

Лана Самарина

К.э.н.
Заместитель
генерального директора «Регнум»

Что такое новость
и как стать частью
федеральной новостной
повестки



Новости это:

короткое оперативное сообщение о событии, которое произошло только что или происходит в данный момент. Главная ценность новости как жанра – ее актуальность

Новость – это наиболее распространенный формат, основная единица информационного потока

В новости читателя интересуют ответы на следующие вопросы:

КТО ЧТО сделал?

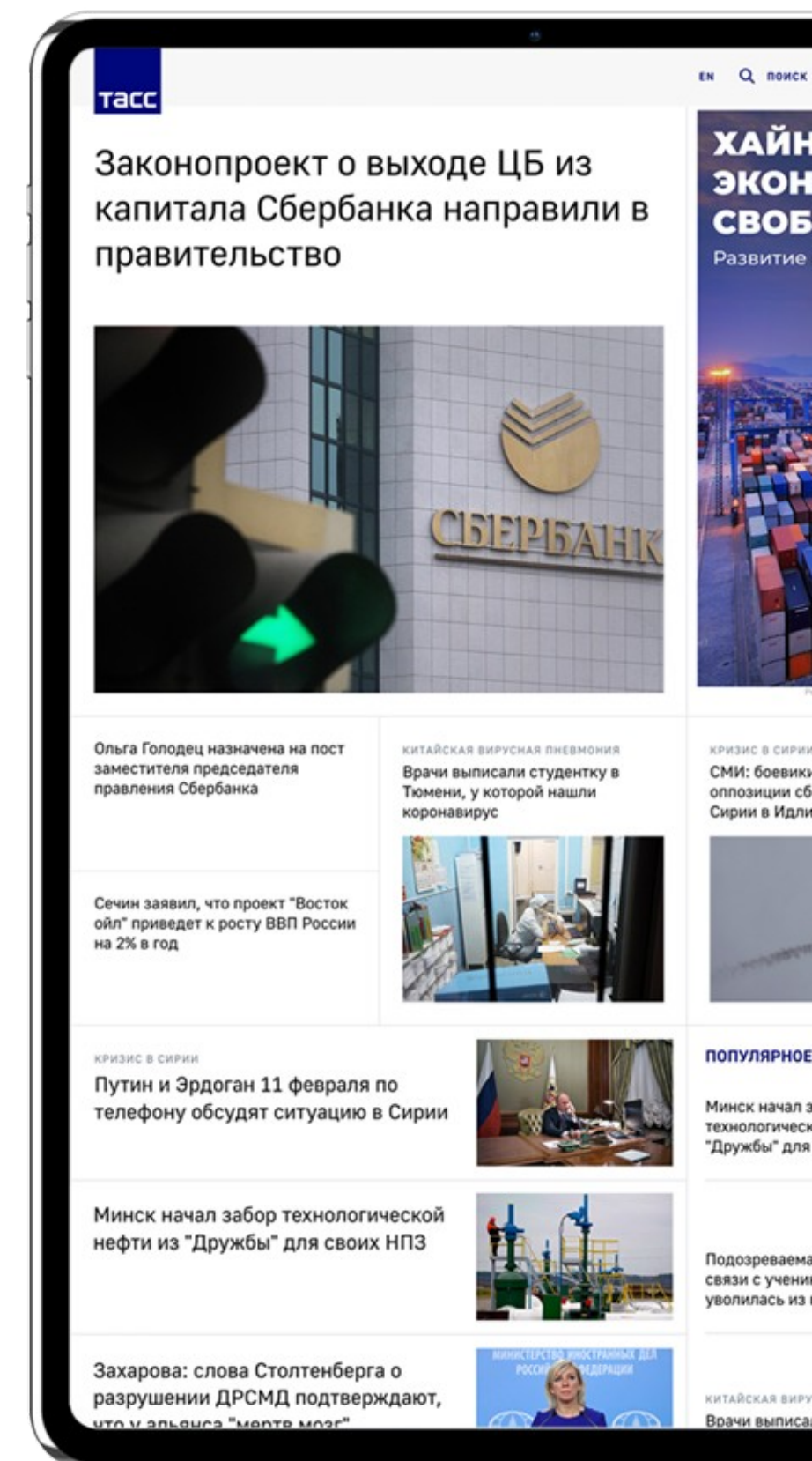
КОГДА и **ГДЕ** это произошло?

