

Строим НОВОСТЬ

Учебное пособие для журналистов
российских региональных газет



Пособие представляет собой теоретический курс новостной журналистики. Включает 13 глав и рекомендуется как подготовительное чтение для журналистов для последующего участия в тренинге для отработки практических навыков. Может использоваться и для самостоятельного ознакомления с основами и продвинутым курсом новостной журналистики.

Манро Е., 2010
Шустров Р., Обложка
Сафонкина И., Предисловие

Книга написана при поддержке Программы развития независимых СМИ Фонда «Новая Евразия» и Агентства по международному развитию США (USAID).

Содержание

ПРЕДИСЛОВИЕ		9
ОТ АВТОРА		12
ВВЕДЕНИЕ		16
Глава 1.	ЦЕННОСТЬ НОВОСТЕЙ	33
1.1.	Новость или не новость?	34
1.1.1.	Может быть, это отчет о мероприятии?	34
1.1.2.	Может быть, это словесный понос?	37
1.1.3.	Может быть, это только маленькая новостная заметка?	38
1.1.4.	А, может быть, это реклама или пиар?	39
1.2.	Как избежать пустословия и взять быка за рога?	42
Глава 2.	ТОЧНОСТЬ И ДОСТОВЕРНОСТЬ ФАКТУРЫ В НОВОСТЯХ	47
2.1.	Факты и мнения. Компетентность источников.	47
2.1.1.	Философская истина и журналистская правда.	47
2.1.2.	«Я вовсе не ножом для мяса его пырнула!» или труп восстал.	48
2.1.3.	Mersy или Мерсу? Выверяйте имена, должности, названия, места событий и время.	51
2.1.4.	Покайтесь и к вам потянутся.	52
2.2.	Источники и их надежность.	53
2.2.1.	Почему умер директор? Шкала надежности источников информации.	53
2.2.2.	Всегда ли прав большой начальник?	55
2.3.	Зачем и как ссылаться на источники?	59
2.3.1.	Когда ссылки на источники не нужны?	59
2.3.2.	Качество ссылок, описание источников.	60
2.3.3.	Она заявила, он признался. Но пытали ли его?	62
2.3.4.	Ссылка на обстоятельства проведения опросов общественного мнения.	69

2.3.5.	Манипуляции ссылками. Книга стиля.	70
2.4.	«Источники расстреляны. Как мне теперь жить?». Анонимы и журналистская правда.	71
2.4.1.	Способы ссылок на анонимов.	77
2.5.	Здравый смысл – надежное орудие в борьбе за точность.	79
2.6.	Как мыши вредят народу или преувеличения, полуправда, демагогия и недоказанная сенсационность.	82
2.7.	Плагиат – это списывание.	84
Глава 3.	ОБЪЕКТИВНОСТЬ, СПРАВЕДЛИВОСТЬ И НЕПРЕДВЗЯТОСТЬ	86
3.1.	Ищите другую сторону.	87
3.2.	Не решайте за других – спросите их. Интервью с жертвами преступлений и родственниками погибших.	88
3.3.	Что делать, если не удастся найти нужный источник? Искать! Искать! Искать!	92
3.3.1.	Не найдете другой стороны – честно скажите об этом читателю.	97
3.4.	Пиар и реклама: наши враги.	100
3.4.1.	Пиар вместо новости.	100
3.4.2.	Как избежать рекламы и пиара в новостях, у которых нет четкого новостного повода?	102
3.5.	Клевета, оскорбления, ирония, сарказм, нарушение законов о СМИ и норм профессиональной этики.	103
3.6.	Контекстуализация новости.	107
3.6.1.	Можно ли обойтись без контекстов?	109
3.6.2.	Разновидности контекстов по функциям и расположению в текстах новости.	109
3.6.3.	Исключения: когда ключевой контекст в новости не нужен?	112
3.6.4.	Внимание: опасность!	114
3.6.5.	Виды контекстов.	114

3.6.6.	Неудачные примеры контекстной информации.	140
Глава 4.	ДОСТАТОЧНОСТЬ ФАКТУРЫ	143
4.1.	Суть новости.	143
4.1.1.	Примеры.	145
4.1.2.	Цена вопроса.	147
4.1.3.	Ограничения новости.	149
4.1.4.	Немедленные последствия новости.	149
Глава 5.	ПОЯСНЕНИЯ	152
5.1.	Почему это произошло?	153
5.2.	Как это произошло?	155
5.3.	Что будет дальше?	156
Глава 6.	ЗНАЧЕНИЕ И ПОСЛЕДСТВИЯ НОВОСТИ	158
Глава 7.	ДАЙТЕ ЧИТАТЕЛЯМ НОВОСТИ, КОТОРЫЕ ИМ ПОЛЕЗНЫ	162
Глава 8.	САМОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ И НЕЗАВИСИМОСТЬ ЖУРНАЛИСТА	163
8.1.	Где искать новости?	164
8.1.1.	Посмотрите на новость искоса, копните с другой стороны. Оригинальность и эксклюзивность.	170
Глава 9.	ДЕТАЛИ, ХАРАКТЕРИСТИКИ, ОПИСАНИЯ, ОБРАЗЫ	175
9.1.	Поставьте читателя в центр события.	175
9.1.1.	Детали ситуации.	176
9.1.2.	Описание ощущений.	177
9.1.3.	Описание запахов.	177
9.1.4.	Описание деталей отношений.	179
9.1.5.	Как замечать и отмечать детали.	179

9.2.	Характеристики, рейтинги, рэнкинги.	180
9.2.1.	Рейтинги и характеристики источников и ньюс-мейкеров.	181
9.2.2.	Не давайте слишком много характеристик, деталей и рейтингов в одном месте.	184
9.2.3.	Внимание: опасность!	185
Глава 10.	ЦИТИРОВАНИЕ	187
10.1.	Ссылки на источник при цитировании.	188
10.2.	Как добыть хорошую цитату.	189
10.3.	Как редактировать цитаты.	190
10.4.	Частичное цитирование.	191
10.5.	Частичное цитирование в лиде и заголовке.	192
10.6.	ЦОКИПЛ.	193
10.7.	ЦОКИПЛ в новостях, основанных на конфликте.	194
Глава 11.	ЯЗЫК НОВОСТИ	196
11.1.	Пишите проще.	196
11.2.	Многословие.	197
11.3.	Не пишите «в настоящее время».	198
11.4.	Отчетно-паркетный стиль.	200
11.5.	Стиль ссылок.	202
11.6.	Двухэтажные ссылки.	204
Глава 12.	ЛИД	205
12.1.	Что должно быть в ЛИДЕ?	205
12.2.	Источники в ЛИДЕ: когда они нужны и когда их можно не давать?	206
12.3.	Даты, годы и дни в ЛИДЕ.	208
12.4.	Сообщите в ЛИДЕ как самое важное, что погибли люди.	209
12.5.	Каким ЛИД быть не должен?	210
12.5.1.	ЛИД не должен начинаться от динозавров.	210

12.5.2.	В ЛИДЕ не должно быть непонятных слов и жаргона.	211
12.5.3.	ЛИД не должен содержать общие слова.	212
12.5.4.	ЛИД не должен быть пиаровским сообщением.	213
12.5.5.	Не давайте вводок вместо ЛИДА.	213
12.5.6.	Не перегружайте ЛИД.	214
12.5.7.	Не начинайте ЛИД с цитат.	214
12.5.8.	Не давайте в лиде голых цифр.	215
12.6.	Разновидности ЛИДОВ.	216
12.6.1.	ЛИДЫ в статьях, которые пишутся с мероприятий или по данным отчетов.	216
12.6.2.	ЛИДЫ с отрицанием.	218
12.6.3.	ЛИД как сложносочиненное предложение.	219
12.6.4.	ЛИД из двух или нескольких предложений.	219
12.6.5.	Двойной и тройной ЛИД в статьях о конфликте или проблеме.	220
12.6.6.	Классический ЛИД предваряется шокирующим, интригующим, экзальтирующим или шуточным началом.	220
12.6.7.	Вводка.	222
12.6.8.	Очерковый ЛИД.	223
12.6.9.	Особенности написания ЛИДОВ в статьях по бизнесу и экономике.	229
12.7.	Хороший ЛИД – это полстатья.	232
Глава 13.	СТРУКТУРА И ФОКУС НОВОСТИ	234
13.1.	Вторая часть новости.	236
13.2.	Концовка новости.	238
13.2.1.	Сильная образная цитата.	239
13.2.2.	Утверждение, которое подводит своеобразный итог основной мысли новости.	240
13.2.3.	Контекстные блоки как концовка.	241
13.2.4.	Блок ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ как концовка.	242
13.2.5.	Смешной эпизод.	243

13.2.6.	Практические рекомендации как концовка.	243
13.3.	Логические связи.	244
13.3.1.	Не делайте технические связи, дайте читателям смысл.	244
13.3.2.	Простые связи и переходы.	244
13.3.3.	Сложные логические связи.	246
13.4.	Технология написания статьи по стандарту «перевернутой пирамиды».	249
ЗАКЛЮЧЕНИЕ		256
ПОСЛЕСЛОВИЕ		259
ПРИЛОЖЕНИЕ № 1.	Классификация источников.	262
ПРИЛОЖЕНИЕ № 2.	Новость типа «человеческий интерес».	263
ПРИЛОЖЕНИЕ № 3.	Ложь чиновника.	265
ПРИЛОЖЕНИЕ № 4.	Статья об американском фальсификаторе и плагиаторе.	266
ПРИЛОЖЕНИЕ № 5.	Новость с множеством контекстных блоков.	268
ПРИЛОЖЕНИЕ № 6.	Схема новости.	270
ПРИЛОЖЕНИЕ № 7.	Переписанная новость о крапиве долгов земных.	272
ОБ АВТОРЕ		274

Предисловие

Работа журналиста соразмерна темпу времени. Динамичный мир с мощными возрастающими потоками информации требует столь же быстрой реакции от тех, кто придает им словесную форму.

Информангентства соревнуются в быстроте подачи значимых новостей, а газеты – в наиболее полном освещении важных тем. Информация стала чуть ли не главным символом сегодняшнего времени, помогая людям разобраться в том, что происходит вокруг.

Относительно России: так обстоят дела в столице и в городах-миллионниках. Однако в нашей стране остается еще много мест, где газеты реагируют на изменения темпа жизни в самую последнюю очередь. Получается, что газеты становятся не в авангарде сообществ, а, напротив – тащатся в самом хвосте.

Все уменьшающийся интерес к местной прессе проявляется в отказе от подписки на местную прессу или покупки изданий в рознице. Этот процесс – уже пройденный этап для зарубежных региональных газет, где редакции закрываются в массовом порядке. У нас, в связи с недостаточным проникновением интернета, этой проблемы пока еще нет. Но она может возникнуть, если газеты не будут предлагать читателям того, что они могут получить бесплатно – прочитать в интернете или увидеть по телевидению.

Евгения взяла на себя смелость помочь СМИ, разработав тренинг по новостной журналистике для сотрудников региональной прессы, и спрос со стороны редакций оказался вполне сформированным. Часто редакторы региональных изданий осознают необходимость изменений в том, как они подают новости, однако теряются в способах их внесения. Программа тренинга помогает расставить точки над *i* в этом вопросе.

Расскажу о своем опыте. Я попала на тренинг, который проходил под эгидой программы Айрекс, в 2003 году, в тот момент, когда еще не знала, чем хочу больше заниматься – новостной журналистикой, писать в глянец или, может быть, стать специалистом в экономической сфере. Казалось, возможностей у меня, студентки журналистского факультета Томского госуниверситета, тогда было хоть отбавляй. Я пробовала свои силы в изданиях любого типа, принимала участие в каждом любопытном проекте.

Тренинг Евгении я расценивала не как вложение в качество газеты, в которой я на тот момент работала, – «Есть дело» (к сожалению, издание просуществовало совсем недолго), а как повышение собственной квалификации. Но получилось, что этот тренинг стал для меня определяющим в моей дальнейшей профессиональной деятельности.

На фоне иногда скучных и не всегда полезных лекций по журналистике в университете теория тренинга выглядела очень выгодно – она оказалась наиболее близкой к зарубежным, в частности, американским, стандартам написания новостных материалов, более жизненной и адаптированной под реалии журналистской работы.

Речь идет о строительстве новости по стандарту перевернутой пирамиды. Безусловно, эта схема не является авторской методикой Евгении, ее придумали и стали использовать много раньше. Однако тренинг учит с ней работать, помогает не столько понять эту структуру, усвоить схему, сколько осознать суть новости. Эти знания позволяют создать из журналистского текста то, что принято называть «новостью».

Когда я думаю об этой структуре, мне приходит в голову аналогия с видеомонтажом. В теории киноискусства монтажу отводится очень важная роль, поскольку он, как и другие составляющие процесса – режиссура, сценарий, операторская работа, действует в пользу самого главного: донести до зрителя смысл послания. Часто именно логика смены кадров раскрывает тонкие смысловые пласты, которые не под силу выявить другими средствами.

Так и с перевернутой пирамидой – не стоит воспринимать этот способ как обыкновенную схему написания текста, как банальную смену текстовых блоков, отвечающих на определенные вопросы. Это лишь первый уровень новости. Основное же, чему и учит Евгения, скрыто за фасадом – это раскрытие сути новостного сообщения и подача ее так, чтобы было интересно читателям.

Понятие «новость» лежит в основе курса. Осознать же, что подходит под это определение – один из первых этапов работы на тренинге. Надо отметить, что обычно именно в этот момент происходит конфликт в головах учеников с последующим «прозрением». Журналисты учатся «фильтровать» новостные поводы и выводить на первый план истинные новости. Для многих становится неожиданным понимание, что заседание городской думы не может быть новостным поводом, а вот принятое на нем решение, которое повлияет на жизнь горожан, и есть новость. Кстати сказать, позже я поняла, что качественную новость по стандарту перевернутой пирамиды практически невозможно написать, если повод не является новостным.

Во время дистанционного обучения, основная теория которого изложена в этом пособии, я полностью усвоила «правила хорошей новости». После, схема написания материала всплывала в моей голове уже на этапе сбора информации. Это оказалось очень удобным, поскольку позволяло избавиться от продумывания базовых вопросов ньюсмейкерам.

Написание текстов стало приносить удовольствие. Используя стандарт перевернутой пирамиды в качестве основы, я старалась подать информацию как можно ярче и интересней. После того, как я поняла суть новостей, мое отношение к ним изменилось полностью.

Позже, после тренинга и окончания учебы в университете, я переехала в Санкт-Петербург и связала свою работу с новостями. Использовать полученные знания мне вполне успешно удавалось в газете «Мой район», крупном городском издании, выходящем в каждом районе. Впоследствии я перешла работать в новостной отдел сайта газеты и освещала городские события. Вот уж где стало возможно в полной мере отработать все полученные навыки, ведь работа в интернет-издании не ограничивает в объемах текста и, при желании, в новости можно изложить много полезной читателям информации.

После «Моего района» я стала работать выпускающим редактором в федеральном информационном агентстве «РосБизнесКонсалтинг» в Петербурге. Надо отметить, что, несмотря на вполне жесткую структуру новостных сообщений в агентстве, я снова столкнулась с перевернутой пирамидой, ведь и в агентствах новости пишутся от главного к второстепенному.

Вернемся к моей учебе на тренинге. Форма обучения на расстоянии оказалась очень удобной – я могла получать знания, не отрываясь от работы. Это позволяло спокойно оценить свою работу, прочитать комментарии, задать вопросы Евгению. Мне всегда было интересно читать, что опубликовали другие участники тренинга. Можно было взять распечатки домой и оценить свой «рост» от текста к тексту.

Однако во время дистанционного обучения я столкнулась с такой проблемой: иногда приходилось писать два текста одной и той же новости: один – для тренинга, а другой – для газеты. Да, для моей газеты текст был написан с использованием методики, однако все же адаптирован под форматы издания. К сожалению, мой редактор, несмотря на осознание необходимости изменений, побоялась новшеств. Возможно, сыграли свою роль какие-то другие причины – например, мнение учредителей или спонсоров издания.

Причина этого, на мой взгляд, в неспособности редакции понять, что именно нужно сделать, чтобы издание стало лучше. Играет свою роль и то, что один журналист, прошедший тренинг, не может сделать погоды, каким бы умелым он ни стал. Поэтому есть смысл учиться на тренинге либо редакторам и нескольким ведущим журналистам, либо всей редакции целиком.

Пособие, которое предлагается вашему вниманию, не заменит дистанционный тренинг, однако, оно даст журналистам возможность ознакомиться с основными понятиями и теорией, на которой будет базироваться последующий тренинг для отработки практических навыков и закрепления знаний «в полевых условиях».

Ирина Сафонкина,

выпускающий редактор информагентства «РосБизнесКонсалтинг»
в Санкт-Петербурге

От автора

Главное, что ищут читатели в газетах – и так всегда было и всегда будет – это содержание. Оно складывается из разножанровых публикаций, среди которых, в первую очередь, люди хотят найти что-то новое, важное и полезное для себя. Новости были нужны людям еще с тех пор, когда сигнал о нападении враждебного племени передавался с горы на гору с помощью барабанов. Содержание новостей постепенно усложнялось. В доисторические времена новость укладывалась в рамки вести о приближении врагов. С увеличением объема знаний и информированности людей – а сейчас информация прирастает каждую секунду, как снежный ком, – нужны не просто факты, которые можно бесплатно увидеть или услышать по телевидению или радио. Однако, к сожалению, содержание учебников по журналистике на постсоветском пространстве меняется мало. Например, в изданном в 2010 году учебнике «Журналистика» для вузов В. В. Ворошилова написанию новостей посвящено всего пять страниц, при этом на двух из них даются виды первых абзацев, явно взятые из западной учебной литературы¹. Среди пяти новостных жанров перечисляются: заметка, интервью, беседа, репортаж, отчет и мельком упоминается, что заметка – это 35-40 слов, написанных по принципу «перевернутая пирамида». Но что можно узнать из обрывка информации, по размеру равного первому абзацу этого предисловия? И зачем вообще читать новостные заметки, если по телевизору новости сообщают и быстрее, и бесплатно? Или надо поставить крест на новостях как самостоятельном формате?

В этом пособии не будут рассматриваться интервью, беседы, репортажи – эти форматы достойны отдельных учебников. Хочу сразу обозначить проблему: в странах СНГ новость как отдельный формат недооценена, в то время как в западных качественных газетах основную массу новостных публикаций составляют не «briefs», что означает короткие заметки², а новости, написанные в виде статей, которые по содержанию гораздо глубже, чем просто короткое сообщение. При этом подразумевается, что читатели хотят извлечь пользу из вложения денег в покупку газеты или из подписки на

¹ Я не считаю, что западная учебная литература не хороша. Наоборот, я сама на ней училась новостной журналистике. Кроме того, как показывает анализ новостей в разных странах, который я делаю уже много лет, новостной стиль и структура новостей явно стремятся к универсализации, основой которой являются новости международных агентств новостей. Когда говорят о национальных особенностях журналистики, то это относится к другим журналистским жанрам. Например, такого жанра, как «фельетон» – смесь новости с сатирой и высмеиванием журналистом каких-то недостатков, – на Западе нет. Но есть колонки, которые пишут эксперты по злободневным темам.

нее. От газеты, за которую они заплатили, которая шуршит у них в руках, люди хотят узнать больше, чем факты, промелькнувшие на экране или в эфире. С газетой в руках у читателей появляется возможность спокойно подумать, осмыслить эти факты и понять, как новость изменяет или может изменить общество, где они живут. Они могут узнать, как новая информация повлияет на окружающую среду, на жизнь и благополучие их самих, их семей, их работу и будущее.

Конечно, новости бывают разные. Простые новости, например о краже из киоска, не нуждаются в пояснениях, если они не являются частью какой-то новой тенденции. А есть новости сложные, новости важные, новости запутанные, новости противоречивые. К этим категориям часто относятся новости политического и социального характера, те самые, которые могут оказать влияние на жизнь читателей и, следовательно, важны для них. Вспомните тысячные демонстрации, прокатившиеся по всей стране несколько лет назад, когда была введена монетизация льгот для пенсионеров. За несколько месяцев до введения этого закона были публикации об обсуждении его законодателями. Но ни одно СМИ не объяснило читателям возможные последствия данного законопроекта. Послушайте телевидение и радио, почитайте собственную газету – делается ли различие между простыми и сложными, важными новостями в формате их преподнесения?

Чаще всего нет: печатные СМИ, как правило, печатают короткие заметки, длина и глубина которых чаще всего не зависит от их важности для людей. Телевидение и радио вбрасывают факты, затрачивая примерно одинаковое количество секунд на каждый ролик. Если не происходит чего-то экстраординарного, эти СМИ, имея ограниченную сетку вещания, сообщают новости, но не имеют возможности их объяснить. Зато такой временной прессинг очень хорошо помогает подконтрольным государству СМИ подать новости в таком винегрете, что обычным людям невозможно понять, что происходит в обществе, что из происходящего важно и что не выходит за рамки обычного, на что следует обратить внимание и что можно пропустить мимо ушей.

Задумывались ли вы когда-нибудь, что после очередной новостной программы вас посещает депрессивное ощущение того, что вам не хватает знаний, чтобы понять новости, которые интуитивно кажутся вам важными? Вы наверняка хорошо можете разобраться в новостях по своей теме, той, которую вы ведете. Но чуть в сторону – и вы оказываетесь как в топком болоте: нет специальных знаний, не

² Интервью и беседы вообще не печатаются на новостных страницах, а репортажи, или «first person accounts», не являются популярным новостным форматом. Они используются только в исключительных случаях, когда надо описать драматическое, красочное или эксклюзивное событие.

с чем сравнить, нет точки отсчета. Один американский журналист и исследователь написал недавно: «В современных новостях бэки³ дают мне информацию, которая позволяет понять только одно – что новость находится вне пределов моей компетенции» (Thompson, 2009). А ведь и вы, и Томпсон – журналисты, а, значит, принадлежите к информированной категории людей. Большинство же читателей, являясь узкими специалистами в своей профессии, не имеют никакой возможности разобраться в происходящем по тем обрывкам фактов, которые им подают СМИ. Коротенький кусок бэка в новости, конечно же, помогает понять относительно простой текст, но он недостаточен для того, чтобы читатели сумели извлечь из статьи пользу. А без пользы, какой смысл тратить время на чтение?

Выпускники факультетов журналистики могут возразить, что в постсоветской журналистике есть такой жанр, как «аналитический», где журналисты – как пишет Ворошилов – показывают свое видение проблемы, оценивают ситуацию, предлагают свое решение. Но скажите: вас не раздражает мнение какого-нибудь Иванова или Петрова, предлагающих свое видение проблемы? Но скажите: вас не раздражает мнение какого-нибудь Иванова или Петрова, предлагающих свое видение проблемы? Почему людям должна быть интересна их оценка ситуации и их мнение о новостях, которое выдается за аналитику? Откуда они могут знать, к каким последствиям может привести происходящее? Откуда им знать пути решения проблем, ведь журналисты-новостники должны охватывать большой круг тем. Содержать множество узких специалистов в газетах, особенно в наше время усыхающих бюджетов, невозможно. Именно поэтому в западной журналистике репортеры не занимаются фантазированием на тему новости. Они ищут первоисточники, выясняют необходимые факты, приводят пояснения компетентных специалистов и подают новость так, чтобы ее было интересно читать.

Давайте определимся: для кого вы пишете новости? Разве людям интересно читать отчеты о состоявшихся мероприятиях, изложенные сухим, официозным языком, полные бюрократического жаргона, если из них непонятно, какое отношение эти новости имеют к жизни читателей? Кому нужны переписанные пресс-релизы? Разве что для пыльной полки в архиве местной администрации или для тех чиновников, которые дают вам информацию о своей активной работе. Можно писать для коллег, соревнуясь в скорости сброса новостей в печать или цветистости языка. А можно писать для людей, помогая им глубже понять общество, в котором они живут, окружающую их среду. Писать так, чтобы люди могли сделать важные для себя выводы и принять правильные решения – для себя, своей семьи и работы.

³ Бэк, или бэкграунд (background) – это обычно историческая справка о том, что предшествовало новости, или справочная информация.

Это пособие подготовлено для тех журналистов, которые пишут для людей.

