделки, количество участников мероприятия, число жертв катастрофы) либо возможными последствиями для всего населения страны или определенных групп. Последствия события могут быть как прямые (например, решение Конституционного суда о выплате дополнительного пособия женщинам, ушедшим в декретный отпуск), так и косвенные (например, прогноз роста цен на жилье в связи с новым порядком выделения земли под застройку).

- Читательский интерес в свою очередь зависит от близости события к читателям, от участия в событии знаменитостей и от наличия "человеческих аспектов" события.
- Близость бывает как географической, так и психологической. Психологическая близость заключается в восприятии читателями участников события как "своих" независимо от того, в каком месте событие произошло.
- Участие в событии знаменитостей автоматически поднимает его статус, делает даже рядовое событие достойным публикации.

- Новости пишутся по схеме "перевернутой пирамиды". Эта схема подразумевает постановку в начале сообщения самого важного элемента события, его сути. Затем располагается менее важная информация, а завершает статью еще менее важная, которую при редактировании можно выбросить без особого ущерба для текста. Поэтому "перевернутую пирамиду" еще называют "антиисторией" в противоположность истории как повествованию, нарративу.

- Само написание новостей заключается в поиске ответов на шесть основных вопросов: Кто? Что? Где? Когда? Почему? Каким образом?
- Иногда этот список дополняют вопросами "Что это значит? (Ну и что?)", "Кому выгодно (невыгодно)?" и "Что будет."
- Кроме того, в новостном сообщении обязательно указывается источник информации – дается ответ на вопрос "Откуда мы знаем?".

- Новостные заметки бывают короткие и расширенные. Короткая новостная заметка состоит из 10–20 строк и содержит ответы на основные шесть вопросов. Вот пример короткой новости:

- **Расширенная новостная заметка** состоит из ядра, деталей и бэкграунда.
- **Ядро** находится в начале заметки и содержит основную информацию о событии. Это могут быть ответы как на все шесть вопросов, так и на часть из них с добавлением ответа на вопрос "Ну и что?" (значимость новости для читателей). Новостную заметку начинают с ответа на вопрос "Ну и что?" в тех случаях, когда в чистом виде новость трудна для восприятия. Например, статьи о научных открытиях или о принятых парламентом новых законах лучше начинать не с сути этих открытий и законов, а с того, насколько они изменят нашу жизнь.

- **Детали** включают в себя подробный рассказ о событии и обстоятельствах вокруг него. Например, если в ядре сообщается про авиакатастрофу, то деталями будет информация о том, как проходил полет, в какой момент стало известно о неполадках, как летчики пытались спасти самолет, как действовали наземные службы и т.д. Или если в ядре новости рассказывается о выступлении политика, то деталями будут цитаты из выступления и реакция слушателей.

- **Бэкграунд** – это дополнительная информация, напрямую не связанная с событием, однако позволяющая глубже понять его смысл. Обычно в качестве бэкграунда приводятся сообщения об аналогичных событиях и статистические данные. Например, для статьи про авиакатастрофу бэкграундом будет информация о том, как часто терпели катастрофу самолеты данной модели и данной авиакомпании, как часто это происходило в том же районе и по аналогичной причине, какие выплаты положены семьям погибших в авиакатастрофе, что собираются предпринять авиаторы для повышения безопасности полетов.

- Ядро всегда располагается в начале расширенной новостной заметки. Место же деталей и бэкграунда не фиксировано. Они могут быть размещены в любом месте статьи, кроме начала, и чередоваться в любом порядке.
- На практике наиболее распространены две схемы:
- 1) чередование деталей и бэкграунда, когда уточняющая и дополнительная информация попеременно следуют друг за другом;
- 2) разделение, когда после ядра друг за другом идут детали, а в конце заметки в виде отдельного массива текста располагается бэкграунд.

- **Схема 1**
- Ядро, Деталь-1, Деталь-2, Бэкграунд.
- **Схема 2**
- Ядро, Деталь-1, Бэкграунд-1, Деталь-2, Бэкграунд-2.