ПОЧЕМУ это важно?

ОТКУДА это стало известно?

После прочтения новости этих вопросов оставаться не должно

Корреспонденты строят новости по принципу «перевернутой пирамиды»: самая важная информация ставится в заголовок и в лид, а все остальные элементы (цитата, контекст и т. д.) располагаются в тексте в порядке убывания их важности



С чего начинается хорошая новость?

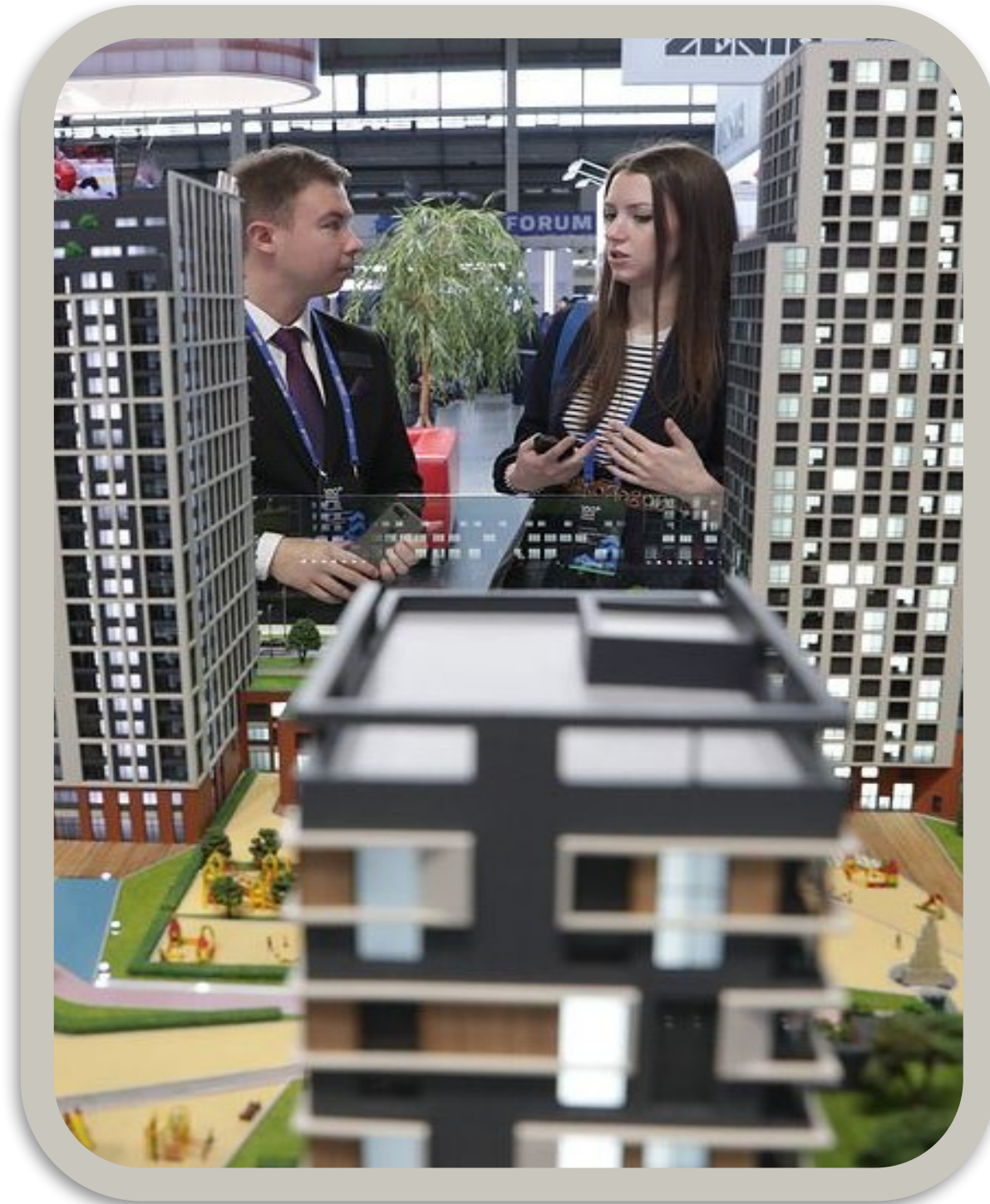
ОТВЕТ: с хорошего информационного повода