Вы уже, наверно, поняли, что речь идет о качественной журналистике. В этом пособии нет рекомендаций для журналистов желтой прессы о том, как гоняться за знаменитостями и затем выдумывать про них разные истории, завлекая недалеких читателей. Но здесь дается множество советов и рекомендаций о том, как и какую фактуру надо собирать и как ее представлять так, чтобы важные и полезные для читателей новости становились еще и доступными и интересными.

Поскольку это пособие подготовлено для работающих журналистов, которые многое о журналистике уже знают, его главы и секции можно читать в любом порядке. Просто выбирайте в оглавлении то, что вам кажется полезным. В качестве примеров в пособии приведены отрывки из новостей, напечатанных в СМИ разных стран СНГ, а также подготовленных журналистами на тренингах под руководством автора пособия.

Во введении пособия рассказывается о том, что такое новость, и даются общие положения о том, как ее конструировать. В приложениях содержатся примеры, схемы и инструкции.

Читать пособие можно по-разному, в том числе с конца или середины – ведь у каждого журналиста свой уровень знаний и умений, и каждый сможет найти здесь для себя то, что пригодится в работе. В начале пособия много внимания уделяется основным элементам содержания новостной статьи – на мой взгляд, без глубокого понимания и внутреннего одобрения предложенных установок выстроить «пирамиду» с помощью только изучения ее структуры не удастся. Но как бы вы ни читали это пособие, главное, чтобы вы не просто пролистали его по диагонали, а подумали над приводимыми примерами и рекомендациями и сравнили то, как вы сейчас пишете, с тем, как это можно делать по-другому. Хочу предупредить, что это пособие – не легкое чтение. Но оно – полезное чтение для тех, кто хочет стать хорошим журналистом. Какие-то отдельные моменты в этом пособии будут повторяться несколько раз в разных вариантах. Это сделано намеренно, потому что именно эти моменты вызывают большие сложности у журналистов.

Еще нужно объяснить, почему многие примеры, использованные в этом пособии, взяты из публикаций в западных СМИ. Во-первых, это – хорошие, качественные примеры, и журналисты моих тренингов считают их очень полезными. Чтобы найти такие же по качеству примеры в российских публикациях, мне бы пришлось затратить слишком много времени. Во-вторых, я не хотела, чтобы журналисты заостряли внимание на содержании этих примеров. Далекие примеры на интересные или известные любому читателю темы позволяют абстрагироваться от содержания и сосредоточиться на главном, что является целью этого пособия: на овладении приемами мастерства новостной журналистики.

ВВЕДЕНИЕ,

в котором рассказываются притча и сказка, и появляются основные понятия этого пособия, без которых остальной текст может быть непонятен. Советую перечитать это введение несколько раз и выписать для себя основную терминологию.

На семинарах с журналистами я часто рассказываю одну восточную притчу о том, как семь слепцов решили на практике познать, что такое слон.

Один потрогал хобот и решил, что слон – это шланг. Другой взялся за хвост и решил, что слон – это змея. Третий погладил твердый бок огромного животного и понял: слон – это стена. Четвертый взялся за бивень и решил, что слон – это копые. Тот, который потрогал ногу слона, сказал, что слон – это дерево. Шестому попало ухо и он был, видимо, самым технически подкованным. Он сделал вывод, что слон – это вентилятор.

Ассоциации у каждого из них соответствовали тому, что они ощутили. Но разве слон – это шланг, змея, стена, копые, дерево или вентилятор? **А ведь как часто журналисты, узнав только крошечную часть новости, спешат выдать ее в печать и не заботятся о том, чтобы увязать эту частичку в целое.** В результате читатели вместо слона получают даже не хвост или ухо, а какую-нибудь шерстинку, которая никак не представляет целого.

А ведь у слона, кроме того, что можно ощутить или увидеть на поверхности, есть мозг, есть пищеварение, выделение, кровообращение, двигательные и другие функции. А еще он находится в каком-то месте и в какое-то время. Он что-то там делает. Ему сколько-то лет. У кого-то есть в отношении него какие-то планы. Как биологический вид, он от кого-то произошел и, может быть, через миллион лет станет кем-то еще...

Потрогав что-то одно и **сообщив читателям маленький кусочек информации, вы не дадите им целостного представления о новости.** Конечно, газета – не роман, и каждую новость во всей своей полноте и связях с окружающей действительностью раскрыть невозможно. Но самые важные новости, которые представляют большой общественный интерес, раскрывать и объяснять читателям необходимо.

В хорошо раскрытой новости ясно не только «что», «где» и «когда» произошло, но и «как», и «почему» это произошло, что это значит, какие проблемы вызовет или какие достоинства имеет, как будет дальше развиваться и в каком контексте находится. Чтобы более конкретно представить содержание и внешние связи новости, возьмем сказку.

Итак, жила-была бедная девушка. Ее мачеха и две родные мачехины дочери не любили ее и заставляли делать всю работу по дому, а отец не мог ее защитить, потому что боялся крутого нрава своей новой жены. За то, что девушка всегда ходила в старом и грязном платье, прозвали ее... как? Правильно – Золушка. А потом все завертелось, и она стала женой принца, назовем его Шарлем. Да, это сказка Перро. Но давайте представим себе, что все это происходит сегодня в соседней стране, где вы работаете спецкором, и вам надо дать новость об этом в свою газету.

Прежде чем писать текст, вы должны определиться: что будет новостью? О чем она будет? Не будете же вы на первой странице газеты или в онлайн-издании начинать статью издаека, сказочным «жила-была бедная девушка».

В науке о новостной журналистике рассматривается несколько критериев, которые должна иметь информация, чтобы ее можно было назвать новостью. Чем большему количеству этих критериев соответствует новость, тем более первополосной она является: событие должно произойти только что, быть **необычным, уникальным, произойти поблизости**, вызывать **интерес читателей**, быть **им полезным**, касаться **важных персон**, иметь **значительные последствия** и содержать **конфликт**.

А теперь представим себе, что, подготовившись писать о венчании принца, вы получили пресс-релиз от местных правозащитников, которые сообщили, что Золушку, невесту принца, накануне свадьбы из зависти избили ее сестры, поставив ей огромный синяк под глазом. Смотрим на критерии и сравниваем потенциальную новостную ценность события, исходя из 5 баллов, где 5 – очень необычно (*Таблица 1*):

Таблица 1. Сравнение новостной ценности события

Критерии новостной ценности	Избиение Золушки	Избиение невесты принца	Венчание принца и бедной девушки
Необычность	1 – рядовое событие	5 – необычно	5 – необычно
Уникальность	1 – отнюдь не уникально	3 – вряд ли уникально, но наверняка редко	4 – редкость
Локальность	4 – произошло в соседнем королевстве	4 – произошло в соседнем королевстве	4 – произошло в соседнем королевстве

Интерес читателей	1 – не интересно	5 – очень интересно	5 – очень интересно
Полезность	Не полезно	Не полезно	Не полезно
Важные персоны	1 – отсутствует	5 – ВИП	5 – ВИП
Значительность последствий	3 – синяк испортил внешность девушки	4 – синяк испортил внешность невесты принца	5 – дети пары могут стать менее привлекательными для династических браков с соседними королевскими детьми из-за разжижения голубой королевской крови
Конфликт	5 – избиение всегда является конфликтом	5 – избиение всегда является конфликтом	5 – избиение всегда является конфликтом
Итог	18	31	33

Из таблицы видно, что не все критерии оказались затронуты, и это нормально. Считается, что чем большему количеству критериев удовлетворяет новость, тем более она важна. По баллам⁴, оценка значимости почти всех критериев первой новости ниже, чем критериев второй и третьей новостей, значит выбирать надо из последних двух. По критерию «значительность последствий» вторая новость имеет меньшее значение, чем третья. Это значит, что третья новость имеет более высокую новостную ценность.

Есть еще один критерий, который должен приниматься во внимание при определении новостной ценности: наличие достоверной фактуры. Имеете ли вы достаточное количество проверенной информации для того, чтобы написать новость с фокусом на избиение невесты принца? Если нет, имеете ли вы время и возможность для проверки информации, изложенной в пресс-релизе правозащитников? Ведь вам надо как минимум пробиться к невесте на церемонии, чтобы удостовериться в наличии фингала под глазом, задать

⁴ Баллы я поставила по своему вкусу и вы можете со мной не согласиться, это нормально. В редакции вы тоже можете отстаивать свою позицию – главное, что вы теперь понимаете, что именно надо оценивать и использовать в качестве аргументов. Только предупреждаю, что с некоторыми редакторами очень трудно спорить.

ей нужные вопросы, а также получить комментарии от избивших ее сестер. Все это теоретически возможно. Но сейчас давайте все-таки остановимся на **структуре базовой новости**, и не будем все усложнять побоями.

Итак, новость наша будет о венчании. Вы можете сформулировать примитивный **ЛИД** – примерно так, как это делают многие отечественные СМИ – и начать новость как отчет о мероприятии:

В воскресенье в Соборе Всех Сияющих Радостей Тридевятого королевства состоялось бракосочетание наследного принца Шарля, на котором присутствовало 165 гостей из 78 соседних государств.

Интересно? Захватывает? Вряд ли.

Несмотря на то, что новость в формате «отчет» до сих пор присутствует в качестве одного из рекомендуемых форматов в постсоветских учебниках по журналистике, в развитых странах этот формат не используется, потому что он скучен. Журналисты, которые хотят писать интересно, его не приемлют. Давайте возьмем за основу формат «перевернутая пирамида», который часто используется для подготовки новостей в западных качественных газетах⁵, хотя он часто и критикуется за то, что новость в нем выдается с первых же строк. Американские тренеры по журналистике в шутку называют перевернутую пирамиду «трупом, который все время выскакивает из гроба» (Scanlan, 2000), потому что лучше этого формата для изложения новостей пока еще никто ничего не придумал. Перевернутая пирамида в своей основе очень проста и состоит всего из трех правил:

- первый абзац, или «**ЛИД**» (от слова «лидировать»), должен «захватить» читателя и «заставить» его читать дальше;
- все главное дается в начале новости, а остальной текст располагается по убывающей степени значимости;
- в тексте нужно дать ответы на вопросы: «кто что-то сделал» или «что произошло», а также «где» и «когда», «как» и «почему» этот кто-то что-то сделал или это произошло. Содержание этих ответов образует основные строительные блоки новости.

⁵ Этот формат почему-то примитивизирован в отечественных учебниках и низведен до нескольких абзацев основной фактуры. Более того, предполагается, что читатели должны сделать выводы сами, исходя из фактов. Я перечитала почти все современные западные учебники по журналистике и нигде не нашла такого толкования. Возможно, такое понимание формата «перевернутая пирамида» базируется на временах изобретения телеграфа, когда связь могла оборваться в любое время, или плохо работающего телефона, когда ори не ори, тебя все равно плохо слышат и, прежде чем сорвешь голос, можно проорать только один абзац.

Определимся с базовой схемой новости (Таблица 2):

Таблица 2. Базовая схема новости

Название части новости	Функции	Содержание
ЛИД	Захватить внимание читателя и увлечь его	Сообщается о том, кто, что сделал (или что произошло), и главное из того, где, когда, как и почему произошла новость
КЛЮЧЕВОЙ КОНТЕКСТ	Пояснить, зачем новость написана и почему именно сейчас	Формулируется уникальность, важность, редкость новости, или проблемность ситуации, на фоне которой она возникла
ПЕРВАЯ ЧАСТЬ	Дать основную важнейшую фактуру новости	Даются детали того, кто, что сделал (или что произошло), а также где, когда, как и почему произошла новость, цена вопроса и что будет дальше, если в ЛИДЕ этой информации недостаточно
ВТОРАЯ ЧАСТЬ (для сложной или важной новости)	Дать дополнительную информацию	Даются второстепенные детали, в том числе из блоков первой части и анализ/пояснение важных и/или сложных новостей, основанный на суждениях компетентных профессионалов и экспертов
КОНЦОВКА (необязательный элемент)	Сделать важную новость запоминающейся	Дается интересная цитата или другим образом читателя заставляют задуматься над новостью. В простой или короткой новости концовки может не быть
СВЯЗКИ (может не использоваться в короткой новости)	Организовать блоки в связный текст	Слова или части текста, позволяющие обеспечить логический переход от одних блоков к другим

Но при всей незамысловатости своей основы, на практике перевернутая пирамида не так уж и проста. За более чем столетнюю историю применения этот формат оброс множеством условностей, особенностей, правил, дополнительных строительных блоков и деталей, которые как раз и позволяют журналистам сделать новость интересной, насыщенной, легко читаемой, и пояснить ее важность.

Именно эти условности, особенности, детали и строительные блоки, а также новостной стиль как специфический язык новости и составляет основное содержание этого пособия.

ЛИД

Итак, с чего же мы начнем нашу новость о Золушке? Принцип перевернутой пирамиды предполагает начинать с самого интересного, важного, неожиданного, необычного, чтобы захватить внимание читателей и заставить их читать дальше. Для этого недостаточно просто ответить на вопросы, перечисленные в третьем правиле этого формата, да и необязательно на все эти вопросы отвечать в первом абзаце новости. А вот специфические, необычные детали, изюминки, могут помочь – ведь именно они помогают читателям представить новость. **Людьми нравится читать необычные истории, происходящие с другими людьми, и, особенно, с высокопоставленными персонами, знаменитостями, первыми лицами государства.** Читатели любят «примерять на себя» такие истории, как бы «понарошку» проживать кусочек чужой жизни, особенно, если в своей заедают рутина, скука и бедность. Так с чего начнем? Что будет «изюминкой» в лиде? Может быть все-таки то, что наследник женился на **девушке из самых низов**? Попробуем так:

Наследник королевского престола Тридевятого царства принц Шарль обвенчался в воскресенье с бедной деревенской девушкой, которую он полюбил после встречи на королевском балу.

В обоих лидах по 22 слова. Но разница по содержанию огромна. Второй лид, сообщая основную новость, интригует, он построен на контрастах: наследник – бедная девушка, бедная девушка – встреча на королевском балу. Читателям непременно захочется узнать, каким образом девушка из деревни оказалась на королевском балу, они будут ждать новых интересных подробностей, ведь вы только что отлично «захватили» их и «увлекли».

Теперь об других элементах техники написания лида. На какие вопросы вы ответили в этом лиде?

- **Кто?** – принц Шарль, наследник престола
- **Что сделал?** – обвенчался с бедной девушкой
- **Когда?** – в воскресенье
- **Почему?** – потому что полюбил

На два вопроса в этом лиде нет ответов:

- **Как это произошло?**
- **Где это произошло?**

Отвечать на последние два вопроса и не нужно, потому что эта информация только излишне бы растянула лид и отвлекла внимание от главного и интересного.

В соответствии со стандартом перевернутой пирамиды, после **главной новости**, которую вы так увлекательно дали в **ЛИДЕ**, второе предложение содержало более второстепенную информацию, и далее остальная информация так и шла бы по убывающей степени значимости. Так что если бы вы передавали новость по телефону, и редакционный телефон забарахлил бы после первого предложения, ничего очень страшного не произошло бы, потому что редактор уже получил бы самое важное сообщение и дал бы **анонс новости из одного абзаца** на сайт СМИ.

ИТАК, ВЫВОД: В ЛИДЕ даются ответы на основные – в зависимости от конкретной новости – вопросы из следующего набора: кто, что сделал, когда, где, как и почему.

Как Вы будете строить свою статью дальше? Часто журналисты пишут просто хронологию события, особенно в формате «отчет», или загромождают начало большим объемом предыстории события. А не очень опытным журналистам всегда очень сложно разобраться в процедуре написания новости, особенно если они получили большой объем информации, желая хорошо раскрыть новость. Формат перевернутой пирамиды поможет вам **сконструировать новость**. Поняв, из каких строительных блоков складывается текст и закономерности сочетания этих блоков, вы сможете сложить ее, как здание складывается из отдельных стройматериалов с нужными связующими звеньями между ними.

Итак, для начала займемся **инвентаризацией стройматериалов** для новостей, продолжив развитие нашей сказки.

Стройматериалами нам послужат куски текста, из которых мы будем строить пирамиду новости. Названия структурных блоков выделены **ЗАГЛАВНЫМИ БУКВАМИ**, чтобы вы постепенно **запоминали** их и могли свободно пользоваться терминологией. Прошу учесть, что структуризации и фокусированию посвящена 13-я глава, а также главы 4-7 и 12-я, в которых структурные блоки и связи между ними раскрыты в подробностях, а во введении мы только поговорим об основных понятиях и в общих чертах рассмотрим их содержание. И сразу же предупреждаю: какой-либо **четкой последовательности структурных блоков в новостях нет и быть не может**. Меня часто спрашивают, могу ли я дать схему новости, которую надо просто заполнить содержанием. Конечно, это возможно, если вы хотите работать на уровне секретаря-машинистки, которая тоже вполне способна запротоколировать увиденное и услышанное и заполнить таблицу, ответив на четкий перечень вопросов. Но это не уровень работы современного журналиста. В этом пособии вы сможете ознакомиться с тем, как нужно **творить хорошую**

новость. Думающий журналист должен помнить второе правило написания новостей: **информация в новостном тексте располагается от главного к второстепенному.** То есть в каждой новости **вы будете сами решать, что является главным** и поэтому должно находиться в начале текста, а что второстепенное по отношению к новости, и потому должно быть отодвинуто пониже или даже дано в самом конце.

КЛЮЧЕВОЙ КОНТЕКСТ

Близко к **ЛИДУ** обычно дается наиболее важная, необычная, интересная и эмоциональная информация, призванная пояснить, почему эта статья вообще печатается, и почему она печатается именно сегодня – то есть вы должны ответить на **естественный вопрос любого читателя: НУ И ЧТО?** Назовем этот блок обобщенно: **КЛЮЧЕВОЙ КОНТЕКСТ.** В содержание **КЛЮЧЕВОГО КОНТЕКСТА** также входит информация, без которой суть новости невозможно понять. Разновидностей этого блока на самом деле очень много, так как **НУ И ЧТО** каждой новости специфично. Новость может быть уникальна, важна, необычна, содержать важный конфликт, появиться на фоне какой-то острой проблемной ситуации. Эти и другие разновидности **КЛЮЧЕВОГО КОНТЕКСТА** мы подробно рассмотрим в первой главе. А сейчас подумаем: венчание, ну и что? Зачем читателям это знать? Почему мы должны дать эту новость именно сегодня? К такой простой новости ответ прост: потому что принц – VIP, потому что венчание было сегодня и потому что женитьба наследника престола на простолюдинке – если не уникальное, то очень редкое событие. Но вот незадача: **надо ли нам давать КЛЮЧЕВОЙ КОНТЕКСТ, если все это и так понятно из ЛИДА?** Если бы вы работали секретарем-машинисткой и действовали по принципу: «приказано метать, и я мечу», то вы бы написали **КЛЮЧЕВОЙ КОНТЕКСТ** просто потому, что такая часть структуры есть. Но думающий журналист прекрасно видит, что читатель и так уже понимает, почему новость написана, и почему именно сегодня – это уже понятно из **ЛИДА**, а, значит, давать это отдельным блоком не нужно. **Блок КЛЮЧЕВОЙ КОНТЕКСТ обычно дается в сложных новостях, или в новостях, из которых неочевиден ответ на вопрос НУ И ЧТО?** Например, здесь подойдет такой вариант **КЛЮЧЕВОГО КОНТЕКСТА** как **ВАЖНОСТЬ:**

ЛИД

С первого ноября в Алексеевском лечебно-диагностическом центре начал действовать новый корпус.

ВАЖНОСТЬ

Теперь центр сможет обслуживать на 40 процентов пациентов больше, чем

еще год назад, а людям не придется ездить за комплексной медицинской диагностикой за 350 километров в Белгород.

Запомните три вывода:

- строительные блоки новости часто комбинируются;
- если из новости неясен ответ на вопрос НУ И ЧТО, то есть непонятно, зачем ее должны читать люди и почему именно сегодня, то журналист должен выяснить и сформулировать **КЛЮЧЕВОЙ КОНТЕКСТ** этой новости;
- бывают новости, из содержания которых и так понятно, почему они достойны появиться в печати и почему именно сегодня, и в этом случае **КЛЮЧЕВОЙ КОНТЕКСТ** давать не нужно.

Кстати, НУ И ЧТО новости о венчании принца вовсе не очевидно. В простых новостях журналист должен обязательно выяснить, насколько необычно или уникально освещаемое событие. Для этого недостаточно работать на уровне секретаря-машинистки. Например, копнув глубже, можно было выяснить, что 200 лет назад предок принца тоже женился на простолюдинке. В этом случае, после ЛИДА можно использовать такой вариант блока **КЛЮЧЕВОЙ КОНТЕКСТ** как **РЕДКОСТЬ**, и дать такой блок:

РЕДКОСТЬ

Это уже вторая женитьба члена королевской династии на простолюдинке: ровно 200 лет назад пра-пра-пра-дедушка принца Георг IV тоже взял в жены дочь профессора местного университета Шарлотту, которая родила ему 18 детей.

Продолжать тему о неравных королевских браках дальше не нужно, короткого абзаца вполне достаточно. Главное – что вы дали этим блоком небольшой контекст для новости, включив в него интересную деталь о 18 детях⁶. Если бы там был всего один или два ребенка, то, поскольку такая деталь является **обычной**, ее **можно было бы опустить**. Но если бы, например, один из детей этой пары убил дракона, регулярно поедавшего в те незапамятные дни местных невест, или совершил другой героический поступок, это заслуживало бы короткого упоминания. **Но, внимание – красный свет:** в этом случае блок **РЕДКОСТЬ** приобретает черты самостоятельной истории, уводящей **в сторону от основного содержания новости**, и как **КЛЮЧЕВОЙ КОНТЕКСТ** это уже использовать **нельзя**.

⁶ Если такая информация очень важна или интересна – дайте ее отдельным текстом рядом со статьей или гипертекстом на сайте. Читайте о гипертекстах чуть ниже.

Вверху текста новости можно дать и такой вариант **КЛЮЧЕВОГО КОНТЕКСТА** как **ПРЕДЫСТОРИЯ СОБЫТИЯ**, но только если предыстория совершенно необходима для понимания последующего текста, если в ней есть что-то необычное, особенное, если она способствует пониманию **НУ И ЧТО** новости, и если ее можно сформулировать как можно более коротко. Если эту предысторию – как в нашем случае – надо рассказывать долго (ведь невозможно приключения с феей, хрустальным башмачком, злыми родственницами и поездками на бал в тыкве дать в двух строках), то, хотя она и суперуникальная, оставьте ее на потом. Посмотрите на свой **ЛИД** и решите – **так ли уж эта ПРЕДЫСТОРИЯ важна для раскрытия новости**, которую вы заявили в нем: венчание принца.

Общее правило таково: если **ПРЕДЫСТОРИЯ** не суть важна, не дайте ее в верхнем тексте новости.

Также вверху текста не следует давать и блок **СПРАВОЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ**, если она не необходима для понимания последующего текста, хотя этот блок тоже является одной из разновидностей **КЛЮЧЕВОГО КОНТЕКСТА**⁷. Близко к **ЛИДУ** или в самом **ЛИДЕ** в новостях обычно сообщаются **только абсолютно необходимые для понимания сути статьи справочные детали о действующих лицах и организациях**. Мы с вами такие детали уже дали в **ЛИДЕ** – «наследник престола» и «бедная деревенская девушка». В других статьях это могут быть «второй по величине в России автомобильный завод» или «про-правительственный эксперт». Но **не уходите в более пространные подробности**.

В принципе, мы запросто можем сообщить о наших героях больше, чем то, что один – наследник, а другая – беднячка. К примеру, то, что Золушке 18 лет, что она родилась и выросла в деревне Горелово, что умеет вкусно готовить, моет посуду до блеска без применения средства «Finish», шьет, вяжет и слова не скажет. Можно сообщить, какого цвета у нее глаза, блондинка она или брюнетка, какого роста и веса, ведь читатели хотят узнать все об этой счастливике... Но будьте осторожны. Если вы загромоздите свою новость слишком большим числом **СПРАВОЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ** в начале новости, читатели могут заскучать – ведь **они хотят узнать, прежде всего, НОВОСТЬ**. Поэтому все это **множество подробностей опустите ниже**, ближе к концу основной

⁷ **СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ** – понятие сложное. Она может быть частью **КЛЮЧЕВОГО КОНТЕКСТА** или полностью составлять его содержание, но она также может использоваться как **ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ** и даваться в любом месте текста, где требуется пояснение, или как **ОБЩАЯ СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ**, которая дается в самом конце текста (или отдельной врезкой), поскольку ее содержание помогает переварить новость, но не необходимо для понимания сути новости.