- В зависимости от информационного повода различают *новость-факт*, *новость-событие* и *новость-цитату*.
- **Новость-факт** – сообщение о ситуации, например о принятии нового закона, о решении суда, о результатах переговоров. Заметка начинается с самого важного аспекта этой ситуации.

- **Новость-событие** – сообщение о действии, например о покорении горной вершины или об ограблении банка. При этом соблюдать хронологию действия не нужно. Заметка начинается с результата этого действия или его кульминационной точки.

- **Новость-цитата** – это сообщение о выступлении какого-то важного человека. Обычно новости-цитаты располагаются в разделах политики и экономики и посвящены тому, что политические лидеры и бизнесмены что-то обещают, к чему-то призывают или чего-то не исключают. Начинается такая заметка с центрального высказывания и ни в коем случае не с упоминания о том, что кто-то где-то держал речь.

- Чтобы статья была опубликована, она должна быть актуальной, то есть привязанной к текущему моменту.
- Существует пять видов актуальности – *непосредственная, латентная, календарная, собственная и кажущаяся.*
- **Непосредственная актуальность** – это актуальность в собственном смысле слова, когда событие только что произошло либо событие произошло давно, но известно о нем стало только сейчас.

- **Латентная актуальность** используется при освещении проблем и процессов, которые давно существуют и скорее всего еще долго будут существовать, например наркомания или военная реформа. Чтобы привязать проблему или процесс к текущей ситуации, журналисты ждут, когда в связи с этим кто-то что-то сделает, и используют это действие как информационный повод.

- **Календарная актуальность** заключается в использовании в качестве информационного повода какой-то памятной даты, например годовщины рождения, смерти, вступления в должность, начала реформы, совершения теракта. Календарная актуальность, в отличие от латентной, позволяет написать о проблемах и процессах, не дожидаясь того, чтобы в связи с ними что-то происходило, а также подвести какие-либо промежуточные итоги, что само по себе может явиться темой статьи.

- **Собственная актуальность** – журналистика акций. Журналисты сами провоцируют событие, а потом пишут о нем и о реакции на него. Например, редакция газеты может не дожидаться конференции экологов, чтобы написать о проблемах окружающей среды, а на собственные средства организовать исследование воздуха, воды и почвы на содержание вредных веществ, а затем использовать оглашение результатов в качестве информационного повода.

- Известен "метод маски", когда журналист временно меняет профессию, чтобы разоблачить злоупотребления в какой-либо сфере деятельности, например под видом фермера отправляется торговать на рынок, чтобы потом описать, как действует рыночная мафия.

- **Кажущаяся актуальность** служит "палочкой-выручалочкой" в тех случаях, когда никаких других информационных поводов нет, а статью публиковать надо именно сейчас. Тогда развитие проблемной ситуации имитируется при помощи слов "все больше", "все чаще", "все опаснее" и т. д., например "Все больше выпускников вузов не могут найти работу", "Все чаще в магазинах продают просроченные продукты", "Все опаснее становится ездить на зарубежные курорты"

- Использование подобных выражений в начале статьи означает, что у журналиста нет цифр, которые бы подтвердили его вывод, так как если бы журналист такими цифрами располагал, он бы обязательно их упомянул. Хотя из этого вовсе не следует, что журналист не прав, утверждая, что нечто стало "все больше" или происходит "все чаще". Вполне возможно, что это действительно так.

- Для передачи в новостной заметке слов ньюсмейкера существует следующее правило: все, что можно перевести в косвенную речь, излагается от лица журналиста. Это делается потому, что, во-первых, кавычки сильно затрудняют чтение, а во-вторых, всегда журналист может передать мысль ньюсмейкера короче и точнее, чем сам говорящий.

- С другой стороны, наличие в тексте прямой речи создает иллюзию того, что слова человека переданы без искажения, тогда как передача их в косвенной речи может вызвать впечатление, что журналист вместо слов собеседника навязывает свое мнение об этих словах. По этим причинам вообще без цитирования при передаче сказанного обойтись нельзя, но оставлять в прямой речи рекомендуется только самые важные и самые колоритные фразы ньюсмейкера.

Использованная литература

Колесниченко А.В. Практическая журналистика // Учебное пособие. -

Издательство Московского университета. -
2008.