Информационный повод — это событие, которое может быть интересно широкой читательской аудитории.

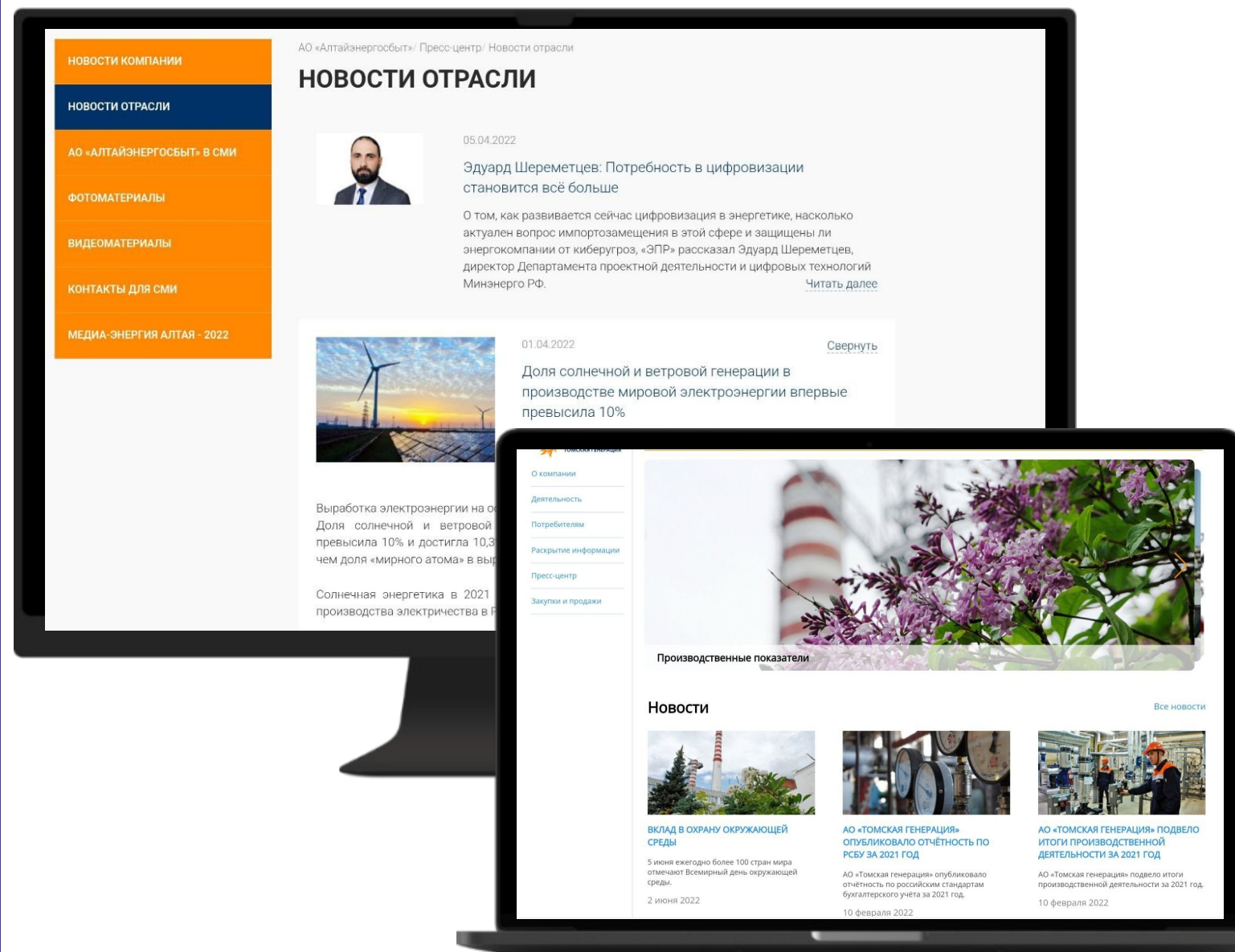
Сообщение, в котором отсутствует информационный повод или какая-либо новостная ценность, не может быть опубликовано