части новости, а вверху текста оставьте только самый минимум. Еще одна хитрость – это «вплести» какие-то интересные детали в текст там, где они уместны, не оставляя все для отдельного громоздкого структурного блока. Кстати, небольшие вкрапления **ПОЯСНИТЕЛЬНОЙ СПРАВОЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ** можно давать в любом месте текста: там, где он может быть не понят из-за использования малоизвестных слов или сокращений.

Единственное исключение из правила – не давать больших блоков **СПРАВОЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ** и **ПРЕДЫСТОРИИ** вверху текста – а дать их гипертекстом на вебсайте СМИ, то есть привязать нужную информацию к конкретным словам, кликнув на которые читатель может открыть подготовленный заранее пояснительный текст, либо предыдущую публикацию по теме. Правда, это чревато. Читатель может «улететь» от вас, запорхав по ссылкам в гипертексте и забыть, с чего он начал читать.

Если вам удастся прорваться к счастливнице с микрофоном, вы можете задать ей вопрос о том, что она сейчас чувствует. Если невеста так же умна, как и красива, у вас есть шанс получить для новости **интересную цитату**. По нашей терминологии, которая будет использоваться и далее в этом пособии, цитата, которая дается близко к лиду и эмоционально поддерживает этот ЛИД, называется **ЦОКИПЛ – цитата от компетентного источника, поддерживающая лид**. ЦОКИПЛ обычно дается высоко в тексте и может даже следовать сразу за **ЛИДОМ**, если она интересна. Но никогда не цитируйте в ЦОКИПЛ факты или, еще хуже, какое-нибудь заnudство чиновника.

Мы рассмотрели в общих чертах то, что обычно находится вверху новостного текста: это **ЛИД** и один или несколько разновидностей блока **КЛЮЧЕВОЙ КОНТЕКСТ**.

ИТАК, ВЫВОДЫ: Используется ли для конкретной новости КЛЮЧЕВОЙ КОНТЕКСТ или нет, и то, в каком объеме и каких сочетаниях используются разновидности этого блока, зависит от самой новости и от того, насколько важен и/или интересен конкретный блок для раскрытия новости, заявленной в ЛИДЕ.

ПЕРВАЯ ЧАСТЬ НОВОСТИ

Прежде, чем мы перейдем к содержанию **ПЕРВОЙ ЧАСТИ НОВОСТИ**, я хочу ввести новое понятие: **ФОКУС** новости. Вы только что прочитали, что структурные блоки – не только те, о которых вы только что прочитали, но и вообще все структурные блоки, кроме **ПОЯСНИТЕЛЬНОЙ СПРАВОЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ** (см. сноску «**СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ**»), выстраиваются от **ЛИДА**. То есть **каждый блок должен раскрывать именно**

ЛИД, а не предыдущий абзац и не вообще что-то отвлеченное от новости. **ФОКУС** – это как фонарик в темном лесу, как тропинка через трясины. Шаг вправо или влево – и увязнете в топком болоте. Вообще-то **ФОКУС** – это просто и коротко сформулированный ответ на вопрос «О чем новость?». Вы скажете – но ведь это то, что в **ЛИДЕ**! Вы правы в принципе, но **ФОКУС** – это то, что поможет вам сформулировать и **ЛИД**, и все остальные структурные блоки новости. **ФОКУС** – это то, что позволит вам быстро выстроить пирамиду новости. **ФОКУС** – это и то, что поможет вам не завязнуть в новости, а отделить нужное для ее раскрытия от всего остального. Этого «всего остального» часто бывает много, более чем достаточно, чтобы утонуть в трясины второстепенной и третьестепенной фактуры. Помните рассуждения выше о том, как использовать блок **РЕДКОСТЬ**? До тех пор, пока его содержание четко соответствовало **ФОКУСУ** нашей новости, он мог быть использован как **КЛЮЧЕВОЙ КОНТЕКСТ**. Но если мы добавим туда национальную легенду об убийстве дракона, то мы от **ФОКУСА** отклонимся. В этом случае блок **РЕДКОСТЬ** должен резко упасть вниз, за грань **ПЕРВОЙ ЧАСТИ** новости.

Вернемся к принцу и его невесте. О чем новость? В чем ее **ФОКУС**? Да очень просто: о венчании принца и Золушки. Значит, мы выстраиваем новость так, что каждый блок отвечает на конкретный вопрос, связанный с **ФОКУСОМ** статьи и **ЛИДОМ**. Помним и главные правила построения перевернутой пирамиды: от главного к второстепенному. Что у нас главное?

В этой новости главное будет содержаться в блоке **КАК ЭТО ПРОИЗОШЛО**, то есть как проходило венчание во всех его роскошных подробностях. Тут все будет зависеть от вашего наблюдательного взгляда, и насколько увлекательно вы сможете описать подробности церемонии, одежды участников, проявленных чувств, произнесенных слов, брошенных взглядов. Ведь, разумеется, все, кому не удалось попасть на церемонию, хотят об этом узнать, в этом и есть **СУТЬ** самой новости. Как вы понимаете, не все новости будут иметь объемный структурный блок информации, описывающий то, как происходила новость, но именно эта новость заслуживает детальных описаний.

ИТАК, ВЫВОД: Структурные блоки информации могут иметь разные объемы, в зависимости от их важности для конкретной новости, могут располагаться выше или ниже других, также в зависимости от конкретной статьи. Это решение думающий журналист должен принимать сам.

В абзаце перед выводом я мимоходом ввела понятие **СУТЬ** новости. Этот блок новости очень важен, но он часто вызывает затруднения у журналистов, хотя если понять его сущность, он вовсе не труден. Подробно он будет рассмотрен в главе 4, а сейчас я только

коротко поясню, что **СУТЬ** – это блок, в котором конкретизируется **ЛИД**, то есть в деталях раскрывается, что произошло. **СУТЬ** – это, другими словами, расширенный **ЛИД** в части «кто что сделал?» или «что произошло?» Как правило, блок **СУТЬ** имеет самостоятельное значение. Но есть два исключения: в коротких новостях, состоящих из одного или нескольких абзацев, блока **СУТЬ**, разумеется, не будет. А в новостях, где главным является рассказ о том, как что-то произошло, блок **СУТЬ** совпадает с блоком **КАК ЭТО ПРОИЗОШЛО** и его объем может быть большим⁸. Именно так обстоит дело в нашей новости о венчании принца, где описания должны занять большую часть новости. Однако блок **КАК ЭТО ПРОИЗОШЛО** вовсе не обязателен в каждой новости. Например, если ответ на этот вопрос не важен для понимания **СУТИ** новости, то он может быть дан небольшой ремаркой в **ЛИДЕ** и далее в тексте не раскрываться. О нюансах в использовании этого блока вы прочитаете в главе 5.

Если вам удастся узнать стоимость пышного венчания, – то есть, написать блок **ЦЕНА ВОПРОСА**, – читателям это будет любопытно. Наверняка, многие женили своих детей и могут сравнить цифры. Другие почешут голову: «Эти бы деньги да на образование потратить...» Возможно, потекут письма в редакцию, правозащитники начнут кампанию за ограничение расходов королевской семьи... Так, давая в новости важные детали, вы можете стимулировать важные дискуссии в обществе. Блок **ЦЕНА ВОПРОСА** не нужен в каждой новости. Обязательным он является только для новостей бизнеса. Однако думать о цене вопроса и принимать решение, насколько этот блок уместен в каждой конкретной новости, нужно обязательно. На то вы и думающий журналист, а не робот-секретарь-машинистка.

Блок **ПЕРВОЙ ЧАСТИ** новости **ПОЧЕМУ ЭТО ПРОИЗОШЛО** по содержанию и особенностям применения очень похож на блок **КАК ЭТО ПРОИЗОШЛО**. Если ответ на этот вопрос нужен и важен для понимания **СУТИ**, вы можете дать его расширенно. Если нет, можно дать его в комбинации с другими блоками или коротко ответить на этот вопрос в **ЛИДЕ**. Важно помнить при написании **ПЕРВОЙ ЧАСТИ** новости, что, если вам не удалось достать фактуру для важных структурных блоков новости, то вы должны дать в тексте пояснения. Вы должны честно сообщить читателям, почему в новости отсутствует нужная информация. Обычно это делается при помощи формул, разновидностей которых представлены в главе 3.3.1.

⁸ Насколько большим должен быть блок **СУТЬ**, определяете вы сами, в зависимости от конкретной новости. Это также зависит от планов вашего редактора, других новостей и от места в газете.

ПРЕДЫСТОРИЯ (часть КЛЮЧЕВОГО КОНТЕКСТА)

Будущая принцесса попала на бал с помощью доброй феи, которая превратила чумазую Золушку в эффектную аристократку в хрустальных туфельках.

Сообщив **ПРЕДЫСТОРИЮ** в таком виде, вы здорово зацепите своих читателей, многие из которых будут истекать слюной в предвкушении подробностей. Третий раз **ПРЕДЫСТОРИЯ** будет уместна только тогда, когда вы исчерпали новость. Изложите **ПРЕДЫСТОРИЮ** как часть **ВТОРОСТЕПЕННОГО КОНТЕКСТА** в конце новости, дав историю события в деталях, включая рассказ о тыкве, потере хрустального башмачка, долгих поисках маленькой ножки и прочих замечательных подробностях. Такой контекст можно дать с подзаголовком, или дать его отдельным текстом, или гиперссылкой на сайте. Если даете гиперссылку, то ее можно привязать ко **второму упоминанию ПРЕДЫСТОРИИ** в тексте новости. Подготовка текста для гиперссылок по таким важным событиям окупится вам сторицей, если вы создадите банк гипертекстов. В будущих статьях, где такие события упоминаются, вам будет достаточно просто привязать свой текст к готовому гипертексту⁹.

ИТАК, ВЫВОДЫ: В ПЕРВОЙ ЧАСТИ НОВОСТИ дается **основная фактура в последовательности от главного, важного и интересного к менее важному и менее интересному. Блоки, которые пишутся в четкой привязке к ЛИДУ, можно передвигать по тексту, если после их написания выясняется их большая или меньшая важность для раскрытия ЛИДА. При необходимости, в нужных местах текста дается ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ. Блочное написание новостных текстов имеет большое преимущество: строительные блоки могут передвигаться по тексту и размещаться там, где они более уместны, где наиболее важно присутствие именно этой информации. Это относится и к фактурным блокам (блокам, содержащим факты), и к пояснительным блокам (блокам, содержащим контексты и компетентные пояснения). Однако, двигая блоки по тексту, помните: самое главное, важное и интересное должно быть вверху новости.**

ВТОРАЯ ЧАСТЬ НОВОСТИ

ВТОРАЯ ЧАСТЬ пишется для сложных и/или важных новостей.

⁹ Гипертексты здорово сэкономят вам время на написание новостей в будущем. Однако не ожидайте, что ваши айтишники только и ждут, когда вы придете к ним с этой идеей: практика показывает, что все надо пробивать через начальство. Вот туда и идите для начала.

Подробно о содержании второй части читайте в главе 13, а сейчас скажу обобщенно: здесь, с помощью компетентных экспертов и других первоисточников дается оценка новости, анализируются варианты ее развития, ищутся варианты решения проблем и приводятся детали и подробности тех блоков, которые, в сжатом виде, были даны в **ПЕРВОЙ ЧАСТИ** новости. Так же, как и в первой части, не отходите в сторону от **ЛИДА** и **ФОКУСА**. Вы можете попросить ведущих политологов королевства дать **оценку того, ЧТО ЭТО (то, что вы написали в ЛИДЕ) ЗНАЧИТ для королевства**. Что это событие может дать государству? Свидетельствует ли это о начале процессов демократизации? Памятуя об аналогичных ситуациях (например, о браке британского наследного принца Чарльза), можно спросить о том, разрешен ли развод в королевской семье по Конституции и повторный брак принца, не нужно ли ему при этом будет отдать Золушке полкоролевства? А что будет, если он погибнет на войне? Вам надо подумать, на какие категории населения может повлиять эта новость, и обратиться к представителям этих категорий. Например, можно опросить **людей – простых людей – о том, ЧТО ЭТО (то, что вы написали в ЛИДЕ) ЗНАЧИТ для них**. Например, что для них значит то, что простая деревенская девушка стала принцессой? Ожидают ли они, что теперь на их нужды будет выделяться больше денег в бюджете? А, может быть, они хотят, чтобы принцесса стала посланником мира и убедила суженого прекратить войны, на которых гибнут их дети? Или, может быть, наоборот, люди скажут, что народ более охотно пойдет в армию защищать интересы королевства в ведущихся войнах? Вы никогда не узнаете о разнообразных мыслях народа, пока не выйдете на улицу и не спросите. А что этот брак значит для аристократии? Может быть, знать беспокоится о том, что кровь будущих наследников престола станет менее голубой, в аристократическом смысле? Кстати, тут можете вспомнить о блоке **РЕДКОСТЬ**, который вы ранее разместили под **ЛИДОМ** как **КЛЮЧЕВОЙ КОНТЕКСТ**. А не лучше ли этот блок **оттуда убрать и опустить сюда** в качестве **ПОЯСНИТЕЛЬНОЙ СПРАВОЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ**? Какую еще менее новостную информацию и комментарии вы будете давать во **ВТОРОЙ ЧАСТИ** статьи, зависит только от вас и от места в вашем издании, которое вам выделил редактор. А место это зависит от того, насколько убедительно вы аргументируете важность своей новости.

КОНЦОВКА И СВЯЗКИ

КОНЦОВКА и **СВЯЗКИ** – это необязательные элементы каждого новостного текста. В коротких новостях они не нужны. Но если новость объемная, вам нужно знать о приемах, которые позволят изложить новость связно, логично, и без использования слов-паразитов типа «напомним», а также стереотипных фраз «вернемся к нашим баранам» или «мы побывали у директора предприятия и

вот что он нам рассказал». Подробно об этих элементах читайте в главе 13.

ВЫВОДЫ

Чтобы построить новость, недостаточно уметь держать в руке ручку, знать программу Word на компьютере и владеть стенографией. Перечислю нужные действия по порядку:

- найти важную и интересную новость, которая удовлетворяет как можно большему количеству критериев новостной ценности: **новость только что произошла, необычна, уникальна, вызывает общественный интерес, произошла поблизости, касается важных персон, имеет значительные последствия и включает конфликт;**
- в начале новости дать **ЛИД**, который отвечает на важнейшие вопросы новости: **кто, что произошло, когда, где, как и почему;**
- дать **КЛЮЧЕВОЙ КОНТЕКСТ** новости, из которого должно быть ясно, зачем она написана, почему именно сейчас, и который поможет понять **СУТЬ** новости;
- построить новость **от более важных, интересных, необычных и новостных фактов к менее важному и более старому материалу и комментариям экспертов;**
- **помнить, что** не каждая новость требует присутствия в ней всех структурных блоков, и что **размер этих блоков зависит от важности конкретного блока для конкретной новости;**
- **ВТОРАЯ ЧАСТЬ** новости с пояснениями и интересными деталями дается только для особо важных и/или интересных новостей;
- длина новости обычно определяется ее значимостью и понятностью: важные новости, а также новости, требующие большого количества пояснений, обычно длиннее;
- по мере перепроверки информации, добывания большего количества информации, цитат, комментариев, пояснений, контекстов, дополнять и дорабатывать блоки перевернутой пирамиды;
- **при получении важной эксклюзивной информации новость должна быть переписана**, потому что под новый ЛИД содержание других блоков должно измениться. Новый ЛИД не может быть просто надет сверху на старую новость.

ГЛАВА 1.

Ценность новостей.

Журналисты – это такие люди, которые бегут туда, откуда бегут все остальные
(часто используемое определение журналистов-новостников).

У журналистов-профессионалов есть разные шкалы оценки «первополосности» новостей. Большинство считает, что новость тем более ценна, чем большему количеству критериев она удовлетворяет из набора: она только что произошла, необычна, уникальна, вызывает общественный интерес, произошла поблизости, касается важных персон, имеет значительные последствия и включает конфликт. Хотя, например, в первом переводном учебнике журналистики Дэвида Рэндалла (Randall, 1996), вышедшем в России массовым тиражом 14 лет назад, автор рассматривает немного другой набор принципов, по которым он распределял новости по страницам своей газеты.

1. Чем устойчивее эффект новости, тем лучше и крепче статья. Новость, которая волнует людей не более дня, естественно, слабее той, которая овладевает их умами надолго.

2. Самую низкую ценность имеют новости о том, что говорят люди – об идеологических спорах или о новых идеях. Это статьи из разряда «говорильни» – ничего не произошло, всего лишь кто-то что-то сказал. Считать, что если политик что-то сказал, то мы обязаны это увековечить – ошибка.

«Каждый журналист должен держать на своем столе табличку с лозунгом: «Они всего лишь политики». Тот факт, что какой-то человек средних лет в строгом костюме решил выступить с речью или заявлением, не делает его слова новостью.

Большинство речей и выступлений содержат то, что и ожидалось. Выступления политиков становятся новостью лишь тогда, когда они говорят что-то неожиданное для публики. Лидер реформаторов, либеральный политик, осуждающий медленный ход реформ, не представляет из себя ничего нового. Новость – это когда он объявляет о своем обращении в коммунизм».

Пресс-конференции, интервью и им подобные вещи являются псевдособытиями и не могут быть новостями, если они не изменили мир. Просто какой-нибудь политик сделал какое-то заявление, движимый, как правило, собственными мотивами, главный из которых – реклама.

3. Новости, в которых выражаются намерения, призывы, угрозы, что очень любят политики – следующие на шкале ценности ново-

стей. Хорошо, если журналист сможет найти там настоящую новость.

4. Затем идут статьи об исследованиях и о людях, сделавших открытия. Пусть не сразу, но когда-нибудь это может стать событием.

5. Самые ценные новости – о том, что произошло совсем недавно. Это статьи о происшествиях, катастрофах, судебных слушаниях и многих других свежих, реальных, могущих быть проверенными явлениях.

От себя добавлю два важных момента. Рэндалл не написал о первом из них, потому что ему не пришло в голову, что журналисты СНГ могут писать новости о том, что новостями вообще не является. Например, о том, что что-то не произошло уже не в первый раз, или о том, что происходит постоянно и регулярно, а потому не является новым и неожиданным. Допустим, на каком-то заседании опять отложили рассмотрение какого-то документа. Если это – не какой-то важнейший документ, который ждет общество, то и писать об этом незачем. То есть новостная ценность такой публикации – ноль.

Второе: иногда самое большое количество читателей привлекают не умные и серьезные новости, а новости, которые направлены на массового читателя и вызывают человеческий интерес и любопытство – неожиданные, курьезные и оригинальные. Большой интерес вызывают новости о детях и животных. Но что же все-таки такое новость?

1.1. НОВОСТЬ ИЛИ НЕ НОВОСТЬ?

На одном из семинаров я разговорилась с украинскими журналистами, и они сказали, что никогда не используют термин «новость». В ходу у них был термин «материал». Но что такое «материал»? – спросила я. И мне ответили: «Да все, что угодно». Может быть именно потому, что журналисты не делают различий между типами публикаций, и возникают проблемы с качеством новостей?

1.1.1. МОЖЕТ БЫТЬ, ЭТО ОТЧЕТ О МЕРОПРИЯТИИ?

Журналисты часто слишком зациклены на написании отчетов о мероприятиях. Я уже приводила несколько примеров таких новостей в предыдущих секциях пособия, но опыт тренингов показывает, что журналистам, привыкшим к написанию новостей по стандарту «отчет», очень трудно перестроиться, и поэтому нелишне еще раз вернуться к этой проблеме.

В постсоветской журналистике до сих пор считают, что пресс-конференции, презентации, круглые столы (а также заседания, творческие встречи, митинги, суды и другие мероприятия) – это все, что им нужно для работы. Журналист идет на мероприятие, не удосуживается сделать ни одного дополнительного звонка, чтобы узнать, откуда у новости растут ноги и заранее подготовить нужные контексты, а после мероприятия не перепроверяет сомнительную или вторичную информацию¹⁰. А ведь людям неважно, как прошло мероприятие, кто на нем присутствовал. Им нужны настоящие новости, на основе которых они смогут принять важные для себя решения и глубже понять общество, в котором они живут.

Приведу один пример:

«**Ход выполнения** областного бюджета на 2003 год был в центре обсуждения на очередном, 19-ом заседании Ошского областного Кенеша¹¹. С докладом по этому вопросу выступил начальник областного управления финансов Ж. Тургунбаев. О настоящем положении занятости населения информировал собравшихся начальник управления занятости А. Ибраев. Кроме того, депутаты рассмотрели и ряд других вопросов, по которым приняты соответствующие решения».

Что нового может узнать читатель из этого сообщения? Что состоялось мероприятие? Ну и что? А новость в чем? Где **СУТЬ с ЦЕНОЙ ВОПРОСА**, из чего можно было бы понять ход исполнения бюджета? Бюджет выполнен? Не выполнен? Насколько не выполнен? Кто в этом виноват? Или он перевыполнен? Насколько? Благодаря чему? Что это значит для жителей города? Ведь в статье речь идет о расходовании тех денег, которые читатель – большинство читателей! – платит в городской бюджет как налогоплательщик. Значит, новость касается большинства горожан. Но, фактически, такими сообщениями читателю говорят: «Какое тебе дело до того, что мы сделаем с твоими деньгами?»

А читателю должно быть до этого дело. Он платит налоги и живет в этом городе. Он должен знать, куда идут его деньги, одобрять это или возмущаться тем, что деньги расходуются неправильно. Многим журналистам кажется, что их народ до этого не дорос. Что люди не хотят думать сами и на это есть те, кто думает за них – начальники и старейшины. Возможно, пока это так, но если не приучать людей мыслить, давая им соответствующую информацию и

¹⁰ Вторичная информация – это фактура, которая идет от вторичных источников. Такую информацию надо обязательно перепроверять у первоисточников. Например, если менеджер по маркетингу российского мыловаренного завода сообщает вам статистику производства мыла в Швеции, вы должны узнать у него, откуда он взял эти цифры и перепроверить их. Если перепроверить не удастся, то такую информацию использовать нельзя.

¹¹ Кенешем в Кыргызстане называется законодательное собрание.

комментарии компетентных профессионалов, то общество никогда не будет двигаться вперед.

А представьте себе, что речь бы на этом заседании шла не о бюджете, а о предупреждении метеорологов, что на город идет смерч:

«Предупреждение метеорологов о приближении смерча было в центре обсуждения на очередном, 19-ом заседании Ошского областного Кенеша. С докладом по этому вопросу выступил начальник областного метеоцентра Ж. Тургунбаев. О том, где смерч находится сейчас и когда он придет в город, информировал собравшихся начальник управления погоды А. Ибраев. Кроме того, депутаты рассмотрели и ряд других вопросов, по которым приняты соответствующие решения».

Смешно? Грустно? Противно? А почему тогда заметка о бюджете не смешна, грустна и противна?

СМИ – это не сборник официальных отчетов о том, кто, где, когда, что сказал.

За пустыми по существу отчетами скрывается неумение сообщить читателю полезную и важную новость. А ведь почти на всех мероприятиях можно найти новости, которые важны, полезны и интересны для читателей. Например, на заседании в Оше могла, например, идти речь о том, что какие-то предприятия перевыполнили план и городской бюджет получил неожиданную прибыль от налогов, которую потратят на ремонт центральной улицы.

А, может быть, наоборот, большинство местных предприятий понесли огромные потери и теперь запланированный ремонт городских детских садиков произведен не будет, или школьникам перестанут давать бесплатные завтраки. Может быть, в городе резко увеличилась или уменьшилась безработица. Но всего этого читатели не узнали, потому что журналист не сделал свою работу.