Что такое качественный инфоповод?



- Он должен быть актуальным, интересным, важным
- Он должен быть хорошо подан
- Надо поместить его в правильный контекст
- Не мельчить
- Ищите путь к сердцу аудитории. Постарайтесь заложить или придумать внутренний конфликт, чтобы новостной повод стал решением этого конфликта
- Ищите уникальность «первый», «крупнейший», «не имеющий аналогов», «впервые за 100 лет».
- Ищите привязку к нуждам конкретного человека

ГРАМОТНОСТЬ – задача №1



Писать грамотно — профессиональная обязанность каждого сотрудника пресс-службы

Грамотность — это не дополнительная услуга, не опция, это минимальное требование к каждому публикуемому тексту.

Грамотный, логично выстроенный текст не оставляет поля для двусмысленности и неверной интерпретации, что крайне важно для любой компании.

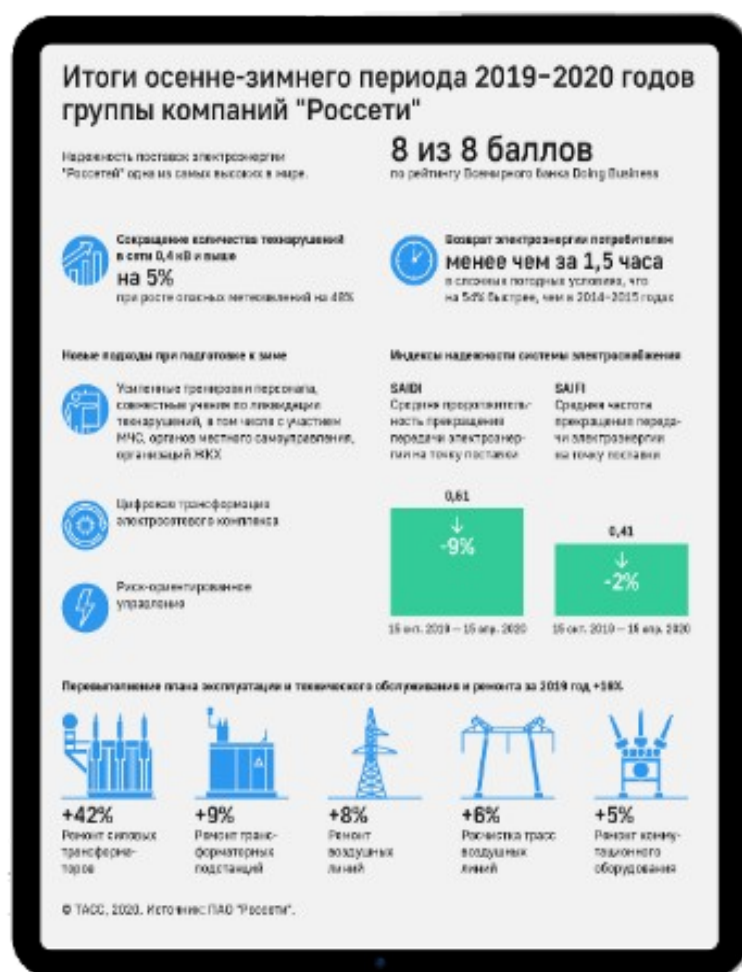
Качественным текстом мы показываем наше уважение к читателю, нашу организованность и профессионализм, что способствует росту доверия к компании.

Любая ошибка (как опечатка, так и фактологическая ошибка) в тексте — это чрезвычайная ситуация, поскольку подрывает доверие.

Сотрудник пресс-службы не имеет права писать с ошибками и должен быть готов нести ответственность за безграмотные тексты.

В помощь автору

сервисы и ресурсы для повышения грамотности



Грамота.ру <http://www.gramota.ru/> – проверка орфографии, словари, библиотека, справочное бюро

Справочное пособие <http://old-rozental.ru/> - справочники и учебники «зубров» стилистики/грамматики в электронном виде

Сервис «Главред» <https://glvrd.ru/> - проверит чистоту текста, поможет убрать слабые глаголы, лишние местоимения, обобщения, покажет стилистические ошибки, подчеркнут слишком сложные обороты, некорректные формулировки, дает совет по улучшению готового материала.

Сервис «Орфограммка» <https://orfogrammka.ru/> (нужна регистрация) - сервис для проверки правописания на русском языке

Алгоритм написания новости

принцип «перевернутой пирамиды»

Заголовок — даем инфоповод одним предложением

1-й абзац — излагаем инфоповод более развернуто, добавляем источник

2-й абзац — объясняем, почему эта новость важна

3-й абзац — оживляем цитатой

4-й абзац — даем дополнительные подробности

5-й абзац — подвешиваем бэкграунд, содержащий историю вопроса.

КАК НАПИСАТЬ НОВОСТЬ

1. Пишем кратко, четко и понятно
2. Меняем длинное слово на короткое, если нет риска исказить СМЫСЛ
3. Меняем страдательный залог на действительный везде, где ЭТО ВОЗМОЖНО
4. Соблюдаем прямой порядок слов (кто что сделал) — он почти всегда лучше, чем обратный.

Вывод?

Правим: С 28 октября 2024 года специалистами государственной ветеринарной службы совместно с представителями подведомственных Министерству природных ресурсов и экологии организаций и учреждений будет проводиться оральная иммунизация диких плотоядных животных против бешенства

КАК НАПИСАТЬ НОВОСТЬ

(продолжение)

5. Не допускаем канцеляризмов, жаргонизмов, витиеватых синтаксических конструкций. Исключением могут быть только заковыченные цитаты, если они настолько важны, и их нельзя перевести в косвенную речь
6. При переводе прямой речи в косвенную заменяем все канцеляризмы понятными общеупотребимыми эквивалентами
7. Очищаем текст от метафор, эвфемизмов, речевых штампов
8. Избегаем вводных слов и наречных выражений: они не несут смысловой нагрузки и затрудняют усвоение информации. Связываем части текста с помощью смысла, а не вводных слов.

Вывод?

Правим: Группа «Интер РАО» и «НордЭнергоГрупп» подписали соглашение, предусматривающее совместную реализацию проекта модернизации Каширской ГРЭС и дальнейшей эксплуатации новых энергоблоков электростанции.

КАК НАПИСАТЬ НОВОСТЬ

(продолжение)

9. Выражения «на сегодняшний день», «на данный момент» по возможности меняем на «сегодня», «сейчас» или «теперь». «Май месяц» меняем на «май»

10. Не используем в тексте модальные слова, выражающие отношение автора к происходящему (безусловно, видимо, возможно, действительно, итак, кажется, как говорится, как известно, конечно, к сожалению, к счастью, кстати, пожалуй, разумеется, судя по всему, так и др.)