А некоторые журналисты пишут так, будто считают своим долгом не раскрыть, а, наоборот – скрыть информацию. «Знаю, но не скажу» – вот единственная информация, которую может узнать читатель из, например, такой статьи, написанной одним таджикским журналистом:

Впервые журналисты Горного Бадахшана смогли организовать в центре области, городе Хороге, в своем ресурсном центре «Памирмассмедиацентр» пресс-конференцию.

Около 30 журналистов в спокойной атмосфере приняли участие и получили ответы на свои вопросы на пресс-конференции посла Соединенных Штатов Америки Ричарда Хоугленда. А удалось это им благодаря недавно образованному в центре области Ресурсному центру для работников средств массовой информации ГБАО.

Раньше не всем журналистам удавалось побеседовать с людьми такого высокого ранга, так как не было определенного места для проведения таких

пресс-конференций, а в других местах они просто не имели возможности получать конкретные ответы на свои вопросы.

По словам посла Соединенных Штатов такие центры как «Памирмассмедиа-центр» очень необходимы для работников средств массовой информации, так как дают журналистам широкие возможности для развертывания дальнейшей деятельности.

В этой заметке сделано все, чтобы ни один ответ посла не стал достоянием читателей, которых, по большому счету, мало волнует, что журналисты встретились с послом, и еще меньше волнует, где они с ним встретились. Им интересно знать о том, что сказал посол, зачем он приехал в Хорог, и что будут означать последствия этого визита для района и лично для них. Может быть, он приехал разрезать ленточку для нового центра, где жители бесплатно смогут получить правовые консультации?

После таких статей складывается впечатление, что журналист учился своей профессии в партизанском отряде и готовился мужественно противостоять выпытыванию у него информации. Но замалчивание информации – не журналистика. Журналистика призвана сообщать информацию. Некоторые могут увидеть в таком стиле изложения отсутствие свободы слова. Но все гораздо проще – журналист не понимает, что именно нужно и важно людям, и не умеет об этом писать. Став журналистом, некоторые начисто забывают, для кого они работают.

Часто журналисты пытаются оправдаться, говоря, что их СМИ существует на деньги администрации и потому оно вынуждено быть рупором официальных сообщений. Такие журналисты должны вспомнить, что у администрации нет своих денег, она финансируется на деньги налогоплательщиков – к числу которых относятся читатели – и именно перед читателями она обязана отчитываться за то, как расходуются их деньги, а не перед чиновниками.

1.1.2. МОЖЕТ БЫТЬ, ЭТО СЛОВЕСНЫЙ ПОНОС?

Иногда то, что выходит из-под пера таких лже-журналистов, даже трудно назвать отчетом. Приведу пример «шедевра» такой журналистики, написанной по итогам мероприятия – судебного слушания, который был опубликован в одной из белорусских газет:

ВЕЗЛИ СЕРУ – УГОДИЛИ В ПЕКЛО

Как-то на ж. с. Аульс в адрес Гродненского ПО «Азот» прибыло 118, а спустя время – еще 111 вагонов серы. Шли месяцы, и вот перед Рождеством «Азот» получает известие о взыскании с него 56,6 миллиона рублей.

Таково решение Хозяйственного суда Гродненской области в составе Владимира Филипповского. Это и есть финал судебного производства по делу, ини-

цированному транспортным прокурором в интересах ТРУП «Барановичское отделение Белорусской железной дороги».

Речь идет о взыскании крупного долга за пользование вагонами, хранение подвижного состава и подачу вагонов. Дело в том, что начальником Барановичского отделения железной дороги был установлен двукратный размер платы за пользование вагонами с серой, задержанными свыше 24 часов на подъездном пути и станции назначения в связи с несвоевременной выгрузкой вагонов.

ГПО «Азот», ограничившись оплатой транспортных услуг в однократном размере, пренебрег уставом чужого монастыря, за что и угодил в пекло, где грешных обжигают не огненной серой, а злой крапивой долгов земных.

Не тратьте время, пытаясь разобраться в этих словесных нагромождениях. Последний абзац этой заметки – вообще высший пилотаж словесной эквилибристики. Информация здесь похоронена в завалах причудливых ассоциаций, возникших у журналиста в связи с новостью. Чтобы разобраться в том, что же там произошло, нужно потратить довольно много времени. Анализ этой новости и вариант этого текста, переписанный по стандарту перевернутой пирамиды, смотрите в *Приложении 7*.

1.1.3. МОЖЕТ БЫТЬ, ЭТО ТОЛЬКО МАЛЕНЬКАЯ НОВОСТНАЯ ЗАМЕТКА?

Представим себе, что новость у вас есть. Но достаточно ли она значительная и горячая, чтобы посвятить ей целую статью? Или ей достаточно отвести небольшую заметку? Обычно объем статьи и близость ее размещения к первой странице газеты зависит от того, насколько новость удовлетворяет критериям новостной ценности, изложенным в разделе 1.1.

Журналистам печатных СМИ надо четко понимать то, что редактор, который определяет объем материала, не всегда заранее знает его значимость для окончательного определения объема и места в газете. Если после получения информации вам кажется, что статья заслуживает большего – или меньшего – объема, вы должны поговорить с редактором и убедить его, что надо изменить объем. Иногда бывает, что первоначально намеченный на первую страницу материал, в конце концов, «тянет» лишь на небольшую заметку, а то, что казалось чем-то незначительным, вырастает в первополосный материал потому, что он практически важен для всех читателей газеты или важен как информация, на основе которой читатели строят свое мировоззрение, формируют точку зрения. Принятая во многих газетах практика «разливания воды» по статье для увеличения ее объема, возможно, хорошо отражается на цифрах зарплаты, если она начисляется построчно, но, в конечном итоге, плохо сказывается на профессиональном имидже написавшего. Ведь под

статьей стоит подпись журналиста.

Хочу сказать, что четкое разделение новостей на короткие, типа анонс (1-2 абзаца), чуть длиннее, типа новость-дайджест (до 300 слов), и первополосные поможет читателям сразу ориентироваться в важности информации, а журналистам использовать конкретные стандарты, которые позволят сэкономить время на написание. Подробнее об этом читайте в главе 13, а схема-структура новости дана в *Приложении 6*.

1.1.4. А МОЖЕТ БЫТЬ, ЭТО РЕКЛАМА ИЛИ ПИАР?

Многие газеты считают, что если хорошая новость каким-то образом связана с бизнесом, то ее вообще надо давать только на правах рекламы. Это не так.

Например, на одной из улиц города открывается магазин. Реклама? Да, если владельцы сообщили вам об этом не в день открытия, да и по другим критериям новостной ценности эта информация находится внизу шкал. Новость? Да, но только при определенных условиях – если это **произошло только что**, если это, например, **единственный магазин в городе**, продающий товары со скидкой для пенсионеров. Или если это – **первый крупный универсам** (или какой-то другой, чем-то уникальный объект торговли). Или если **владельцы организовали какое-то беспрецедентное шоу на открытии** или выбросили в продажу, к примеру, какой-то особенный товар. Много лет назад в Волгограде на открытии продуктового магазина в центре города в нем продавалось медвежье мясо. С тех пор этот магазин так и называют в городе – «Медвежий».

Так что если вы пишете свою уникальную новость, многосторонне ее освещая, в том числе, указывая ее недостатки, **вы должны быть готовы обосновать свое право на подачу этого материала в виде новости, а не рекламы**, если несведущие в законах журналистики власти посчитают ее оплаченной рекламной статьей.

Что касается размера такой статьи, то аналогичная информация может быть только небольшой информационной заметкой, если то, что только что открылось – не уникально или не особенно важно для читателей.

Кстати, многие газеты считают, что в новостных публикациях не следует давать адрес и телефон нового объекта, иначе это становится рекламой. Это тоже не так. **Если газета публикует номер телефона ТОЛЬКО ЧТО ОТКРЫТОГО важного магазина – это не реклама, а общественно важная информация, и это тоже, при необходимости, надо уметь доказать властям.**

Задача газеты – дать людям информацию, помочь им, а не заставлять пенсионеров и других читателей рыскать по городу в поисках необходимого им нового товара или магазина. Газеты сами, во многом, виноваты, что сбили власти с толку, печатая множество статей, содержащих скрытую рекламу и принимая за это деньги мимо кассы, а также печатая односторонние пиаровские статьи, продвигающие личность, организацию, бизнес или товар. Поэтому, во многих городах и странах бывшего СССР властям сложно понять, проплачена статья или нет. Поэтому, пока газеты не примут общемировую практику, которая требует ясно и четко различать рекламный и редакционный материал, проблемы с властями будут продолжаться.

Чтобы это различать, надо понимать, что новости не должны продвигать коммерческий, социальный или политический продукт. Часто, даже не желая этого, журналисты берут интервью у главы какой-либо компании, который, естественно, говорит о ней самые замечательные слова. Не проверив эту информацию, не сравнив ее достижения с аналогичными на том же рынке, не дав оценку потребителей о ее продукте и не дав заключения о продукте компании независимого источника, журналисты рискуют вместо новостной статьи выдать рекламную или пиаровскую.

Такие статьи сразу выделяются в газете. Они всегда односторонние, всегда хвалебные, всегда однозначно работают в чью-то пользу. В России их называют «заказуха» или «джинса». **Заказуха – то есть размещение рекламной статьи под видом журналистской – это позорное явление в современной журналистике, которое газеты оправдывают недостатком средств. Но это – палка о двух концах. Сегодня газета – или журналист – принимают деньги за рекламу или пиар наличными, а завтра читатель убеждается, что его обманули, и перестает доверять газете. Есть и другой аспект: принимая деньги мимо кассы, газета становится в ряды организаций, функционирующих в теневой экономике. Думайте сами, может ли человек, живущий в стеклянном доме, бросать в других камни?**

Иногда и в обычной статье можно увидеть пиаровские куски – самовосхваление владельцев продукта или услуги или даже прямую рекламу. Имейте в виду, что все детальные перечисления услуг – это реклама. Приведу примеры из статьи об открытии в Екатеринбурге представительства сети центров мобильной связи «Связной»:

Продукт, представляемый «Связным» на рынке, – это не только богатый ассортимент товаров, но и широкий спектр дополнительных услуг: trade in – обмен старых телефонов на новые с доплатой, прием платежей в режиме on-line без комиссии.

Реклама – это также громкие заявления о суперкачестве своих товаров и услуг, – в статье такие сравнения должны приниматься только от аналитиков или независимых экспертов. Например:

«Развитие розничной сети будет осуществляться только за счет открытия собственных салонов, что позволит предоставлять клиентам товары и услуги высочайшего качества в соответствии с европейскими стандартами обслуживания, – сообщил на пресс-конференции директор уральского представительства «Связной-Урал» Денис Шейбаль.

Эту информацию не надо давать цитатой. О высочайшем качестве может говорить независимый эксперт. На директора же можно сослаться в не прямой речи, сообщив читателю, что «Связной», по словам Шейбалья, собирается открыть столько-то (это надо узнать) собственных салонов.

Еще один пример: в статье о строительстве дома говорится о том, что за восемь месяцев, которые прошли с момента внесения 100-процентной оплаты за квартиру ее будущими жильцами, стоимость квартир возросла на 3 тысячи долларов. Статья написана, в основном, со слов дольщиков, которые жалуются на превышение стоимости местным управлением капитального строительства (УКС). А заканчивается статья совершенно неожиданно – следующей фразой:

Сейчас УКС города Барановичи приглашает инвесторов принять участие в строительстве жилого дома по улице Лисина.

Такая фраза – не что иное как реклама нового проекта.

Материал, который дается в виде статьи, но содержит рекламу, должен содержать четко видимое указание на то, что он публикуется «на правах рекламы». Это сопровождение должно содержать шрифт не меньшей величины, чем текст самой статьи и размещаться горизонтально либо над, либо под статьей. Мне приходилось видеть такое указание, прилепленное сбоку, возле сгиба газеты, замаскированное под типографский дефект, который, кстати, находился рядом. Только взяв лупу, я смогла распознать, что одна из темных полосок – это текст «на правах рекламы».

Другой вариант размещения рекламных статей – специальная секция, помеченная как реклама.

Иногда используется практика размещения **маленьких невразумительных пометок на статье** или размещения рекламного ма-

териала в рубриках, ничем не отличающихся от обычных. При этом где-то в самом конце газеты, затерянное между телефонами отделов редакции и фамилиями оформителей, имеется указание о том, что означают эти значки и рубрики. Иногда именно для этой информации используется самый крошечный шрифт. Это нечестно по отношению к читателям. Они не обязаны читать всю газету от корки до корки, включая колонку с фамилиями оформителей. Читая статью, они должны сразу четко понимать, редакционная она или рекламная.

Нетрудно понять издателей, идущих навстречу рекламодателям и размещающих рекламу под видом редакционных статей. Рекламодатели считают, что доверие к такому материалу будет больше. Для не самых продвинутых читателей это, возможно, и так. Но даже такие читатели когда-нибудь поймут, что газета дала им не всю информацию. Что, продвигая какой-то товар, продукт, личность или бизнес, газета скрыла существенные негативные стороны.

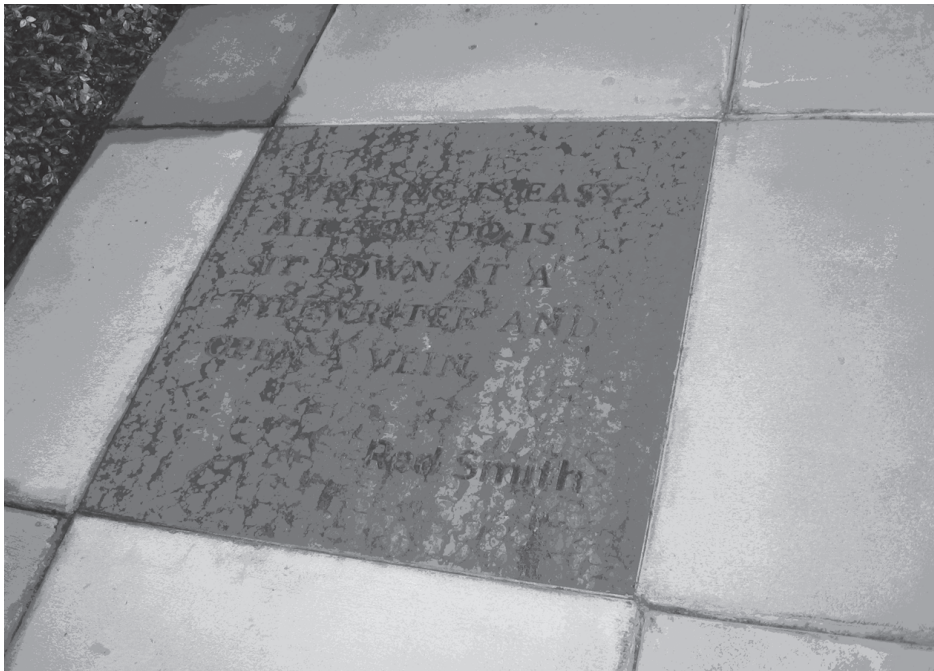
Что будет с доверием к газете, которая фактически обманывает читателей? Оно будет потеряно, следствием чего станет уменьшение подписки и продаж, и, в итоге, потеря тех самых рекламодателей, которые так хотели продвинуть свой продукт или услугу. Да, это произойдет не сразу. Но это произойдет, и, если другие городские СМИ будут более честными по отношению к читателям, то риск утратить и читателей, и рекламодателей, достаточно велик.

Что касается размера новостных материалов, то это обычно определяет стандарт газеты. На первой странице печатаются обычно самые важные и объемные новостные материалы. Иногда они продолжаются на другой странице. Есть газеты, которые, к сожалению, вообще не печатают новости, ограничиваясь только небольшими информационными сообщениями.

1.2. КАК ИЗБЕЖАТЬ ПУСТОСЛОВИЯ И «ВЗЯТЬ БЫКА ЗА РОГА».

«Писать – просто. Все, что нужно – это сесть к пишущей машинке и вскрыть себе вены». (Writing is easy. All you need is sit down at a typewriter and open vein).

Это изречение написано на одной из табличек, установленных в садике института Пойнтер – ведущей американской школы профессионального образования журналистов в штате Флорида.



Сравнив несколько примеров новостей, вы увидите, что значит «вскрыть себе вены» и «взять быка за рога». Представим себе, что выпущен доклад. Плохая газета начнет так:

Вчера британский медицинский журнал «Ланцет» опубликовал отчет об исследовании, проведенном в сентябре группой ученых школы общественного здоровья при университете Джона Хопкинса в Балтиморе.

Интересно? Вряд ли. Какое нам дело до какого-то исследования, проведенного в Америке и опубликованного в Великобритании? Да никакого. Но продолжим тему. Теперь информация идет уже от первоисточника – журнала «Ланцет». Это – оригинал, начало самого отчета, размещенного на веб-сайте журнала:

(The Lancet, 29 октября 2004) – В марте 2003 года вооруженные силы, в основном из США и Великобритании, вторглись в Ирак. Мы провели исследование, чтобы сравнить смертность в период с 14 по 6 месяцы до этого вторжения и смертность в период с 8 по 17 месяц после него.

Понятно, о чем идет речь? В общем, да. Ученые проводили изучение смертности населения Ирака в период до и после вторжения. Некоторые постсоветские газеты написали бы эту новость так:

Американские ученые сравнили смертность в Ираке период с 14 по 6 месяцы до вторжения туда вооруженных сил США и Великобритании, и смертность в период с 8 по 17 месяц после него. Об этом они сообщили в докладе, опубликованном в журнале «Ланцет» 29 октября.

Но этим ЛИДОМ журналист явно не вскрыл себе вены, да и бык, скорее, отказался бы от рогов, чем стал это читать. Абзац замусорен цифрами, но ничего не дает для понимания новости. Читателям важна не организация исследования, а результат.

Что они узнали в результате этого сравнения? В чем новость? К сожалению, многие региональные газеты пестрят такими убогими ЛИДАМИ. Журналисты просто не думают над тем, что сначала надо НАЙТИ новость, которая заденет людей за живое, а уже потом начинать писать. Во всех приведенных выше лидах новости нет.

А теперь прочитайте образец хорошей журналистики:

(International Herald Tribune, 29 октября 2004) – Более 100 тысяч иракцев, возможно, погибли как прямое или косвенное следствие возглавляемого США вторжения в Ирак, согласно исследованию группы ученых школы общественного здоровья при университете Джона Хопкинса в Балтиморе. Их отчет был напечатан в среду на веб-сайте британского медицинского журнала «Ланцет».

Представьте себе 100 тысяч человек – примерно население небольшого города – погибли в результате интервенции другого государства. **Мороз по коже пошел? Значит, вены вскрыты,** и публикация вызвала ответную реакцию у зрителей.

Так в чем же состоит новость, которая имеет шанс вызвать отклик читателей? Что «Ланцет» опубликовал отчет? Что американцы провели исследование? Или что 100 тысяч мирных людей погибли из-за вторжения армии иностранного государства? Бесспорно, последняя.

Жаль, но в современной постсоветской прессе далеко не всегда можно увидеть хорошо написанные новости, которые изложены ясно, понятно, напористо и затрагивают чувства читателей. Традиция советской журналистики – это начало статьи с вступления, за которым потом идет основная часть и заключение, чаще всего собственное мнение, от некомпетентности которого подташнивает. По такой структуре пишутся школьные сочинения и научные статьи, но в новостной журналистике начало статьи с уже известных фактов, а тем более с каких-то замысловатых ассоциаций неприемлемо.

Одна статья, которую в качестве новости как-то прислала мне журналистка из узбекского города Намангана, начиналась так, что вообще невозможно было понять, в чем состоит новость, примерно до последней трети. Новость была в увеличении поголовья волков в окрестностях города.

В окрестностях озера Лох-Несс, где обитает неведомое чудовище, появился еще и «снежный человек». Поверили? Наверное, поверили. Все мы так падки на подобные сообщения в прессе, но при этом забываем о том, что только за минувшее столетие исчезли или, став очень редкими, оказались в Красной книге многие виды животных. Где уж там выжить гипотетическому плезиозавру, когда хорошо знакомый нам тигр (по свидетель-

ствам историков тигры водились в Намангане всего около 200 лет назад) почти не встречается в природе и его можно увидеть только в зоопарке. Вот уже 30 лет не поступает никаких сведений о вылове лопатоноса, редчайшего представителя семейства осетровых, обитавшего всего в трех реках земного шара – Амударье, Сырдарье и Миссисипи. Однако сейчас положение несколько улучшилось.

Дальше в статье шла речь о местных волках, причем, затратив много места в статье на обвинении читателей, которые поверили в снежного человека в окрестностях Лох-Несса, в идиотизме, журналист так и не раскрыла тему об увеличении поголовья волков.

Затянутое вступление – это порок не только региональных газет. В статье об очень важной новости в российской национальной газете «Известия» пришлось читать около 46 слов от начала статьи, чтобы дойти до смысла новости – слова «контрзахват»:

ТЕРРОР ЗА ТЕРРОР

(«Известия», 22 октября 2004) – Владимир Устинов предложил свой способ борьбы с терроризмом.

От выступления на парламентском часе в Госдуме министров-силовики сенсаций не ждали. Но генпрокурор Владимир Устинов в пятницу ожидания превзошел: в докладе депутатам он заявил, что в России, на законодательном уровне, возможно введение такой меры как «контрзахват» заложников из числа родственников террористов.

Сравните с началом статьи на эту же тему на интернет-ресурсе ABC news online за то же число:

ЗАХВАТЫВАЙТЕ СЕМЬИ ТЕХ, КТО ЗАХВАТЫВАЕТ ЗАЛОЖНИКОВ¹², ГОВОРИТ РОССИЙСКИЙ ГЕНЕРАЛ

(ABC news online, 22 октября 2004) – Силовики, которым нужно освободить заложников, должны иметь законное право задерживать членов семей захватчиков в качестве ответной меры, сказал высший представитель российской законности.

«Кто с мечом к нам пришел, тот от меча и погибнет. Мы не должны заниматься дипломатией», – сказал в пятницу российский генеральный прокурор Владимир Устинов в Государственной Думе.

Видите основную разницу? В первом примере новость разворачивается медленно. **Вместо ясной и четкой ее подачи идут два вводных предложения, из которых второе предложение достаточно спорно: кто не ждал сенсаций? Автор статьи? Но это его профессиональная проблема, если он не ждет сенсаций – журналист всегда должен быть к ним готов, а читателям ни профессиональные, ни личные пробле-**

¹² В западной прессе термин «террористы» в таком контексте не используется. Те, кто захватывают заложников, так и называются – «hostage-takers».

мы журналиста не интересны. А затем новость дается с использованием слишком сложных нагромождений слов. Во втором же примере сразу же дается существо новости, причем простыми понятными словами. Тут же идет цитата, придающая новости эмоциональный оттенок, **очеловечивающая** новость.

ГЛАВА ВТОРАЯ.

Точность и достоверность фактуры в новостях.

«В журналистике всегда стоит эта проблема – быть первыми или быть точными».

Элен Гудман,
обладательница Пулитцеровской премии 1980 года.

2.1. ФАКТЫ И МНЕНИЯ. КОМПЕТЕНТНОСТЬ ИСТОЧНИКОВ.

Ученые работают годами, чтобы написать научную статью. Следователи месяцами расследуют сложные дела. Суды тоже иногда заседают долгие недели и все равно могут ошибиться – посадить за решетку или даже казнить невинных людей. У журналиста ежедневной газеты есть всего один день. В еженедельнике – одна неделя. Но это не значит, что требования к точности и достоверности фактов в журналистике должны быть снижены. Вовсе нет. Прежде всего, журналисты должны иметь определенные убеждения о своих обязанностях перед читателями.

В конце 20-го века журналистский ресурс www.journalism.org составил перечень журналистских ценностей. Главной задачей журналистов было определено следующее: «давать людям точную и достоверную информацию, которая им нужна для того, чтобы функционировать в свободном обществе».

2.1.1. ФИЛОСОФСКАЯ ИСТИНА И ЖУРНАЛИСТСКАЯ ПРАВДА.

Первая ценность в этом перечне такова:

«Ответственность журналиста номер один – перед правдой. Демократия зависит от наличия у граждан надежных и точных фактов, представленных в соответствующем контексте.