11. Всегда объясняем значение понятий и определений, незнакомых широкому кругу читателей

12. Вместо иноязычных заимствований, англицизмов и варваризмов используем русские эквиваленты, если это не искажает смысл.

Вывод?

Правим: Предстоит проложить трассу газопровода протяженностью почти в 60 км по территории Ивановской и Костромской областей, построить инфраструктуру - узел редуцирования газа, узел измерения расхода газа, крановый узел.

КАК НАПИСАТЬ НОВОСТЬ

(продолжение)

13. Употребляем только общепринятые сокращения и аббревиатуры, не выдумываем **НОВЫХ**

14. Не используем без особой надобности ООО, ОАО, ЗАО, ПАО и другие отраслевые сокращения

15. Проверяем всю фактологическую информацию (имена, фамилии, должности, названия и т. д.)

16. Проверяем все цифры и арифметические расчеты. Последние — перепроверяем

17. Стараемся исходить из того, что оптимальный для понимания и усваивания размер предложения — 14-15 слов.

Вывод?

Правим: Благодаря тому, что в Компании были реализованы проекты АИС ТОРО, АИС Мобильный обходчик, ССПРТИ, АИС ЕИСЗ аудиторы, наряду с менеджментом могут отслеживать в режиме онлайн информацию о функционировании процессов.

КАК НАПИСАТЬ НОВОСТЬ

(продолжение)

18. Если из фразы можно выбросить слово и смысл от этого не изменится – выбрасываем
19. Точка — лучший знак препинания. Если вместо запятой можно поставить точку – ставим точку и начинаем новое предложение
20. Точка с запятой — первый признак того, что предложение слишком длинное и его стоит упростить
21. Если есть сомнение, какой знак поставить, – упрощаем предложение
22. Стараемся не ставить два длинных предложения подряд: их будет сложно читать. Длинные предложения чередуем с короткими
23. Следим за тем, чтобы в одном предложении было не больше шести запятых.

Вывод?

Правим: В рамках соглашения с АО «Интер РАО-Электрогенерация», заключенного в июне 2020 года, ТЭК год за годом увеличивает покупку тепловой энергии от Северо-Западной ТЭЦ для нужд существующих потребителей Приморского района, а также для теплоснабжения потребителей нового жилого микрорайона Юнтолово.

КАК НАПИСАТЬ НОВОСТЬ

(продолжение)

24. Избегаем красивых, но сложных для восприятия конструкций: в красоте не будет никакого смысла, если ее никто не поймет

25. Не ставим многоточие для обозначения эмоций (удивления, печали и т. д.) - это признак дурного вкуса

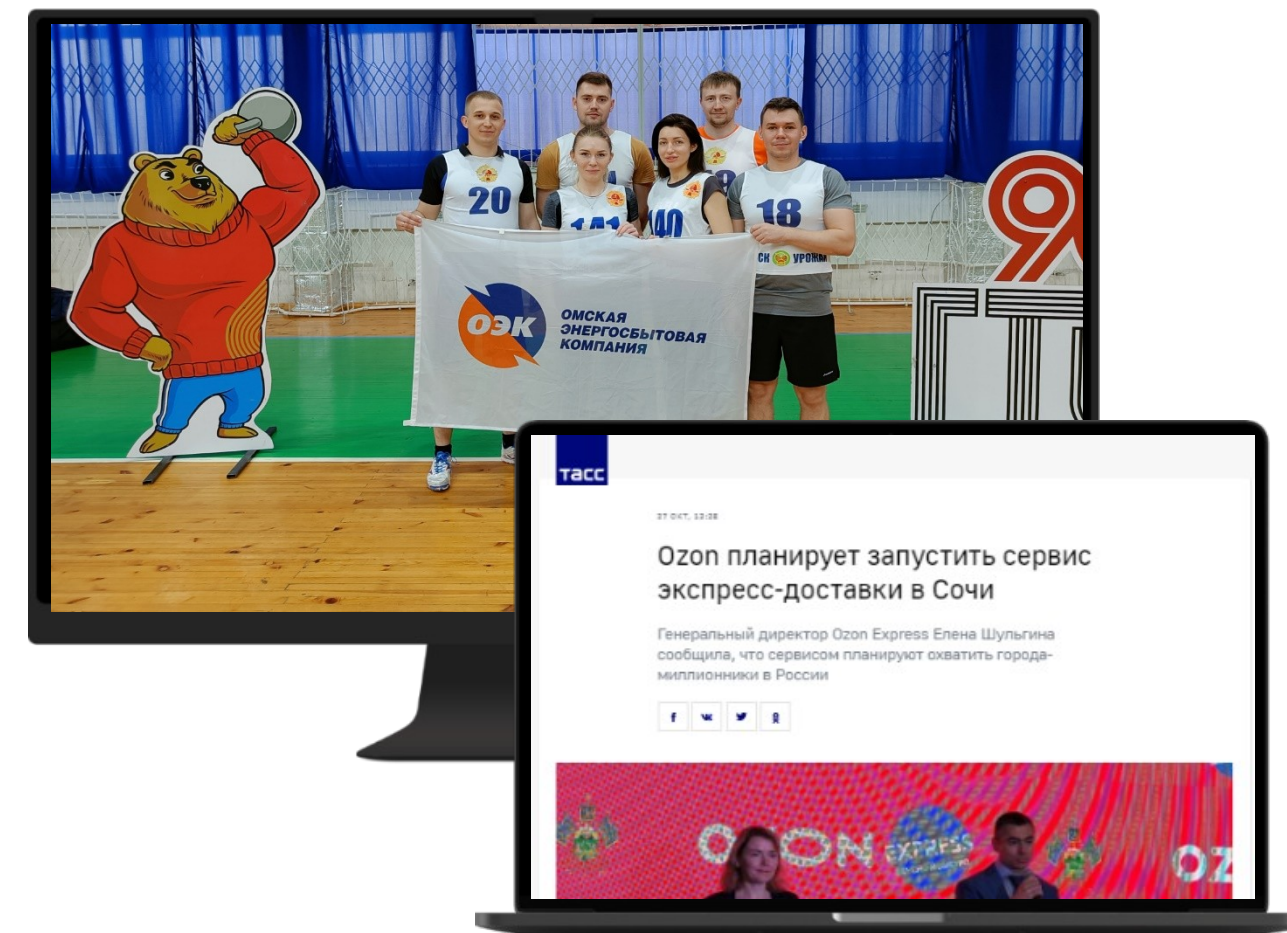
26. Обходимся по возможности без двойных отрицаний, особенно в сложных предложениях, — они могут способствовать неверной интерпретации написанного

27. Не повторяем одних и тех же фактов в одном сообщении. Если назвали человека имени и фамилии и указали должность, то дальше достаточно только фамилии

И ГЛАВНОЕ! Лучше нарушить любое из этих правил, чем написать заведомую чушь!

ВАЖНО!