«Правда» в журналистике не понимается в ее абсолютном или философском смысле, не в смысле «объективно существующая реальность, истина», а в практическом смысле. Если вам интересно пофилософствовать, то сделайте это самостоятельно, а здесь поговорим о нашей профессии.

«Журналистская правда» – это процесс, который начинается с профессионального сбора и проверки фактов. Затем журналисты должны донести их [до читателей] справедливо и точно на сегодняшний момент, зная, что они требуют дальнейшего изучения. Журналисты должны как можно более ясно пред-

ставлять [в статье] источники информации и способы ее получения, чтобы читатели могли сами оценить качество этой информации. Даже в нашем мире многообразия мнений точность – это фундамент, относительно которого строится все остальное – контекст, объяснения, комментарии, критика, анализ и дискуссии. Правда возникает со временем именно из перечисленного. Когда люди получают все больше и больше информации, им нужно все больше – а никак не меньше – надежных источников для подтверждения достоверности информации и представления ее в контексте».

Из этого же пояснения видно, что журналистский факт – это наибольшее приближение к правде, которое выяснил журналист на сегодняшний момент, профессионально и честно подходя к сбору и представлению информации.

2.1.2. «Я ВО ВСЕ НЕ НОЖОМ ДЛЯ МЯСА ЕГО ПЫРНУЛА!» ИЛИ ТРУП ВОССТАЛ.

*Однажды днем мне позвонила женщина.
Она говорила медленно и трагическим тоном.
«Вы сообщили сегодня, – сказала она и сделала паузу, –
что я ударила моего друга мясницким ножом».
Я растерялся и сказал: «Да?».
«Я этого не делала», – сказала она.
Я остолбенел и сказал опять «Да», ожидая самого худшего.
«Я ударила его кухонным ножом. Я слишком сильно люблю его, чтобы
использовать мясницкий нож. Требую напечатать исправление».
Джон Суини, общественный редактор News Journal (Wilmington, Delaware).*

Это – не шутка. Людям очень важна точность фактов, поэтому проверка мельчайших деталей информации так важна. Большинство экспертов журналистики считают, что факты следует перепроверять как минимум дважды, причем с использованием независимых друг от друга источников, где как минимум один из источников должен быть первоисточником. Информацию от первоисточника можно использовать без перепроверки только в случаях, если имеется 100-процентная уверенность, что этот первоисточник – действительно истинный и у вас есть достаточное подтверждение его информации (это важно для тех случаев, когда журналистам и газете придется судиться в качестве ответчиков).

Старая журналистская истина гласит: «Если ваша мама говорит вам, что любит вас, проверьте это».

Иногда ошибки – следствие элементарной халатности. Вот один из примеров такой профессиональной безалаберности:

«Сегодня» (Киев) – 20 июля 2002 – Двое неизвестных в ночь на пятницу в Москве убили из автоматического оружия главного специалиста Москомимущества, в ведении которого находятся вопросы аренды недвижимости, 42-летнего Алексея Бусалова.

...Утром состояние Бусалова стабилизировалось, из отделения реанимации его перевели в хирургическую палату.

Отрадно, конечно, что труп восстал. Но тексты надо вычитывать. Слишком много журналистских ошибок является следствием невнимательного отношения к информации. Причем часто не только журналиста, но и источника информации.

Надо всегда помнить, что наши ошибки вводят читателя в заблуждение точно так же, как и фальсификация, например, как в этом отрывке:

Несмотря на декларируемые интеграционные процессы с Россией (в том числе в части унификации законодательства), в белорусских властных структурах пока не спешат перенимать опыт восточных соседей, где, как известно, существует единая ставка подоходного налога для всех категорий налогоплательщиков, составляющая 13 процентов.

В конце – ошибка. В России налог 13 процентов существует вовсе не для всех категорий налогоплательщиков. Например, иностранные налогоплательщики платят 30-процентную ставку подоходного налога. Журналист и не обязан знать всех тонкостей законодательства другого государства, но перепроверить такую информацию он был обязан, если решил ее использовать.

Часто бывает полезно просто элементарно пересчитать цифры. Если бы журналист одной из газет Московской области это сделал, то следующая фраза, над которой будет смеяться еще не одно поколение журналистов, не появилась бы:

«По результатам пятилетних наблюдений выяснилось, что на одном квадратном метре лесопарковой площади обитало одновременно от 200 до 400 ворон».

Давайте посчитаем. Представим себе одну небольшую ворону размером 8x8x25 см. Если такими воронами покрыть квадратный метр, то их там будет 50. То есть 200 ворон – это четыре слоя на квадратный метр, а 400 ворон – это восемь слоев ворон. Представляете себе парк, в восемь слоев покрытый воронами?

Вот еще одна фраза:

«По статистике за первый семестр каждый студент прогулял по неважительным причинам в общей сложности около четырех часов из своего шестичасового рабочего дня», – сказал декан Виктор Попытаев. Особенно на этой ниве отличились студенты гидромелиоративного факультета, превысившие даже этот показатель почти в два раза.

Превысить этот показатель в два раза – невозможно. Потому что прогулять восемь часов из шести физически нельзя. Кстати, поскольку ссылки на Попытаева нет, то винить в ошибке можно только журналиста – он либо не проверил то, что сказал ему Попытаев, либо каким-то образом ошибочно переиначил его – или чьи-то еще – слова.

Арифметические ошибки в текстах встречаются часто. Бывает, что ошибаются и те, кому вроде бы не положено это делать. Поэтому от кого бы ни исходила цифровая информация, ее следует перепроверять.

Вот пример: Пересчитайте, и у вас получится 2,25 цента, а не 2,1 цента.

Министр энергетики Семашко, выступая 25 апреля в белорусском парламенте, разложил все цифры по полочкам. До 1 апреля, по его словам, 1 кВтч обходился Белоруссии на границе с Россией в 1,25 цента. Сверху накручивался налог на добавленную стоимость (20%) и все это умножалось на бартерный коэффициент (1,5). В итоге, электрическая энергия обходилась Белоруссии в 2,1 цента.

Что делать если вы пересчитали это тогда, когда уточнить уже было поздно? В случае с Семашко можно предположить, что министр мог запутаться в вычислениях, но итоговый-то результат он знать обязан! Однако это не факт. То, что высокопоставленный чиновник путается в цифрах – не такая большая редкость, поэтому всегда старайтесь перепроверять их математику.

В случае с Семашко журналист должен был обсудить перепроверенные цифры редактором. Однозначно, вычисления следовало выбросить. Что же касается окончательной цены, то риск все же остается и редактор должен решать, стоит ли брать на себя ответственность или лучше выбросить целый кусок из текста, если перепроверить ее невозможно.

Когда вы оперируете цифрами, **скептически относитесь к тем из них, которые вам предлагают вторичные источники.** Помните, что и чиновники, и эксперты могут ошибаться или искренне заблуждаться так же, как и все остальные люди. Поэтому старайтесь перепроверять свои цифры. Статистикам обычно можно доверять, но не стоит ожидать, что статистические данные из разных, даже разных государственных учреждений будут сходиться. Например, не удивляйтесь, если объемы импорта по данным учреждения статистики, таможни и правительственного департамента по внешней торговле будут расходиться. Проверить это невозможно, в таких случаях, единственное, что можно сделать – это сослаться на конкретный источник.

Большие затруднения у журналистов вызывают проценты, которые многие путают с процентными пунктами. Помните,

что если сравниваются между собой проценты, то результатом будут процентные пункты. К примеру, если в прошлом году зарплата составляла 20 процентов от бюджета предприятия, а в этом – 25 процентов, то увеличение объема зарплаты составляет не 5 процентов, а пять процентных пунктов. А чтобы рассчитать увеличение зарплаты в процентах, надо сделать другой расчет.

Вот формула расчета:

От новой цифры надо отнять старую цифру, затем остаток разделить на старую цифру и умножить на 100. То есть $(25-20): 20 \times 100 = 25$

Объем зарплаты увеличился на 25 процентов, или на четверть.

Часто полезно бывает провести и «**проверку дубом**» – то есть дать почитать свою информацию человеку, который не имеет ни к ней, ни к журналистике никакого отношения и не имеет высшего образования. Это грубоватое выражение используется в научных кругах, когда нужно проверить текст статьи или выступления на понимание.

2.1.3. MERSY ИЛИ MERCY? ВЫБЕРЯЙТЕ ИМЕНА, ДОЛЖНОСТИ, НАЗВАНИЯ, МЕСТА СОБЫТИЙ И ВРЕМЯ.

Если у вашего источника есть визитная карточка, обязательно попросите ее. Проверьте написание имени и фамилии на двери кабинета или у секретаря. В случае трудных фамилий или имен, попросите источника назвать фамилию и имя по буквам. Особенно это касается иностранных фамилий и названий. Имена и должности должны упоминаться одинаково в любом номере газеты. Если есть разночтения в написании имен и должностей, принятый в вашем СМИ вариант должен быть внесен в Книгу стиля. Например, одного и того же человека не следует называть главой администрации, мэром и председателем исполкома, поскольку это может запутать читателя. Если есть возможность, названия, особенно иностранные, следует перепроверять в Интернете. А если речь идет, например, о президенте Ирана, то лучше его называть единообразно, к примеру, Ахмадинежад, а не Ахмади Нежад, Ахмадинижат, Ахмадинеджад или другие варианты, которыми пестрят разные газеты. Занесите его имя в Книгу стиля и пишите его фамилию в своем СМИ всегда одинаково.

А если речь идет о брендах или названиях, приводимых в латинице, то проверяйте их в интернете. Приведу пример цитаты из статьи о ремонте в детском саду «Солнышко» в Фергане:

«**Теперь все** будет иначе, – сказала заведующая садиком Токтокан Шадыканова. – Я написала проект и отправила в Mersy Corps. Благодаря ей, этим летом мы сделаем капитальный ремонт, на который потребуется 60 тысяч сомов».

Такой организации как Mersy Corps не существует. Но есть Mercy Corps - эта некоммерческая организация работает в Кыргызстане с 1994 года, занимается предотвращением межэтнических конфликтов в Ферганской долине, доставкой гуманитарной помощи в детские сады и интернаты, выдачей микрокредитов женщинам сельской местности для начала собственного бизнеса и помощью в ликвидации последствий землетрясений, наводнений и оползней. Она достаточно известна и не будет слишком счастлива от того, что ее название извращено, тем более, что его можно было проверить в Интернете – www.mercycorps.org.

Так же, как и имена, должны быть выверены технические и научные названия и, если это соответствует Книге стиля, рекомендуется приводить их также в скобках в оригинале.

2.1.4. ПОКАЙТЕСЬ, И К ВАМ ПОТЯНУТСЯ.

Если, несмотря на все усилия и проверки, текст новости все же содержит **ошибки**, газета должна **напечатать исправление**. Коррекция ошибок – это не признание того, что газета низкокачественная, это – элемент честного отношения газеты к своим читателям. Все качественные газеты дают исправления сразу после того, как ошибка была замечена читателями, либо сотрудниками самой газеты. Например, такая популярная и продвинутая газета как **The New York Times** дает в среднем одно исправление на 14 статей (Karlsson, 2010).

Что включает текст исправления – только новый текст, заменяющий ошибочный или и ошибочный текст, и исправление – это решение газеты. Более честный путь – это сообщить, что в такой-то статье на такой-то странице такого-то номера содержалась ошибочная информация о том-то, которую следует читать так-то.

Напечатав исправление, газета должна извлечь уроки из своей ошибки. Приведу пример формы исправления ошибки в газете Chicago Tribune:

ДЛЯ ПУБЛИКАЦИИ:

- ➔ Текст предлагаемого исправления:
- ➔ Не для публикации:
- ➔ Текст, содержащий ошибку:
- ➔ Текст исправления:
- ➔ Как была допущена ошибка:
- ➔ Как была получена информация об ошибке:
- ➔ Повлиял ли на это срок подачи статьи:
- ➔ Как можно было избежать этой ошибки:

→ Комментарии:

→ Подпись:

Эти формы накапливаются в персональном деле журналиста и выходят на свет во время ежегодной оценки работы журналиста, по результатам которой принимается решение о дальнейшей судьбе и карьере журналиста.

2.2. ИСТОЧНИКИ И ИХ НАДЕЖНОСТЬ.

2.2.1. ПОЧЕМУ УМЕР ДИРЕКТОР? ШКАЛА НАДЕЖНОСТИ ИСТОЧНИКОВ ИНФОРМАЦИИ.

В определении журналистской правды четко оговаривается роль источников информации. Обычно, материалу без источников доверяют люди с низким цензом образования. Образованные люди хотят знать, откуда поступила информация, чтобы было понятно, насколько ей можно доверять.

Рассмотрим пример из статьи о многолетней протечке крыши магазина, где журналист рассматривает причину смерти директора этого магазина:

Не исключено, что из-за плохого микроклимата – а вода капает с потолка и в кабинете директора – получил хроническую болезнь легких и раньше времени ушел из жизни бывший директор «Хозтоваров» 49-летний Павел Анциферов.

Проделал ли журналист должную работу, чтобы максимально приблизить информацию о причине смерти Анциферова к журналистской правде? Использовал ли он компетентные источники?

Давайте разберемся. Какие источники журналист мог использовать для выяснения причины смерти этого человека, если бы подошел к сбору информации профессионально?

Классификация источников и их комментариев, приведенная в *Приложении 1*, показывает, что они могут быть компетентные, ограниченно компетентные, некомпетентные, заинтересованные и косвенные.

Один из элементарных законов логики о связи причины и следствия гласит: «после этого – не значит вследствие этого». То есть, **если сначала были протечки, а потом человек умер, это не значит, что он умер от протечек**. У него мог быть рак желудка и тысячи других причин для смерти. Журналисту, если он поставил себе задачу выяснить причины смерти человека, следовало не догадываться, а выяснить их, используя наиболее компетентные источники.

Если же проанализировать работу журналиста, сравнив ее с тем, что он мог сделать, то видно, что журналист не сделал никакой

работы вообще. Он пошел по самому легкому пути – догадок, предположений и голословных утверждений. Он не задал себе главного вопроса – «чем я могу это доказать?» Из таблицы видно, что если предположение журналиста основано на интервью с одним из источников, то отсутствие ссылки на компетентный источник превращает в пустые слова то, что могло бы быть подано в качестве факта или компетентного комментария. Обратите внимание, что для этой статьи даже лечащий врач умершего не является компетентным источником, поскольку он не имеет прямой связи с причиной смерти человека.

Если самые компетентные источники недоступны, то следует использовать менее компетентные. Но при этом надо не только сослаться на источник информации, но и указать, почему не был использован наиболее компетентный источник. Не надо стесняться объяснять читателям свои мотивы подбора источников. Ведь не потому же, что кто-то просто оказался под рукой, журналист выбирает свои источники!

Не могу сказать, что разобраться в компетентности источников всегда бывает просто. Это было бы неправдой. Но четкое следование правилу определения уровня компетентности источника по степени наибольшей его связи с истинной информацией, в большинстве случаев, должно помочь не ошибиться со степенью приближения собранных фактов к правде.

Хочу еще раз подчеркнуть опасность использования вторичных источников. Их можно воспринимать **ТОЛЬКО** как утечку информации – толчок для перепроверки и добывания оригинальной информации от первоисточника.

Например, нельзя давать такие фразы: **«По словам предпринимателей, новации местных властей в министерстве транспорта назвали «абсурдом».** Потому что откуда предпринимателям провинциального города знать, что и как называют в министерстве транспорта? Даже если у них там есть свой человек, именно от этого человека должна быть получена информация, а не по слухам, которые вполне могут оказаться «испорченным телефоном».

Если журналисту удастся получить такую «утечку», ее надо перепроверять. После этого есть три пути: использовать подтвержденную информацию, не использовать это вообще, или *(что следует использовать только в случаях, если «утечка» имеет крайне важное общественное значение)* использовать с добавкой, что первоисточник отказался подтвердить *(подтвердить или опровергнуть)* эту информацию.

Например, в минтрансе есть пресс-секретарь, надо было обратиться к нему и перепроверить свою «утечку». Если же желание напечатать именно эту фразу непреодолимо – то есть газета считает, что действия местных властей надо было непременно заклеймить позором, даже если этому нет никаких доказательств – но в минтрансе

ее отказались подтвердить или опровергнуть, надо добавить: **«Однако в минтрансе отказались подтвердить или опровергнуть эту информацию»**. А после этой добавки следует еще раз подумать – стоит ли давать эту информацию вообще.

Еще раз напомним – для журналиста **главное – это факты, проверенные у компетентных источников или взятые из документов**. На втором месте идет информация и комментарии от компетентных источников.

Творческая переработка слухов, догадки и предположения репортера – это не журналистика, и даже не то, что в качественной прессе называют «аналитикой». Аналитика – это выводы на основании компетентной проработки достаточного объема достоверного фактического материала. Слухи, догадки и предположения – это свидетельство недостаточного изучения темы и отсутствия нужной фактуры и источников. Такая информация выглядит как передача сплетен. Помните, у Высоцкого: «Говорят, что скоро все подорожает, а особенно штаны и алкоголь».

2.2.2. ВСЕГДА ЛИ ПРАВ БОЛЬШОЙ НАЧАЛЬНИК?

Приведу один пример, который в начале января 2006 года потряс Америку и заставил журналистов пересмотреть свои взгляды на компетентность источников и необходимость перепроверки информации. Этот пример особенно важен для журналистов центрально-азиатских стран, поскольку в этих странах журналисты слишком часто считают, что чем более высокопоставлен источник, тем более он компетентен и тем больше ему стоит доверять.

А случилось в Америке вот что. В маленьком городке штата Западная Вирджиния в результате аварии на местной шахте под землей оказались заперты 13 шахтеров. Поиск продолжался около 30 часов, вся страна напряженно следила за происшествием. Ошеломляющая новость пришла от агентства Associated Press около полуночи: 12 шахтеров живы. На следующий день ВСЕ американские газеты вышли с радостными заголовками типа «Чудеса бывают». Но чудеса не произошло. На следующий день стало известно, что все шахтеры на самом деле были мертвы, когда их нашли.

Агентству пришлось разослать объяснение, в котором говорилось о том, что их сообщение базировалось на «точной» информации, «предоставленной компетентными источниками – членами семей [шахтеров] и губернатором [штата]».

«Время шло, а информации из первых рук о том, что шахтеры живы, не было. Наилучшая информация должна была быть получена от представителей угольной компании, но они отказывались от разговора», – сообщил в прессу редактор Associated Press Майк Силверман.

Комментируя этот урок, журналист газеты Washington Post Говард Курц написал: **«Конечно, безответственная информация поступила от губернатора Западной Вирджинии, и, к стыду угольной компании, она отказывалась исправить ошибку в течение многих часов. Но вина лежит на журналистах потому, что они инстинктивно не осознали, что ранняя, неполная информация во время кризиса часто бывает ложной... Это было, говоря проще, унижительным провалом СМИ, рожденным лихорадочной попыткой, задыхаясь от спешки, доложить о развитии событий на 30 секунд раньше своих конкурентов».**

Когда все газеты перевели дух, то многие не могли ни понять, ни пояснить, почему они пошли на поводу у явно непроверенной информации и не добились ее перепроверки у первоисточника. Для этого случая **единственным компетентным первоисточником была угольная компания или спасатели. Большой начальник был некомпетентным источником.**

Рассмотрим пример одной статьи, которая рассматривалась на одном из дистанционных тренингов в 2005 году. Правдивость чиновников вызывает большие сомнения, однако, журналист не перепроверил информацию (см. статью в *Приложении №2*).

Эта статья была написана по итогам посещения мероприятия – встречи украинского посла с активом области и, к чести журналиста, новость с этого мероприятия была выбрана очень интересная и важная, о том, что **украинские вузы открывают свои двери для кыргызстанских студентов.**

В качестве «морковки» для приглашения кыргызстанцев учиться на Украине, посол использовал следующую информацию: окончившие вузы Украины, получают возможность работать на любой работе по своей специальности в различных странах Европы. Это кажется отличной возможностью. Можно даже себе представить, что состоятельные кыргызстанские родители уже начали строить планы относительно будущего своего подрастающего ребенка.

Но правда ли это?

Является ли украинский посол первоисточником этой информации? Разумеется, ему можно доверять как первоисточнику, если он дает информацию, непосредственно касающуюся дипломатических нюансов отношений между странами. Но не слишком ли журналист доверился послу, не перепроверив именно эту информацию? К тому же, и местные чиновники подхватили эту идею. Казалось бы, вот уже два или три высокопоставленных источника, ну не могут же все они ошибаться... А если они не ошибаются, а целенаправленно продвигают некую идею?

В первую очередь, журналист всегда должен думать о компетентности источников. Компетентны ли эти люди? Да, ком-

петентны, но не для этой статьи. Здесь и местные чиновники, и сам посол являются только **вторичными источниками**, поэтому данная информация должна была быть перепроверена. Журналист должен быть скептиком¹³.

Как ее перепроверить? Что должен был сделать журналист, который услышал выступление украинского посла?

Во-первых, забыть, что источник информации – посол. Для журналиста он только источник, причем вторичный и, к тому же, заинтересованный и слишком явно продвигающий набор на платные отделения украинских вузов. Возможно, на Украине наблюдаются большие проблемы с платежеспособными студентами, и они ищут теперь по всему СНГ студентов с толстым родительским кошельком? И международный диплом – это как раз та «морковка», на который могут пойматься такие студенты?

Посол фактически провел чисто пиаровскую работу для украинских вузов. Он ничем не доказал, что дипломы будут международного образца.

Во-вторых, в любом случае он должен был проверить полученную информацию. Это ваша задача, выяснить, так это или не так.

Простейший способ начать эту проверку – выйти в Интернет и провести поиск в одной из поисковых систем, например, в www.yandex.ru, по ключевым словам, например, таким: «международные дипломы» и «Украина». Доступ в Интернет сейчас не является проблемой даже для многих отдаленных региональных СМИ. На одном из сайтов – <http://www.sevportal.com/news/index.php?id=1&fld=&mth=1&yr=2004&dy=21> – можно сразу же получить доказательство того, что такие дипломы вузами Украины сейчас не выдаются, со ссылкой на первоисточник – министра образования и науки Украины Василия Кременя:

«**В 2010** году Украина должна иметь право выдавать, кроме национальных дипломов, дипломы европейского образца, которые позволяли бы их владельцам беспрепятственно трудоустроиваться за рубежом».

А на сайте украинского Интернет-ресурса «факты» конкретно говорится, что такое обещание – рекламный трюк. Вот выдержка из этой информации:

ОБЕЩАТЬ АБИТУРИЕНТАМ ПО ОКОНЧАНИИ УЧЕБЫ ДИПЛОМЫ
«ЕВРОПЕЙСКОГО ОБРАЗЦА» – НЕ ЧТО ИНОЕ, КАК РЕКЛАМНЫЙ ТРЮК
«На рекламном щите одного из вузов негосударственной формы собствен-

¹³ Не путайте понятия «скептик» и «циник». Здоровый скептицизм для журналистов означает профессиональное отношение к любой информации. Задайте себе вопросы: «Откуда мой источник это знает? Имеет ли он прямое отношение к информации, которую он мне сообщает?»

ности написано, что он выдает дипломы... европейского образца. Значит ли это, что такой диплом признается в странах Европы?» – с таким вопросом обратился в редакцию отец абитуриентки из Львова.

Дипломы европейского образца в Украине не выдаются, – поясняет начальник управления лицензирования и аккредитации Министерства образования и науки Украины Владимир Домнич. – У нас легитимны дипломы государственного образца, утвержденные постановлением Кабинета министров Украины от 12 ноября 1997 года. Диплом «европейского образца» – не что иное, как рекламный трюк, выгодный такому учебному заведению. «Универсальных» дипломов, кстати, не выдают ни в одной из европейских держав. Чтобы диплом был признан в другой стране, его обладателю нужно пройти процедуру нострификации, то есть официального признания получения диплома компетентными органами этого государства. А с вузом, который намеренно вводит в заблуждение своего абитуриента, обещая больше возможного, не стоит иметь дела.

Используя информацию из Интернета (так же как и из СМИ) всегда помните, что это – не первоисточник, и полученные данные подлежат проверке. Одно дело, если вы можете процитировать то, что вы сами видели по телевидению или слышали по радио, другое дело – использовать печатный материал. Его надо всегда перепроверять.

Перепроверить эту информацию можно в министерстве образования Украины. Найти нужные координаты тоже можно за несколько секунд в Интернете, по ключевым словам «министерство образования» и «Украина»: Пресс-секретарь Долганова Лилия Георгиевна, тел (044) 216-25-21, e-mail: lgd@mon.gov.ua. Звонить необязательно – это дорого, да и застать пресс-секретаря на рабочем месте обычно непросто, особенно учитывая временную разницу. Но послать электронный запрос обычно ничего не стоит.

Только имейте в виду фактор ненадежности электронной почты и наличие сильных фильтров против мусорных сообщений, поэтому обязательно попросите подтвердить получение сообщения и сообщите о времени, когда вам нужен ответ. Если подтверждение не придет, посылайте повторные запросы до тех пор, пока не получите подтверждение или ответ. Иногда, все же, необходимо перезвонить нужному источнику, ведь может быть и так, что контактная информация изменилась. Помните, под лежащий камень вода не течет. Если же ответ от секретаря к моменту публикации не будет получен, несмотря на все ваши попытки, об этом следует сказать в статье.

Только выполнив всю эту работу и получив необходимые комментарии от Министерства образования, вы можете публиковать эту статью с чистой совестью и удовлетворением от проделанной работы. Публиковать же новость, полученную только от вторичных источников – это значит обманывать читателей, неискушенных в тонкостях журналистской работы.

Говорят, журналисты должны быть циниками, раз они должны постоянно подозревать подвох. Но нет, это не цинизм. Это – нормальный, здоровый профессиональный скептицизм. Мы не должны позволять обманывать себя и манипулировать собой, потому что иначе мы будем обманывать читателей и манипулировать ими. Мы должны сомневаться. Мы должны соответствовать надежде общества на получение правдивой проверенной информации.

2.3. ЗАЧЕМ И КАК ССЫЛАТЬСЯ НА ИСТОЧНИКИ?

Один участник дистанционного тренинга написал мне как-то, что его редактор не хочет принимать у него статьи, в которых есть много ссылок типа «такой-то сказал, такая-то сказала», потому что и так понятно, что раз журналист это пишет, значит, он все проверил. Имеется в виду, что журналист должен сообщать достоверные факты.

Должен, а кто спорит. Но сообщает ли?

Или, другими словами: всегда ли мы можем сказать, что факты, которые мы сообщаем, достоверны? Всегда ли вы имеете доступ к документам и первоисточникам, и уверены, что они – истинные? Всегда ли вы уверены, что то, что вам сообщает чиновник администрации или сотрудник правоохранительных органов – это 100-процентная правда, и вы можете давать это как факт, без ссылок?

Не ссылаясь, вы будто бы говорите читателю – верь мне, я тебя не обману. Но ведь, в то же самое время, в газетах другой ориентации печатаются противоположные факты – и, часто, тоже без ссылки. Кому же должен верить читатель? Да, такое отношение к нему может привести только к двум результатам: либо человек выберет ту газету, информация в которой ему кажется более правдоподобной – и это не обязательно будет ваша газета, или он перестанет доверять газетам вообще. Поэтому ссылаться на источники жизненно важно. **Давая ссылку на источник информации, вы даете читателю представление о надежности информации – и это должно стать вашей нормой в изложении материала.**

2.3.1. КОГДА ССЫЛКИ НА ИСТОЧНИКИ НЕ НУЖНЫ?

Всегда надо ссылаться на новостную, эксклюзивную, противоречивую и спорную информацию, комментарии, и, особенно, чье-то мнение. Но не нужно ссылаться, если:

- 1. то, что описывается, видели многие;**
- 2. журналист был/была свидетелем того, что описывается (однако из текста это должно быть видно по подробности описаний);**

3. излагается справочная и другая бесспорная или контекстная информация, напечатанная ранее предыстория какой-либо развивающейся новости;

4. если информация доступна из многих источников или ее можно немедленно и просто перепроверить;

5. из текста, в том числе из лида, уже понятно или очевидно, кто является источником;

6. если в лиде ссылка загромождает информацию, ее можно дать в следующем абзаце, за исключением лидов, в которых содержится противоречие;

7. при связках-обобщениях, если следом идет раскрывающая это информация со ссылками.

Все эти правила могут быть нарушены, если из конкретного текста видно, что ссылка нужна. Так что всякий раз думайте, прежде чем дать или не дать ссылку. Самая популярная ошибка – это ссылка на бесспорные, включая исторические, факты. Вторая популярная ошибка – это ссылка в ЛИДЕ, когда она не нужна. То есть когда в ЛИДЕ дается выжимка из текста, в котором это расшифровано. Например:

ВАШИНГТОН (Рейтер, 29 октября 2010) – ВВП США в третьем квартале 2010 года вырос, как и ожидалось, на 2,0 процента к аналогичному периоду 2009 года, однако этого недостаточно для сокращения безработицы или переоценки ожиданий по объемам количественного смягчения на следующей неделе.

[...]

«Рост продолжает быть позитивным, однако, его темпы слегка разочаровывают. Это не тот темп, с которым мы бы хотели, чтобы наша экономика восстанавливалась», – сказал главный экономист из Raymond James & Associates Скотт Браун¹⁴.

2.3.2. КАЧЕСТВО ССЫЛОК, ОПИСАНИЕ ИСТОЧНИКОВ.

О достоверности источников читатели судят по их описанию. Например, документы, на которые вы ссылаетесь – самый лучший источник в том случае, если они – оригинал. Однако дать только название документа недостаточно. Читателю надо дать понять степень вашего знакомства с документом. Разброс этого

¹⁴ Далее в тексте выжимка, данная в лиде, расшифровывается еще более детально. Наверно, правильнее будет сказать наоборот – это именно на основании комментариев экспертов формулируется то, о чем говорится в ЛИДЕ.

знакомства варьируется от обладания подлинником до кратковременного лицезрения копии без уверенности, что человек, владеющий этой копией, сможет при необходимости представить в суд оригинал.

В наше время очень распространены подделки и всегда **надо опасаться, что вас могут использовать с нехорошей целью, предоставив фальшивки**. Поэтому очень осторожно относитесь к копиям: **если вы не видели оригинала, ссылайтесь именно на копии**. Если вы видели эту копию, но не имеете ее на руках, то можно сослаться, например, на **«копию доклада, с которой ознакомился журналист «Газеты»**.

Ссылаться надо на газеты, радио- и телепередачи, агентства новостей и веб-сайты, указывая день опубликования там конкретной информации, если вы цитируете информацию оттуда.

Достаточность описания источника определяется так: если читатель может найти нужный документ по вашей ссылке, то вы хорошо его описали.

Это же относится и к источнику-человеку. Причем, **из описания источника-человека должно быть видно, какое прямое отношение** этот источник имеет к тому, о чем его спрашивают. Должна быть видна компетентность источника. Причем, компетентность определяется в разных новостях по-разному. Где-то это должность или профессия, а в других новостях это может быть место проживания или возраст.

Возраст обычно дается, когда журналист берет интервью у обычных людей, и этот **показатель является дополнительной характеристикой, поясняющей мотивы действий и/или точку зрения человека**. Например, если речь в новости идет о встрече ветеранов, бывает целесообразно привести возраст людей. А если новость о новом плане борьбы с замусоренностью двора – название улицы или дома, где живет источник, чтобы читатель убедился, что источник знает, что комментирует. Возраст можно указывать и у официальных источников в случае, если это дает нужные дополнительные детали. Возраст, как правило, указывается в статьях о детях. Если это необходимо по смыслу, то можно указывать и другие детали – к примеру, **национальность, расу или принадлежность к религии**. Но эти детали надо давать исключительно осторожно и только тогда, когда они имеют прямое отношение к новости – она строится именно на них или без них не обойтись при ее раскрытии.

Сообщайте и другие **необходимые по смыслу достоверные детали об основных источниках, организациях и предприятиях**. Читатели должны понимать, почему вы выбрали именно эти предприятия или организации, или источники. Например, если вы пишете о проблемах на градообразующем предприятии, в дополнение

к названию источника скажите, что оно – градообразующее и формирует столько-то процентов городского бюджета. Тогда читатели будут в большей степени понимать, почему им стоит прочитать эту статью. Если же вы просто даете название предприятия, к примеру, ООО «Сигнал», то не очень продвинутому читателю будет трудно понять, что имеется в виду – серьезный завод или какой-нибудь киоск, объявивший себя магазином.

Иногда это – всего 3-5 слов:

Газпром, **ведущий мировой производитель газа.**

Иногда – вставка в предложение:

Газ с месторождения Шах Дениз – **одного из самых больших в Азербайджане** – с нетерпением ожидается и в Азербайджане, и в Грузии.

Читайте больше о том, как использовать характеристики источников, мест и других объектов в главе 9.

2.3.3. ОНА ЗАЯВИЛА, ОН ПРИЗНАЛСЯ. НО ПЫТАЛИ ЛИ ЕГО?

Ссылочные глаголы должны быть корректными и правдивыми: Если человек сообщил вам сведения в ответе на ваши вопросы и не делал при этом никаких заявлений, несправедливо писать, что «Иванов заявил». А ведь ссылочными глаголами «заявил» злоупотребляют практически все газеты. Иногда это читается примерно так: «мама заявила, что она уходит на работу».

Гораздо корректнее выбирать нейтральный способ ссылки – их можно пересчитать по пальцам: **«по словам Иванова», «Иванов сказал/сообщил/добавил».** Такие слова **не несут никакой дополнительной смысловой нагрузки** и не отвлекают от смысла сказанного.

Иногда журналисты используют слово **«рассказал».** Но этот способ более подходит для пространных очерков, а не для ссылки на источник, от которого в статье приведено всего одна-две фразы.

Далеко не всем источникам понравится, если вы скажете о них, что они **«пожаловались».** Хотя если вам **действительно жаловались,** то этот способ ссылки вполне корректен.

Гораздо реже следует применять другие способы ссылки – только в тех случаях, если Иванов на самом деле **уточнил/пояснил/заметил/отметил.** Никогда не пишите «особо остановился на...» или «особо отметил», если этого можно избежать. **Такие ссылки – элемент не журналистских текстов, а официальных отчетов.**

Не рекомендуется использовать такой способ ссылки как **«признался»** – ведь вы же не пытали свой источник. Хотя если из

контекста будет следовать, что разговор с источником был напряженным, и вам удалось его «раскрутить» – то такой способ можно применить.

Не стоит разнообразить способы ссылки как самоцель, например, «резюмировал», «отметил», «заклучил». В западной прессе вообще используют практически только один способ ссылки – «сказал». Причем, читатели настолько привыкли к этому слову, что его просто не замечают, как люди не замечают привычные глазу вещи, обращая внимание только на фамилию и имя источника.

При необходимости в новостных очерках или при написании статей типа «новостной анализ» можно использовать нейтральные ссылки, например: Иванов «посетовал». В некоторых случаях, но только если это действительно было так и это помогает описать картину действия, используются другие способы ссылок, например: «**Со слезами на глазах, срывающимся голосом Иванова описала картину, которую она увидела, войдя в квартиру соседки...**», или «**Как печально пошутил один из директоров, скоро в школах только туалеты останутся бесплатными**».

Такие способы ссылок как, например, «**Иванов полагает**» или «**Иванов считает**», применяются при обсуждении новости экспертами. А ссылка «**Иванов утверждает**» имеет оттенок сомнения журналиста в том, что сказал этот источник, то есть это – элемент субъективизма и собственного оценочного суждения журналиста, которого следует избегать. Однако если вам необходимо привести оспариваемый в статье факт, то слово «утверждает» может быть к месту.

Имейте также в виду, что в новостях ссылки обычно даются в прошедшем времени – «сказал», а не «говорит», поскольку в основном описываются события, которые уже произошли и закончились. Радио- и телевизионные репортажи в этом смысле более сиюминутные, и в них источники именно «говорят», а не «сказали».

Вот пример, когда журналист неправильно описывает способ получения информации:

В среду начальник коммунального хозяйства Виктор Берко по телефону ответил «ГЧ», что кроме жильцов перерасчет будет сделан еще и арендаторам коммунальной собственности. Остальные вопросы, а именно: «сколько домов в городе и районе не имеют приборов учета тепла и какова общая сумма, которую жители должны уплатить за отопление за январь и февраль» Виктор Николаевич не пожелал выслушать и бросил трубку.

Проблема такой ссылки в том, что журналист не может знать, что там произошло. Он там не был и этого не видел. Теоретически у Берко мог произойти приступ аппендицита, мог быть обрыв на линии, у старого телефона могла отвалиться трубка, к нему мог войти его начальник из администрации города и срочно вызвать его на

совещание. Могла вбежать его жена и сообщить, что похитили дочь, мог обвалиться потолок... продолжите сами...

Журналист не имеет права на догадки и предположения. Он должен сообщать только факты. Факт – в трубке раздались короткие гудки. Вот это и пишите:

Остальные вопросы, а именно: сколько домов в городе и районе не имеют приборов учета тепла и какова общая сумма, которую жители должны уплатить за отопление за январь и февраль, задать не удалось, потому что в трубке раздались короткие гудки.

2.4.3. ОБСТОЯТЕЛЬСТВА ПОЛУЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ.

Обстоятельства, при которых была получена информация, часто бывают важны для того, чтобы убедиться в ее достоверности. Читатели по умолчанию предполагают, что вы получили информацию в личном интервью. В больших городах нормой является получение информации по телефону, и в этом случае журналисты, обычно, тоже не ссылаются на обстоятельства получения информации. В этих двух простых случаях могут быть исключения для источников, которые не живут в вашем городе, и интервью с ними было специально организовано в то время, когда они находились в вашем городе. В этом случае способ получения информации нужно указать. Указывать способ получения информации надо и в случае ссылок на известную, популярную или очень важную персону. Обычно в этом случае пишут: «сказал/сказала в интервью такому-то СМИ».

Во всех же остальных случаях читателю должно быть совершенно ясно, как именно вы получили информацию – **получили по факсу, телефону, электронной почте, взяли из другой газеты, из теле новостей, сами записали на митинге или пресс-конференции, сняли с Интернет-ресурса или взяли сообщение из лент информационных агентств, на которые подписана газета.**

Взяв информацию из вторичных источников, вы никогда не можете быть уверены, что это – 100-процентная правда. Доверять можно только себе. Поэтому, если вы ссылаетесь, например, на слова губернатора или президента и не даете обстоятельств получения этой информации, ваши читатели могут справедливо усомниться, что вам эту информацию дали лично.

Профессиональные журналисты настолько точны и педантичны в указании обстоятельств получения информации, что иногда идут дальше ссылки на то, что получение информации связано с выступлением на пресс-конференции. Приведу такой пример из сообщения агентства Associated Press:

(AP, 11 апреля 2006) – Президент Буш сказал в понедельник, что он рассекретил предвоенную разведывательную информацию по Ираку 2003 года, чтобы возразить критикам, считающим, что его администрация преувеличила ядерную угрозу Саддама Хусейна.

«Я хотел, чтобы люди увидели правду, и думал, что то, что люди увидят правду, будет иметь смысл», – сказал Буш, появившись в Школе продвинутой международной политики Пола Нитце университета Джона Хопкинса.

«Вы не имеете права говорить о секретной информации, и поэтому я ее рассекретил», – сказал он во время проведения сессии вопросов и ответов после речи об Ираке. – Я думал, людям важно лучше понять, почему я говорю то, что говорю в своих выступлениях».

Видите, как журналист разделил то, что было сказано в речи президента на пресс-конференции и в последующих ответах на вопросы журналистов. Зачем? Чтобы те, кто будут читать текст выступления Буша полностью, не заподозрили журналиста в фабрикации того, чего в этом тексте нет. Помните – вы должны дать столько деталей об источнике и способе, которым была получена информация, чтобы у читателя не возникло никаких вопросов.

Ссылаясь на слова человека, живущего или находящегося в далеком регионе или в другой стране, следует указать, что информация получена по телефону, электронной почте. Например, в новости, опубликованной в Канаде, цитируется британский эксперт и обстоятельства описываются так: **«сказал по телефону из своего дома в Глазго».**

Ссылаетесь ли вы на телепрограмму, агентство или другую газету, читатель должен иметь возможность перепроверить любую информацию. Именно это **право читателя – убедиться, что сообщенная информация правдива,** – должны уважать журналисты, если они хотят, чтобы им доверяли.

Конечно, не всегда такая перепроверка возможна, особенно, если используется анонимная информация. Но читатель и в этом случае должен знать, что источник – аноним, и, соответственно решать вопрос о степени доверия этой информации.

Это же требование прозрачности относится и к документам. Следует сообщить читателю, каким образом вы получили тот или иной документ, на который вы ссылаетесь.

Например:

Эти документы были / распространены на пресс-конференции / присланы в редакцию в конверте без обратного адреса / принесены анонимным курьером / предоставлены редакции правозащитной организацией «Human Rights Watch» / предоставлены человеком, который назвал себя Иваном Петровым.

В крайнем случае, если документ вам был предоставлен источником на условиях анонимности, можно сказать о нем так: «Документ, имеющийся в распоряжении такой-то газеты».

Но, давая информацию об обстоятельствах ее получения, нельзя перебарщивать. Приведу один пример из статьи о том, что в Бобруйске начал вещание городской телеканал «Березина», у которого есть проблемы с использованием собственного передатчика:

«Мы пока не вправе задействовать собственный телепередатчик, способный распространять сигнал на весь Бобруйск, так как частота, на которой будут транслироваться телепередачи, до сих пор не определена», – сказал в беседе с корреспондентами «Вечернего Бобруйска» директор телеканала «Березина» Геннадий Кульбаков.

Даже если там зачем-то брать интервью у Кульбакова пошли несколько корреспондентов «ВБ» (хотя причина этого совершенно непонятна), то об этом нашествии говорить не стоит именно потому, что для этого не было никаких причин. Для ссылки – если, на самом деле, газета хочет подчеркнуть эксклюзивность этой информации – достаточно написать **«сказал «ВБ»**.

Теперь подробнее рассмотрим информацию, поступающую в редакцию с помощью современных средств связи. Наверно, нет журналистов, которые могут написать статью, просто поговорив с кем-то, кого они никогда не видели и не слышали ранее, по телефону. Они проверят и реальность позвонившего источника, и саму информацию. Но, почему-то, до сих пор у журналистов сохраняется высокое доверие к информации, пришедшей по факсу, электронной почте или взятой в Интернете. Легко подделать и факс. **На одном из семинаров мне рассказали, как в Новосибирске кто-то пошутил, отправив в редакции газет по факсу информацию о продаже одной из станций метро. Представьте себе, что некоторые СМИ ее опубликовали без проверки.**

Иногда бывает так, что, не дав источник и честно не объяснив обстоятельства появления информации у редакции ни в лиде, ни ниже в тексте, журналист превращает ложь в факт. Приведу пример одного из таких случаев. В «Новой Газете» 28 января 2004 года, а следом и в нескольких других газетах, появились статьи, которые ссылались на письмо американских конгрессменов относительно известного российского политика Сергея Кириенко. Приведу одну из таких публикаций:

(The Moscow Times, 29 января 2004) – Пять американских конгрессменов попросили госсекретаря США Колина Пауэлла расследовать, обратился ли бывший премьер-министр России Сергей Кириенко за видом на жительство в США и играл ли он роль в исчезновении многомиллиардного займа МВФ во время своей работы в правительстве.

Ссылка на источник не была приведена ни в «Новой Газете», ни в The Moscow Times. В следующем абзаце в The Moscow Times шло опровержение этой информации от Кириенко, который назвал сообщение «Новой Газеты» «наглой ложью». Затем цитировались вы-

держки из этого письма, которые завершались ссылкой на «письмо, копия которого была получена The Moscow Times».

Ни «Новая Газета», ни The Moscow Times **не сослались на обстоятельства получения этого письма**. Кто им дал это письмо? Сенаторы прислали? Читателям этого не объяснили. Читатели не могут ни проверить эту информацию, ни сориентироваться в надежности ее происхождения. Ведь если это письмо пришло в редакцию в конверте без обратного адреса или было принесено неизвестным человеком, который отказался представиться, это – одно. Если оно было предоставлено пресс-секретарем одного из конгрессменов – это другое, если его дал журналистам «надежный источник» – это третье. В этом конкретном случае отсутствие ссылки на обстоятельства информации свидетельствовало о том, что **журналисты плохо сделали свою работу**.

К тому же, «Новая газета» даже не сообщила, пыталась ли она проверить истинность этой информации.

Журналист The Moscow Times сделал несколько звонков вечером в понедельник, 28 января, с целью удостовериться в истинности письма. В тексте этой статьи говорится, что ни один из конгрессменов не был доступен для комментариев, и что пресс-секретарь Госдепартамента отказался от комментариев, сказав, что письма там нет, но что об этом письме знают из публикаций в России. **Остается загадкой, почему этот журналист не утроил усилия в поисках оригинала**.

Таким образом, обе газеты фактически **поставили под удар свою репутацию. И обе проиграли**. Вечером 29 января РИА «Новости» распространило текст, в котором Госдепартамент США назвал это письмо подделкой и подтвердил, что это письмо в Госдепартамент не поступало.

Агентство lenta.ru передало:

Первыми о фальсификации заявили сами конгрессмены, якобы написавшие письмо Пауэллу. В понедельник вечером, в редакцию агентства РИА «Новости» поступило сообщение из офиса конгрессмена Чарльза Норвуда, который значится одним из пяти авторов письма. Норвуд заявил, что письмо является фальшивкой, а подписи под ним сфабрикованы. Радиостанция «Эхо Москвы» сообщила, что с аналогичным опровержением выступили еще три конгрессмена, которые якобы подписали письмо.

Так откуда все-таки газеты взяли это фальшивое письмо и почему они не сослались на источник получения информации?

Lenta.ru сообщила также, что **письмо было впервые опубликовано на сайте неправительственного (обратите внимание – неофициального!) Американского совета по обороне (American Defence Council)**. Однако ни одна из газет об этом по каким-то причинам не сообщила, так же как и не проверила истинность

ЭТОГО ПИСЬМА, по-видимому, посчитав этот сайт достаточно веским источником, который не мог опубликовать фальшивку.

Как видно из последствий, смог. Это письмо исчезло с сайта сразу же после российских публикаций. Ответственность за изготовление фальшивки, как сообщила «Новая Газета», позже взяло на себя издание eXile, которое называет себя альтернативной газетой, издающейся в Москве. Главный редактор eXile Марк Эймс отправил «письмо конгрессменов» American Defence Council. Ее представители попались на провокацию и 4 июня разместили письмо на своем сайте.

Далее произошло вот что: **Кириенко обвинил редактора «Новой газеты» Дмитрия Муратова и журналиста Георгия Рожнова, написавшего статью, в умышленном нарушении закона «О средствах массовой информации» и пренебрежении обязанностью проверять достоверность сообщаемой информации. Он подал в суд, выиграл его и в конце декабря 2004 года «Новая Газета» опубликовала опровержение.**

Этот пример, конечно, экстремальный. Но имейте в виду, что людей, которые хотят посредством одурачивания газет решить какие-то свои вопросы, предостаточно.

Например, целью может быть получение известности, или, как это сейчас часто называют, «паблисити». Как-то новое петербургское рекламное агентство «Промако» разослало в Москве фальшивое объявление об открытии нового несуществующего магазина, а потом собрало журналистов на пресс-конференцию и объявило, сколько какие газеты потребовали у них за публикацию этого «заказного» материала. Был большой шум и недовольство газет, но свою задачу «Промако» выполнило – имя фирмы стало известным и многие посчитали эту фирму борцом за этическую чистоту прессы.

Поэтому, лишний раз, проверка информации, полученной необычным путем, и, вдобавок, сообщение читателям обстоятельств ее получения страхует журналиста от неумышленной фальсификации фактов.

Представим, что в случае с Кириенко обе московские газеты не ухватились за сенсацию-письмо, а честно сделали свою работу и, для начала, проверили сам источник информации, связавшись с владельцами вебсайта неправительственной американской организации и, обязательно, с Кириенко.

В редакции веб-сайта им сказали бы, что они получили письмо конгрессменов, к примеру, по почте. Это уже должно насторожить. Письмо адресовано в Госдепартамент. Как оно могло попасть в обычную рассылку по почте?