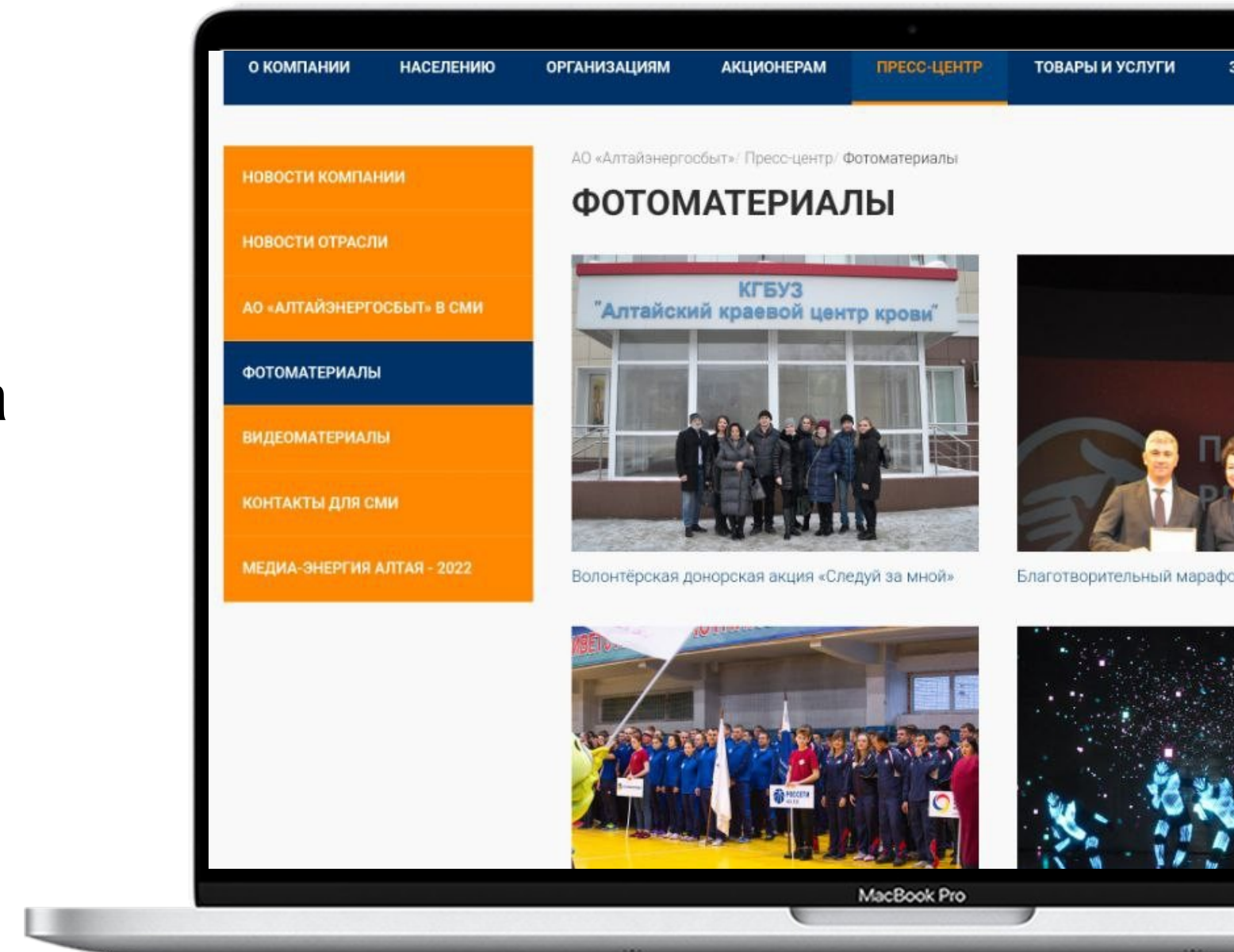
- Заголовок
- Цель текста (для кого мы пишем? Зачем мы это пишем? Что пытаемся получить в результате?)
- Кто прочитает текст? Как он его воспримет?
- Визуализация



➔ Может и не стоит этот текст писать?

И ЕЩЕ ПАРА МОМЕНТОВ

- Не заваливайте СМИ и аудиторию цифрами
-
- Людям важно реальное улучшение качества жизни. Важно не количество домов перешедших на прямые договоры, а что это даст жильцам
- Не говорите с аудиторией так, как вы выступаете на совещаниях



**БЛАГОДАРЮ
ЗА ВНИМАНИЕ!**