Значит, следующий обязательный шаг – проверка у самих конгрессменов и Госдепартамента. Итог работы – сомнение. Конгресс-

менов нет на месте. В Госдепартаменте говорят, что такого письма у них не зарегистрировано. Как же об этом писать? Да лучше никак не писать, пока не будет получено подтверждения от конгрессменов, хотя бы от одного. В любом случае, задержка публикации на один день для проверки – меньшая проблема, чем выпуск в свет ложных обвинений. Но если редактор давит – писать надо, как есть – честно и прямо, и подробно объяснить обстоятельства получения информации. Примерно так:

Сообщение одного из американских веб-сайтов о том, что Кириенко обращался за видом на жительство в Госдепартамент США – провокация, сказал в понедельник пресс-секретарь представителя президента в Поволжье Сергей Кириенко.

На прошлой неделе на веб-сайте американской неправительственной организации «Совет Обороны» (Defence Council) было размещено письмо, якобы подписанное пятью американскими конгрессменами, в котором они просят Госдепартамент выяснить, обратился ли бывший премьер-министра России Сергей Кириенко за видом на жительство в США. Однако происхождение письма сомнительно.

В понедельник владельцы сайта американской неправительственной организации, на которой было размещено это письмо, сказали, что оно пришло по почте. В Госдепартаменте сообщили, что письмо, датированное 4-м июня, им не поступало. Американские конгрессмены в понедельник не были доступны для комментариев. В интервью по телефону из Нижнего Новгорода пресс-секретарь Кириенко Сергей Новиков назвал письмо «провокацией, направленной на дискредитацию представителя президента».

Как, по-вашему, после такой новости, обратился бы Кириенко в суд? Собственно, тут и длинную новость писать не о чем, было бы достаточно ограничиться короткой заметкой на эту тему, которая бы показала, что ваша газета не пропустила и не проигнорировала то, о чем – без проверки, без основания и с риском судебного иска о клевете – кричат другие газеты.

2.3.4. ССЫЛКА НА ОБСТОЯТЕЛЬСТВА ПРОВЕДЕНИЯ ОПРОСОВ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ.

Если в статье приводятся результаты опросов, не забывайте упоминать обстоятельства опросов – по телефону, на улице, в каком количестве регионов был проведен опрос, сколько человек опрошено, как были сформулированы вопросы (открытые или закрытые) и пр. Разные методы опросов могут дать принципиально разные результаты.

Например, при открытых вопросах – когда человек должен назвать какие-то фамилии, всегда получаются другие ответы, чем при за-

крытых вопросах – когда человек выбирает фамилии из предложенного списка. Человек ведь всегда может предложить фамилию, не включенную в список.

Также всегда надо сообщать читателю, если опрос был интерактивный, то есть ведущий конкретной теле- или радиопрограммы обращался к своей аудитории. Ведь у каждой программы – своя аудитория, которая не является репрезентативной для всего населения страны и не может отражать взгляды всего спектра населения. К примеру, на телепередаче «Суд времени» Николая Сванидзе часто мнение российской аудитории и мнение московской студии кардинально не совпадают. Например, в обсуждении темы «Перестройка: выход из тупика или путь к катастрофе» российская аудитория проголосовала 7% против 93%, а аудитория московской студии – 54% против 46%.

2.3.5. МАНИПУЛЯЦИИ ССЫЛКАМИ. КНИГА СТИЛЯ.

В газете должна быть специальная Книга стиля. В этой Книге должно быть сказано, каким образом в вашей газете, для обеспечения единого подхода, должны делаться ссылки, писаться цифры (например, до десяти – буквами, а цифры более 10 включительно – цифрами), цитироваться иностранные имена, делаться вставки в цитаты (например, в квадратных скобках), излагаться другая информация. В англоязычном газетном мире принято два вида ссылок. В американских газетах, **при первом упоминании в статье, в большинстве газет следует имя, фамилия и должность источника.**

В газетах, где принята британская система, первое упоминание идет такое же, как в американских газетах, причем в некоторых газетах еще упоминается и возраст источника, даже членов королевской семьи. При втором упоминании в газетах британской системы имя предваряется словами Mr (Mister, или господин) – для мужчин, Mrs (Missis, или госпожа) – для замужних, разведенных и вдов, Miss, что означает незамужнюю женщину независимо от возраста. Журналист вынужден спрашивать женщин, как они предпочитают, чтобы их назвали в газете. Но некоторые женщины предпочитают быть названы Ms – что не имеет полной формы и означает просто принадлежность к женскому полу.

Иногда, если источник процитирован в начале и конце статьи, или просто с большим интервалом, и у вас есть основание полагать, что читатели могли забыть, кто это, следует **напомнить должность – например, председатель профкома Иванов.**

Российский вариант британского стиля – господин и госпожа, или г-н и г-жа – применяется в некоторых газетах как вариант второго и последующих упоминаний источника, например, в газете «Коммерсант». Применяется и американский вариант, например, в газете

«Ведомости». **Какой вариант выберет газета в качестве своего стиля – это дело газеты.** Но стиль должен присутствовать для того, чтобы газета выглядела профессиональной, а читатели не были вынуждены вместо того, чтобы сосредоточиться на чтении, искать, что же это за такой Иван Иванович, на которого журналист сослался между заместителем министра и господином Трюфелевым, и не один ли это и тот же источник.

Кстати, сокращенный вариант ссылки – по фамилии, начиная со второго упоминания – позволяет экономить место в газете. Не стоит считать, что упоминание по фамилии неуважительно – если все источники упоминаются одинаково, то это и является свидетельством одинакового и справедливого отношения ко всем этим источникам. Исключением могут быть дети, ссылаться на которых можно по именам при достижении ими какого-то конкретного возраста. Это должно быть оговорено в Книге стиля.

Если человек в прошлом имел солидную должность, из-за которой его и привлекли в качестве эксперта, то именно эту должность и упоминают первой – например, последний премьер-министр СССР Николай Рыжков. При втором упоминании говорят его нынешнее положение – например, Рыжков, ныне пенсионер. **А затем по тексту называют его просто Рыжковым без всяких дополнений и первого имени¹⁵.** Запутаться при ссылке на фамилию невозможно. Но к такой системе ссылок надо привыкнуть и приучить читателей.

Иногда разнообразие ссылок путает читателя. А иногда такими манипуляциями журналисты пытаются создать видимость обилия источников. Например, в первый раз ссылка идет на Нину Ивановну Иванову, председателя исполкома, в другой раз на председателя исполкома, третий раз – на Нину Иванову, четвертый – на госпожу Иванову. Такое «разнообразие» только сбивает читателя с толку.

2.4. «ИСТОЧНИКИ РАССТРЕЛЯНЫ. КАК МНЕ ТЕПЕРЬ ЖИТЬ?». АНОНИМЫ И ЖУРНАЛИСТСКАЯ ПРАВДА.

Иногда только обещание анонимности может помочь развязать язык источнику. Некоторые газеты вообще не используют анонимные источники. Но анонимная информация бывает разной – иногда она лучше полного отсутствия информации, а иногда ее просто нельзя использовать, из-за риска получить судебный иск за клевету. В США

¹⁵ Конечно, если в том же тексте вы не пишете о Владимире Рыжкове. Если оба однофамильца находятся в одной новости, то добавлять имя обязательно. То же относится и к членам семьи одного пола в случае, если у них одна фамилия.

в 2005 году прессинг властей на журналистов выдать источники анонимной информации был настолько высок, что двое журналистов газеты The New York Times должны были сесть в тюрьму. Но, одному из них, его источник разрешил обнародовать свое имя, а другая – Джудит Миллер – провела несколько месяцев в тюрьме, пока ее источник, высокопоставленный чиновник администрации президента США, также не согласился на опубликование своего имени.

Информация из анонимного источника обычно принимается к сведению только как одна из возможных версий. Поэтому, всегда необходимо взвешивать, стоит ли информация того риска, на который идете и вы, и источник, и можете ли вы перепроверить эту информацию из другого источника, или документов, или, по возможности, пойти лично, посмотреть или проверить. Используйте анонимные источники только в крайних случаях и только если вы доверяете этому человеку, и не можете другим способом получить информацию.

В любом случае, получив анонимную информацию, вы обязаны ее проверить у других источников. Возможно, другой источник согласится ее озвучить. И, в любом случае, следует обратиться к соответствующему официальному лицу и попросить прокомментировать эту анонимную информацию.

Всегда помните, что **опубликование имени источника может нанести человеку непоправимый ущерб.** Его не только могут уволить. Вы можете создать ему опасность для жизни. Вы потеряете этот источник и, наверняка, многие другие, которые перестанут вам доверять, навсегда. Всегда спрашивайте человека, который сообщил вам информацию «не для публикации», что он имеет в виду – можете ли вы опубликовать эту информацию без ссылки на него или же он является единственным носителем этой информации и ее **опубликование неотвратимо укажет на этого человека.** Так же следует относиться и к именам жертв преступлений. Надо хорошо подумать о степени идентификации этих людей. Во многих странах опубликование их имен или иная их идентификация запрещены.

Например, в мае 2006 года в Новой Зеландии судом на 1000 долларов был оштрафован главный редактор одной из газет за то, что в ней появилась статья о женщине-священнике, которая подала в суд на бывшего заключенного. Этот человек, которого женщина и ее семья пригласили пожить вместе с ними, в надежде на его исправление, изнасиловал ее. В газете не было указано имя этой женщины, но в городе, где это произошло – всего одна женщина-священник.

Если приводятся комментарии, иногда достаточно указать имя человека и дать небольшую справочную информацию о том, почему невозможно опубликовать его фамилию. Например, в публикации о том, как проходили похороны бывшего президента

Югославии Слободана Милошевича в Белграде, имени источника не приводится, но из сопровождающей информации ясно, почему это сделано:

(New York Times, 19 марта 2006) – Я не могу поверить в то, что здесь происходит, – сказала Ива, 41 год, которая отказалась сообщить свое имя, потому что она выступила против Милошевича в его родном городе в день его похорон. – Это похоже на коллективную потерю памяти».

Еще один пример из публикации об осуждении двух бывших полицейских Нью-Йорка за их связь с мафией. Журналист цитирует члена коллегии присяжных, которые заседали 11 часов прежде, чем вынести обвинительный приговор:

(The New York Times, 7 апреля 2006) – «У нас не было сомнений, что они виновны», – сказал судья № 12, – чиновник в области строительства из Лонг-Айленда, примерно 50-ти лет, который говорил на условиях анонимности, потому что не хотел, чтобы люди знали, чем он занимался весь последний месяц.

После скандала в The New York Times с фальсификатором и плагиатором Джейсоном Блейром, эта газета ужесточила требования к использованию анонимных источников.

Если раньше журналистам разрешалось держать имена анонимов в тайне, то теперь они должны сообщить имя анонима как минимум одному из редакторов газеты¹⁶. **Кроме того, журналист теперь не имеет права давать гарантию анонимности просто потому, что аноним ее требует, без достаточного основания. Газета заняла более активную позицию и теперь именно она решает, достаточно ли оснований имеет источник для того, чтобы предоставить ему гарантии анонимности.**

В одной из публикаций о перемещении 50-тысячного войскового контингента США из Германии в Южную Корею была такая фраза:

«Это перемещение, которое будет закончено к 2008 году, было описано двумя чиновниками Пентагона, которые выполняли этот проект. Им была предоставлена анонимность для того, чтобы они могли рассказать об изменениях прежде, чем эта информация будет объявлена официально в конце этой недели».

¹⁶ Ombudsman, или «общественный редактор» – должность, введенная западными газетами сравнительно недавно. Такие редакторы являются представителями и защитниками интересов читателей в газетах, отвечают на вопросы и жалобы читателей и ведут свою колонку, где поднимают вопросы качества журналистики в собственном СМИ. Несмотря на то, что зарплату омбудсмены получают в своих газетах, иногда они выступают с очень резкой критикой в адрес публикаций. Хотя это и кажется на первый взгляд противоестественным, в конечном итоге, таким образом показано, что газета заботится, в первую очередь, об интересах читателей.

Байрон Келейм, в то время общественный редактор газеты¹⁶, написал в одной из своих колонок, что он согласен с такой формулировкой предоставления анонимности, потому что в ней газета сообщает читателям, что это именно она, газета, решила, что эти два чиновника достойны анонимности.

Приведу экстремальный пример, когда анонимность не помогла: зимой 2001 года известный журналист «Новой Газеты» Анна Политковская писала репортажи из Веденского района Чечни. Местные жители сообщили ей, что военные задерживают их без всяких на то причин и по несколько дней держат в ямах с водой, вымогая выкуп. Ей удалось проникнуть на территорию части и увидеть эти ямы. Затем ее задержали, а командир части, который показал ей эти ямы, отказался от своих слов. Когда в часть прибыли российские и международные правозащитники для проверки, командир их обманул, сказав, что показал журналистке ямы для танков. Эти ямы там были на самом деле, только расположены они были в другом месте этой военной части. Все газеты мира писали об этом случае. Но в апреле того же года многие из тех, о ком писала Анна Политковская, ссылаясь на них только по именам, были похищены, и часть – расстреляна этими военными. Проблема в том, что в небольших чеченских селах не составляет труда идентифицировать человека по имени, или даже по тому, о чем и о ком он говорил. Даже если бы имена были заменены на вымышленные, этих людей все равно бы вычислили.

Политковская написала в номере НГ №45:

«**И вот** сегодня – беда. Нет на свете тех, кто открыто, плюнув на последствия, решился говорить тогда со мной – ну нет их на свете... Исчезли. Расстреляны. Трупы выкуплены... Как мне теперь жить?»¹⁷

Еще одним примером печального исхода после использования анонимной информации является скандал, разразившийся летом 2003 года в Великобритании. Эксперт британского министерства обороны Дэвид Келли сообщил секретную, но общественно важную информацию журналисту ВВС Эндрю Гиллигану на условиях анонимности – о том, что при подготовке доклада, после которого парламентом Великобритании было одобрено участие страны в войне в Ираке, некоторые основополагающие факты были преувеличены.

¹⁷ Анна Политковская прожила не так долго после этой публикации. В документальном фильме «Голубь Чечни» о деятельности чеченских правозащитников она сказала: «Я не знаю, почему я до сих пор жива». Ее слова были пророческими. Политковская была убита 7 октября 2007 года в подъезде собственного дома. Хотя исполнители убийства были установлены, причины этого заказа на убийство до сих пор не ясны.

Келли очень быстро вычислили в министерстве и обнародовали его имя. Он совершил самоубийство, оставив записку о том, что не вынес слишком высокого давления. Гиллигана уволили, несколько месяцев в Великобритании велось расследование этого скандала, после чего на BBC, так же, как и в The New York Times, ужесточили требования к использованию анонимных источников.

Поэтому, чтобы вам, не дай Бог, не стать ответственными за чью-то жизнь, относитесь к источникам очень осторожно. Располагайте своей жизнью – но не чужой.

Остерегайтесь давать любые подробности, которые могут идентифицировать ваш анонимный источник. **Если у вас есть основание не доверять редактору, не сообщайте имя анонимного источника. Если вы гарантировали источнику полную анонимность, выполняйте свое обещание.** Такая ссылка, как «сказал пенсионер местного предприятия, который попросил не использовать свое имя для публикации, опасаясь преследования», вполне достаточна для того, чтобы читатель понял, какого рода источник информации ему предлагается.

Кстати, «не захотел сообщить свое имя» и другой вариант – «говорил на условиях анонимности» (или «попросил не использовать свое имя») – разные вещи. Второй вариант используется тогда, когда журналист знает имя этого источника, но обязался защищать его. Так обычно ссылаются на постоянные источники, которые дают журналистам идеи для статей. Первый же вариант – **когда журналист не знает, с кем он разговаривал для публикации, использовать нельзя. Мало ли что может вам наговорить человек, который понимает, что он не несет никакой ответственности.**

Кстати, иногда журналисты идут на поводу у источников и предоставляют им анонимность без достаточного основания. Мне иногда удавалось уговорить тех, которые пытались **прикрыться анонимностью, чтобы они позволили использовать свое имя.** Для этого помогают уговоры и убеждения в том, что имя источника – а это, в основном, чиновники – **придаст весомость и авторитетность информации, которая очень важна для читателей, и будет работать на общественный имидж источника.** Если это не удавалось, то я присылала источнику информации его цитату или информацию, а также отрывок текста новости до и после*, чтобы был виден контекст, в котором эта информация подается. Затем опять убеждала, что важная информация со ссылкой на анонимный источник вызовет гораздо меньший резонанс, чем информация со ссылкой на его имя (тут я всячески превозносила достоинства источника).

* В газетах, где я работала, практика согласовывания полных текстов статей запрещена, но цитаты и цифры перепроверять можно и нужно.

Всегда помните, что **доверие анонимам – меньше, чем названным в статье по именам компетентным источникам, но без анонимов многое, что серьезно повлияло на современную историю, включая Уотергейт, не стало бы возможным.**

Доверие официальным источникам, естественно, больше, но все будет зависеть от компетентности конкретного источника: кому-то люди будут доверять, кому-то не будут, а на кого-то сделают поправку. Но **ваша задача – дать людям выбор и свободу, доверять или не доверять, а не промывать им мозги информацией без источника, которая претендует на истину в последней инстанции.** В этом случае вы и ваша газета автоматически становитесь источником этой информации, а информация превращается в факт.

Но если это – неправда? Зачем вам брать на себя эту ответственность? Когда вы даете ссылку на источник, вы перекладываете ответственность на этот источник.

Однако в последнем случае всегда помните, что газета все равно несет ответственность за напечатанную информацию. И если вы подтвердили источником ложь или клевету, газета будет отвечать по закону, если на нее будет подан иск.

Именно поэтому **требуется проверять информацию, идущую от анонимных источников, обычно как минимум двумя другими независимыми друг от друга источниками.**

И уж вовсе не давайте как анонимную безобидную информацию, которая не несет в себе никакой внутренней противоречивости и не повлечет никакой ответственности.

Например, такая цитата как: **«Да, это на самом деле хорошая спортивная машина»** в статье о выпуске новой спортивной машины не может идти от анонимного источника, потому что в ней нет ничего особенного¹⁸. Если вам отказываются сообщить имя, просто спросите другого человека. Только попробуйте получить более интересную цитату – хотя бы спросите, в чем он видит преимущества новой машины.

Но, вообще, информацию от анонимных источников трудно переоценить. Анонимные источники – **это «кровь, которая дает нам жизнь»**. Так их назвал журналист американской телекомпании NBC Роберт Хагер, который проработал в ней 35 лет.

«Заботьтесь о них. Звоните им. Навещайте их. И никогда не предавайте их! Защищайте их анонимность даже в обычных разговорах, – сказал он в интервью, размещенном на веб-сайте американского института повыше-

¹⁸ Читайте о правилах цитирования в главе 10.

ния квалификации работающих журналистов www.poynter.org, – И помните – лучшие анонимные источники – это часто обычные честные работники, глубоко зарытые в бюрократических структурах – это они знают, где находится настоящая информация, а не их боссы наверху. Самая жесткая ситуация с такими источниками – это когда Вы должны, исходя из профессиональной честности, сделать материал, который явно не понравится этому источнику. Практически все, что Вы можете сделать в этой ситуации – это предупредить его и попытаться объяснить, что то, что Вы собираетесь сделать – правильно».

2.4.1. СПОСОБЫ ССЫЛОК НА АНОНИМОВ.

Надежность и компетентность анонимных источников определяется их близостью к тому, что они сообщают или комментируют.

ПОМНИТЕ ГЛАВНОЕ: «источник в министерстве» может быть уборщицей, поэтому нужно дать такому источнику описание, которое убедит читателя, что информация надежна. А «сказали в министерстве» или «сообщили в компании» тоже внушает подозрение читателю в том, что журналист получил информацию от случайного источника.

Часто, даже должность (например, «руководитель отдела» без указания названия отдела) придает информации весомость, но руководитель отдела не обязательно имеет прямое отношение к тому, что вы у него узнаете. Вам же нужно убедить читателя, что информации стоит доверять.

КАК ССЫЛАТЬСЯ И СТЕПЕНИ НАДЕЖНОСТИ ИНФОРМАЦИИ:

1. «Источник, знакомый с ситуацией»,

«источник, знакомый с результатами следствия»,

«очевидец происшествия, который не захотел сообщить свое имя из-за боязни преследования».

Так пишут, если более конкретная ссылка может выдать источник, но этот вариант ссылки, хоть и часто применяется – наименее серьезный и достоверный в глазах читателей.

При такой ссылке речь идет обычно об очень большой группе людей и источник идентифицировать трудно. Такая ссылка – значительно лучше, чем популярная ссылка типа «источник в правоохранительных органах» или «источник в нефтяной отрасли», потому что «источник в правоохранительных органах» может быть ночным дежурным, который ничего не знает, а «источник в нефтяной отрасли» – секретарем-машинисткой, ответившей на звонок или вообще

случайно забредшим в кабинет посетителем. **Описывая источник как «знакомый с ситуацией», журналист, по крайней мере, указывает, что этот источник знает, о чем он говорит.**

2. «Близкий к сделке»,

«близкий к следствию»,

«близкий к дознанию»,

«близкий к происходящим изменениям»,

«близкий к администрации президента» и другие аналогичные.

Так пишут, если можно подобраться чуть ближе к источнику без опасения его выдать. Такой источник обычно чуть более надежен в глазах читателей, чем аноним из первой группы. При такой ссылке речь идет уже о немного меньшей группе людей, и журналист должен принять на себя ответственность, что такая ссылка не выдаст источник.

3. «Источник в руководстве такой-то организации»,

«источник в руководстве министерством»,

«источник в правлении такой-то компании».

Так пишут, если к этой группе принадлежит несколько человек и ссылка не может напрямую указать на конкретного человека. Эти источники обычно выглядят более надежными в глазах читателей, чем источники из первых двух групп (близкие к ситуации или знакомые с ней), потому что указывается их принадлежность к руководству.

4. «Источник в следственной группе»,

«свидетель происшествия»,

«источник в таком-то отделе министерства»,

«источник в отделе маркетинга такой-то компании».

Так ссылаются обычно на тех, у кого не будет проблем после этой публикации. Например, источник по каким-то причинам трудно вычислить, или он не говорит что-то такое, из-за чего у него будут неприятности или проблемы.

5. «Источник в пресс-службе»,

«источник в отделе по связям с общественностью».

Так ссылаются обычно на тех, которые официально уполномо-

мочены работать с прессой, но либо журналист считает нецелесообразным давать имя (например, новость короткая), либо, по каким-то причинам, источник не хочет, чтобы его имя сообщалось, либо у организации такая корпоративная политика – не давать в печать имя пресс-секретаря.

Ссылка на источники всех групп, кроме пятой, не избавляет журналиста от необходимости официально обратиться в пресс-службу или службу организации или компании по внешним связям и добросовестно написать, что там отказались от комментариев (если это так).

6. Особая группа – эксперты. Не ссылаются на имена экспертов обычно только в коротких новостях, либо на экспертные мнения, которые даются контекстом, то есть уже известные точки зрения. При таких ссылках в новостях читатели часто подозревают, что подобным образом журналист маскирует свое мнение.

2.5. ЗДРАВЫЙ СМЫСЛ – НАДЕЖНОЕ ОРУДИЕ В БОРЬБЕ ЗА ТОЧНОСТЬ.

Проверка фактов – это святая обязанность журналиста. Используйте при этом не только здоровый скептицизм, о котором мы уже говорили, но и здравый смысл. Когда собираете информацию, освободитесь от цепей, которые накладывает на вас культура в той части, где от вас требуется слушать старших по возрасту и должности и верить каждому их слову. Сомневайтесь. К сожалению, даже самые компетентные источники могут ошибаться или лгать.

То, что источники, даже высокопоставленные, даже президенты, лгут и манипулируют публикой – в этом нет никакого сомнения. Например, Ричард Никсон лгал о непричастности к Уотергейту, и только скептицизм и настойчивость журналистов помогли отправить его в отставку.

Ваша задача – не сообщать читателям то, что им хотят сказать те, кто старше вас или выше вас по рангу.

МАЛО ЛИ КТО ЧТО ГОВОРИТ!

Ваша задача – сообщить читателям правду. Поэтому воспринимайте любой источник только как источник информации. Перепроверяйте, особенно если произносится ожидаемая информация. К примеру, при падениях самолетов их владельцы первым делом всегда сообщают об их отличном техническом состоянии и

высокой квалификации экипажа. Но так ли это во всех случаях? По статистике на первом месте причин аварий в воздухе стоит человеческий фактор, на втором – проблемы с техническим состоянием самолета.

А если источник говорит то, что не вяжется со здравым смыслом – задайте ему дополнительные вопросы, в том числе «Откуда Вы это знаете?», «Почему Вы так говорите?» и «Как это можно проверить?».

Например, в стране вводятся цифровые географические карты взамен бумажных. На пресс-конференции большой чиновник говорит: **«Цифровые карты, в отличие от обычных, позволяют находить не только границы, но и формы собственности».**

Чушь, думаете вы. А еще взрослый человек! Ну как на карте можно отличить государственную форму собственности от частной? Внутренний голос должен дать вам команду «стоп! нужно проверить». Переспросите, посоветуйтесь с другими экспертами, редактором, коллегами. **Писать бессмыслицу, только потому, что вам ее сообщил большой начальник, не надо. У вас есть большая ответственность перед читателем – сообщать ему правду.** Поэтому пользуйтесь только проверенными фактами и компетентными комментариями.

Правило тут одно: если вы хоть немного сомневаетесь в каком-либо факте – не используйте его. Не додумывайте, не фантазируйте. Так недалеко и до клеветы. Вычеркните сомнительный факт из статьи, если время не терпит и вы не можете перепроверить эту информацию. Ошибок и заблуждений в статьях быть не должно, даже непреднамеренных. Никогда не пытайтесь изложить в статье свои догадки, пока вы их не перепроверили и не подтвердили.

Всегда следуйте железному закону редактирования: сомневаешься и не можешь проверить – выбрось из текста (doubt – cut out).

Еще один пример:

Во фразе: «Врач Кушнир считает, что больше тысячи жителей района будут теперь отрезаны от медицинской помощи, потому что в их районе закрыли больницу», – скорее всего, стоит усомниться, ведь у многих жителей или их соседей, родственников и друзей есть машины и они всегда могут доехать в больницу другого района, дневной стационар, или вызвать врача на дом.

Если вам дают такую информацию, начинайте сомневаться и уточнять сразу. Может быть, имелась в виду срочная медицинская помощь? Может быть, источник имел в виду, что жители практически будут отрезаны? Попросите свой источник уточнить, что имелось в виду. Если вам подтвердят вашу догадку, то, если вам не

дают новую цитату для замены старой, можно добавить уточнение в старую цитату в квадратных скобках¹⁹. Например, наша цитата может выглядеть так:

«**Кушнир считает**, что больше тысячи жителей района будут теперь [практически] отрезаны от медицинской помощи».

Если же вы упустили момент и не задали вопросы на уточнение, то эту цитату использовать нельзя, потому что она будет дезориентировать читателей.

Сомневайтесь не только в фактах. Комментарии тоже могут быть сомнительного качества. Приведу такой пример из довольно сложной новости о том, как иностранная компания-инвестор решила построить модульный супермаркет, в котором стены можно будет легко двигать, в зависимости от желания конкретного арендатора. Однако, частная компания-проектировщик сказала инвестору, что такая свобода стен нарушает законодательство страны. Тогда инвестор решил передать проектирование государственной компании. В статье есть такой комментарий Юрия Москвичева, начальника управления капитального строительства городской администрации, команда которого получила заказ, отнятый у проектировщиков частной компании:

«**Если инвестор** платит деньги – то он имеет полное право получить то, что хочет».

Призываем иметь здравый смысл. Ведь Москвичев, как чиновник, по идее, должен стоять на страже закона, то есть строительных норм. И если строительство супермаркета на самом деле нарушает эти государственные стандарты строительства, то как можно расценить такой комментарий? Не кажется ли вам, что этот человек впал в безумство от счастья, что он получил заказ? А если инвестор захочет там пол из сладкой ваты сделать или дешевую пластмассовую крышу, которая потом рухнет от тяжести снега?

Журналист, получив такой комментарий, должен обязательно копать глубже и выяснять все правовые обстоятельства передвижки стен. Использовать такой комментарий без дополнительных объяснений нельзя. Возможно, изучение вопроса покажет, что эти слова вообще не следует использовать, а новость надо построить на том, что государственные проектировщики сознательно идут на нарушение закона. Мало в стране обвалилось зданий из-за таких горе-чинуш, которые потом, на непонятно откуда взявшиеся деньги строят себе миллионные особняки?

¹⁹ Вставки в цитату для ее уточнения, которые берутся из слов источника, сказанных им в другое время по этому же поводу, рекомендуется давать в квадратных скобках, чтобы отличить сказанное самим источником от уточнений, сделанных журналистом. Такие особенности новостного стиля обычно являются элементами Книги Стиля.

2.6. КАК МЫШИ ВРЕДЯТ НАРОДУ ИЛИ ПРЕУВЕЛИЧЕНИЯ, ПОЛУПРАВДА, ДЕМАГОГИЯ И НЕДОКАЗАННАЯ СЕНСАЦИОННОСТЬ.

«...растет число насекомых и грызунов, из-за чего со всех сторон наносится вред нашему народу».
(фраза из статьи одной из участниц дистанционного тренинга).

Мышиный вред со всех сторон? Это как? К примеру, со стороны стремления народа к свободе и независимости? Построения гражданского общества? Если обобщение не удовлетворяет какой-то разумной совокупности фактов, которые могут его подтвердить, то это – демагогия. А демагогия и новости – вещи несовместимые. В новостях нужна конкретика, доказанная фактами. Например, что мыши или крысы уничтожили посевы зерновых на таком-то количестве гектаров.

Чаще всего, склонностью к сенсациям грешат заголовки. Например, следующий заголовок вызвал гневное письмо в редакцию из-за допущенного в нем преувеличения, хотя все факты в самом тексте были точны и не опровергались:

«В пьяном угаре расстрелял сослуживца»

В новости речь шла о том, что после совместного распития спиртных напитков тремя военнослужащими, один из них выстрелил в другого. Не по злему умыслу, а в результате неосторожного обращения с оружием.

Раненому удалось выжить только благодаря искусству врачей. После этой публикации руководство военной части стало доказывать, что пьяного угара не было, а было состояние легкого опьянения, и «расстрелял» означает, что выстрел был произведен намеренно. В общем, фокус вины военная часть попыталась переложить на редакцию. А ведь можно было дать заголовок с меньшим накалом, к которому было бы трудно придаться, но который также содержал шокирующий элемент, например:

«Пьяный солдат выстрелил в друга»

Чтобы привлечь внимание, в заголовках необязательно преувеличивать. Их можно сделать шокирующими и кричащими и, одновременно, правдивыми. Например, одна слушательница семинара предложила такой заголовок к учебной статье о заболеваемости ВИЧ и смертности от СПИДа в ее области:

«Киллер №4 убил одиннадцать человек»

Такой заголовок характерен, скорее, для таблоидной прессы, но для этой статьи он стал только строгим отражением фактов. Киллером №4 в мире – по крайней мере, на тот момент – был СПИД, который стоял на четвертом месте в качестве причин смерти. И в описываемом

мый слушательницей период от СПИДа в ее области умерло именно 11 человек.

Преувеличения в текстах статей встречаются довольно часто. Например, в одной статье утверждалось, что главный коммунальщик некоего города «натравил» на местную строительную компанию «**всевозможные карательные органы**» и отключил электроэнергию на объектах, на которых эта строительная компания проводила капитальный ремонт.

Что значит «всевозможные карательные органы?» Спецназ? Служба быстрого реагирования? ОМОН? Служба госбезопасности? Наверно, нет, хотя, по функциям, именно эти органы, скорее всего, можно причислить к «карательным». Возможно, имелись в виду налоговые органы? Но они не карательные, да и **почему читатель должен тыкать пальцем в небо, гадая об этом? Задача журналиста – не преувеличивать, а дать людям прямолинейную правдивую информацию.**

Другая статья начиналась так: **в последнее время обострились отношения между водителями автобусов, микроавтобусов и пассажирами.**

Однако в этой статье фактически описывался один-единственный инцидент, в котором два общественника-милиционера пытались проехать бесплатно на маршрутке, пользуясь фальшивыми удостоверениями, изготовленными с ведома их начальника. Никакого обострения отношений между тремя категориями людей не было. **Журналист не должен преувеличивать.**

Также не стоит заниматься **демагогией**, как в следующем примере, из статьи о возбуждении уголовного дела против мэра Курска Сергея Мальцева за покупку новой машины за 2,5 миллиона рублей с нарушениями закона:

И, наконец, вопрос, который более других волнует в этой истории, если не прокуратуру, то жителей города. Откуда у нищего Курска объявилась острая надобность в дороге бронированной иномарке, каких, по утверждению знатоков, нет даже у местной «братвы»? Зачем она городу с угробленными дорогами, холодными квартирами и прочими «радостями», чиновники которого не устают ссылаться на бедность казны при каждом удобном случае? Чего тогда стоят обличительные монологи самого Сергея Ивановича про несправедливо поделенный областной бюджет, от которого Курску досталось лишь на зарплату врачам-учителям да на питание для детсадов? Понятно, что весь областной центр двумя с половиной миллионами не осчастливить, но анемичному здравоохранению или побирающейся культуре они бы лишними не показались.

Не мог Мальцев не понимать, что когда о покупке узнает общественность, оппоненты именно этим и станут его попрекать (и уже попрекают). Но поди ж ты – так, выходит, велико было желание обзавестись шикарной

красавицей (а машина и вправду хороша!), что наплевал мэр даже на собственный политический имидж, который мог быть подпорчен подобным транжирством за год до выборов.

Журналист не попросила комментарии у местных законодателей, не поговорила с местными оппозиционными движениями (которые, как она пишет, «уже попрекают» мэра), профсоюзами, а пытается сама сделать за всех все заключения. Она даже не вышла на улицу и не спросила жителей, что они думают об этом и что их волнует в этой истории. Она каким-то образом и так об этом знает.

А ведь поговори журналист с кем-то из жителей, он, может быть, сказал ей, что очень жаль, что народ российский так терпелив, а то и что-нибудь покрепче. И вот такой глас народа был бы очень хорош для концовки статьи. По крайней мере, в отличие от причитаний журналиста, мнения людей могли бы стимулировать читателей на формирование собственного мнения. Ведь цитируемые люди – такие же, как и они сами, с ними легко себя ассоциировать.

Лучше обходиться без сильных слов и выражений, таких как «тупик», «всегда», «никогда», «банкрот», «сенсация». Употребляемое в переносном смысле слово «война» часто стоит заменять на более мягкое «баталии» или «сражения».

Слово **«впервые»** – тоже очень сомнительное слово, и его надо уточнять – «впервые в нашем городе», «в нынешнем веке». Не стоит писать **«никому не известный»**, потому что кому-то этот человек или организация все равно известны.

Надо очень осторожно и скептически относиться к категоричным высказываниям. Например, если вам говорят, что все американцы любят гамбургеры, а вы знаете одного американца, который их терпеть не может – это значит, что высказывание неправильное, а обобщение нелегитимное.

2.7. ПЛАГИАТ – ЭТО СПИСЫВАНИЕ.

Плагиат, то есть списывание без ссылок на источник, нечестно и недопустимо в работе журналиста, потому что это – воровство чужой работы. В качественных СМИ плагиат считается профессиональной непригодностью и за это увольняют. В последние годы западные организации приобретают специальные компьютерные программы для проверки текстов перед опубликованием. Такими же программами сейчас оснащаются издательства книг и учебные заведения.

История журналистики знает много примеров фальсификаций и плагиата статей, но самым большим скандалом было разоблачение Джейсона Блейра, журналиста газеты «Нью-Йорк Таймс». После его увольнения в мае 2003 года, команда журналистов газеты проверила факты и комментарии во всех его статьях и в десятках нашла не соответствующую действительности информацию или списывание с других источников.

Статью об этом позорном случае читайте в *приложении №4*. После этого в газете появился толстый свод этических требований и введена должность омбудсмена, или народного редактора. Его задача – воевать с газетой на стороне читателей, критиковать ее, требовать исправлять ошибки в статьях, а также добиваться большей прозрачности, честности, объективности и других элементов журналистского профессионализма.

ГЛАВА ТРЕТЬЯ.

Объективность, справедливость и непредвзятость.

В нашу эпоху перемен, проблем и конфликтов, степень приближения информации к правде тем выше, чем более многогранно освещена новость и чем дальше она находится от рекламы и пиара. Объективной называют статью, в которой содержится информация от всех значимых участников новости, представляющих разные стороны, где информация сбалансирована и подана так, что ни один из участников не получает преимущества по сравнению с другими по весомости информации.

Если статья может задеть чьи-то честь и достоинство, или повредить репутации, всегда давайте возможность человеку, организации или бизнесу ответить на обвинения в той же статье, а не в следующем номере газеты. Читатели не должны понять из вашей статьи, что вы находитесь на чьей-то стороне. Всегда помните, что ваше желание занять позицию над чьим-то конфликтом будет положительно воспринято и оценено всеми участниками описываемой новости. В этом есть и профессиональные плюсы – вы сможете вновь обратиться к этим же источникам за информацией, когда вам будет необходимо, да и другие потенциальные источники также будут более охотно доверять вам.

Многие участники дистанционных тренингов отмечали, что понимание принципов объективности и справедливости помогло им завоевать популярность у читателей.

Надежда Тиунова, участница дистанционного тренинга из Барнаула, написала в отчете о мероприятии, что она и другие журналисты ее редакции, которые тоже пользовались материалами тренинга, научились иначе подходить к сбору информации, избегать дисбаланса в новостях, выступать в роли рупора одного человека или организации.

«Таким образом, мы просто стали объективнее, а потому честнее с нашим читателем. Кроме того, мы избавились от собственных оценок и «размышлений» в новостных материалах...

Кстати, читатель это понял. Раньше мы иногда получали звонки с просьбой объяснить некоторые наши публикации. Теперь, если звонят, то чаще с благодарностью или с предложением рассмотреть в газете еще и другие вопросы, касающиеся жизни горожан».

В статьях о конфликтах, объективность и справедливость реализуются не только тем, что в материале будут присутствовать комментарии обвиняемой стороны, но и тем, что и обвинение, и ответные комментарии расположены как можно ближе друг к другу. По возможности, обе стороны должны присутствовать в лиде, и заголовок тоже должен содержать элемент противоречия или конфликта.

Если же комментарии одной из спорящих сторон получить не удалось, то об этом должно быть обязательно сказано.

3.1. ИЩИТЕ ДРУГУЮ СТОРОНУ.

Некоторые журналисты считают, что упоминание в статье о том, что какую-то информацию получить не удалось, говорит читателям об их недоработке, поэтому лучше об этом вообще не говорить.

Однако это – ошибка. Читатель больше оценит честность журналиста, его стремление добиться необходимых комментариев, чем полное отсутствие в статье упоминания о том, что журналист их вообще искал. В этом случае читатель будет упрекать того, кто не дал информацию, а не журналиста, который не сделал свою работу. Часто бывает, что когда журналист проверит свою информацию у «другой стороны», часть претензий вообще снимается, потому что им были найдены объяснения.

Приведу пример, как журналист агентства Reuters добросовестно искал чиновников Международного Олимпийского Комитета, обвиненных телеканалом ВВС в коррупции, для таких комментариев. Одного, болгарина Ивана Славкова, удалось найти, и он дал достаточно интересное объяснение своему поступку.

(Reuters, 3 августа 2004, Лондон) – Два высокопоставленных чиновника олимпийского движения сказали журналистам, действовавшим под прикрытием в качестве бизнесменов, что они могут повлиять на выбор городов-кандидатов на место проведения Олимпийских игр в 2012 году, сообщил телеканал ВВС.

Во вторник один из тех, чье имя было названо, отверг обвинения, которые должны были полностью прозвучать во время часовой программы «Панорама». Получить комментарии у другого пока не удалось.

Член Международного Олимпийского комитета (МОК), болгарин Иван Славков, сказал, что с этим бизнесменом он начинал свою собственную контроперацию для выявления людей, которые желают подкупить членов МОКа.

Интересное объяснение, не правда ли? Вообще-то, Славков на самом деле был виновен, и через год, после тщательного расследования, его исключили из МОК и сняли со всех спортивных постов в Болгарии. Но на момент публикации статьи не было известно, виновен он или начал контроперацию, и публиковать обвинения

без представления ему слова было опасно. Ведь если бы он не был виновен, он мог подать в суд на Рейтер, и сумма иска могла бы быть достаточно велика. Поэтому **всегда надо как минимум дать возможность обвиняемой стороне выступить в свою защиту в той же публикации, где содержится обвинение.**

Требования полной объективности практически выдержать невозможно, потому что журналист не имеет доступа ко всем фактам. Кроме того, включение одних фактов и исключение других (ведь газета не резиновая и все включить невозможно), а также компоновка материала уже может дать основание читателям обвинить журналиста в пристрастии. Например, информация от какой стороны должны идти в статье первой? В новостях первой в лиде логично поставить информацию, полученную раньше по времени. Однако часто простая логика не работает и решение принимается по конкретному материалу так, чтобы из него не были видны симпатии журналиста или издания. Во всяком случае, так должно быть в изданиях, которые стремятся беспристрастно и непредубежденно доносить до читателей информацию, а не настраивать людей на точку зрения, которой придерживается журналист или издание. При описании конфликта или проблемы особенно важно предоставить слово эксперту, который сможет независимо и справедливо объяснить сложную ситуацию.

Стремление к объективности и беспристрастности должно быть основным критерием профессионализма настоящего журналиста.

3.2. НЕ РЕШАЙТЕ ЗА ДРУГИХ – СПРОСИТЕ ИХ. ИНТЕРВЬЮ С ЖЕРТВАМИ ПРЕСТУПЛЕНИЙ И РОДСТВЕННИКАМИ ПОГИБШИХ.

Остановлюсь немного на необходимости освещения «другой стороны» в трагических ситуациях. Некоторые журналисты решают, что родственники жертв или умерших, или сами жертвы преступления или насилия не будут давать интервью, поэтому к ним не обращаются. Многие считают, что и так понятно, что эти люди чувствуют горе, зачем же беречь их раны?

Это часто бывает несправедливо, потому что дело не в том, что надо выяснить степень страдания людей, спросив, что они чувствуют. Читателям интересно узнать, что представляют из себя люди, ставшие жертвами, а этого никто, кроме близко их знающих, рассказать не сможет. Разговор также даст возможность уточнить биографические данные. Некоторые родственники на самом деле хотят говорить о своих родных. И эти детали часто сообщат читателю о трагедии больше, чем описания слез или переживаний. Вид слез не вызывает такого сочувствия, как описание того, что может заставить читателя заплакать.

Это правило называется «Покажи, не говори» (Show, don't tell):

«**Однажды я** брал интервью у вдовы курильщика, умершего от рака легких, – написал в одном из своих материалов на сайте журналистского ресурса Poynter.org преподаватель этого института Чип Сканлан. – Она показала мне альбом с фотографиями и потом провела меня по дому. Стоя в спальне, она посмотрели на кровать, которую делила с мужем, и сказала то, что я использовал потом в лиде статьи. **«Все это похоже на ночной кошмар. Может быть, я проснусь, и он будет тут со мной. Но я знаю, что этого не может быть. Поверите ли, но я беру его лосьон после бритья и брызгаю его на подушку, чтобы чувствовать его запах. И я чувствую, что он здесь, со мной»**». Сканлан написал, что он спросил ее, не возражает ли она против цитирования этих слов, и она согласилась.

В материале на сайте Американского Института Прессы Стив Баттри, другой преподаватель Poynter.org, написал о случае из своей практики:

«**Никогда не** решайте за других. Я был уверен, что горящая мать погибшей девочки не захочет говорить со мной. В статьях в других газетах в то утро говорилось, что она не хотела говорить с другими журналистами. Я чувствовал, что буду просто гиеной, если обращусь к ней с просьбой о разговоре. Но она хотела говорить, просто нуждалась в этом. Я еле успел сдать статью, потому что она никак не могла закончить говорить. Это было ее решением, не моим. И потому что я не сказал за нее «нет», и не обратился по телефону за полубессердечной попыткой взять комментарий, которая получила бы ответ «нет», я смог взять одно из самых лучших интервью в моей карьере».

В другом материале Баттри процитировал одного своего коллегу, который дал такой совет: **«Всегда лучше спросить, и пусть тебя пошлют ко всем чертям, чем не спросить, и на следующий день тебе позвонят и спросят: «Как Вы могли написать о моем сыне/дочери/друге без того, чтобы сначала поговорить о них со мной?»**»

Нэнси Вейл, из новостного агентства в Бостоне, в материале на Poynter.org написала, что когда она работала полицейским репортером, родственники чаще соглашались на интервью, чем отказывались от него. Только однажды, по ее словам, на нее наставили обрез, чтобы продемонстрировать серьезность отказа от комментариев. Она считает, что лучше всего такие интервью удаются при разговоре лицом к лицу, без предварительной договоренности. У нее было слишком много случаев, когда предварительно сказав «да», люди меняли свое мнение и отказывались от разговора, когда она приходила к ним домой.

Ее совет журналистам – говорить жертвам преступления или их родственникам, друзьям и знакомым, что им предлагается шанс рассказать о себе или о жертве, что газета в любом случае будет давать этот материал, и лучше, если их точка зрения будет в нем

представлена. Представляя себя, следует сказать, что вы сочувствуете потере или конкретной ситуации, что, чаще всего, будет воспринято положительно. Вейл рассказала, как однажды сама оказалась в роли родственницы жертвы, когда ее брат утонул во время охоты. По ее словам, **позвонивший ей журналист был «чрезвычайно бесчувственный», явно звонил в спешке, и все, что он хотел, это получить несколько цитат и закончить разговор.** Вейл отказалась от комментариев, а когда он начал настаивать, она сказала, что сама журналист, и ей не нравятся его тон и вопросы. Его это рассердило, а она получила хороший урок того, как надо подходить к людям, которые переживают трагедию.

Когда мне пришлось писать новости из воюющей Чечни, разговаривать с родственниками погибших было очень непросто, но большинство из них настолько хотели, чтобы об их горе узнали, что они говорили сквозь слезы и рыдания. Часто мы плакали вместе, потому что невозможно удержаться от эмоций, когда женщина рассказывает, как ее мать и сестра сгорели в пламени огнемета на ее глазах, как на глазах матери сгорела ее дочь и погиб муж, а потом прямым попаданием была взорвана машина, в которой она везла хоронить их трупы. Такие интервью брать очень сложно. **Главное здесь – быть не только журналистом, которому нужна информация, но и человеком, который искренне сочувствует.**

Сканлан дает такие рекомендации:

«**Большинству людей** не нужны объятия незнакомцев, и им не нужны фальшивые или вынужденные сопереживания. А нужен человек, который им сочувствует, и который ведет себя естественно.

Прежде всего, не останавливайте интервью потому, что человек заплакал и вы чувствуете дискомфорт. Если вы это сделаете, вы лишите человека возможности выразить естественные и нормальные эмоции. Просто скажите еще раз, что вы сочувствуете потере или ситуации, и будьте очень внимательны к нему далее. Отложите свой блокнот, спросите, можете ли вы что-то сделать, например, подать стакан воды. (Можно даже заранее запастись салфетками, если интервью может быть эмоциональным).

Когда интервьюируемый придет в себя, спросите мягко, лучше ли ему, и хочет ли он продолжать интервью. Если да, то вежливо скажите, что вы продолжаете записывать и мягко задайте следующий вопрос. Затем будьте терпеливы и слушайте. В конце интервью поблагодарите его за то, что он разговаривал с вами во время такого трудного для него времени. Затем спросите, можете ли вы позвонить позже, чтобы проверить факты или цитаты, или попросить дополнительную информацию.

Но если человек безостановочно плачет или не может говорить, следует решить, надо ли продолжать интервью или прекратить его и перенести на другое время. Прежде, чем уйти, спросите, не нужна ли человеку помощь и есть ли необходимость ее вызвать. Затем спросите, можно ли вернуться или позвонить позже. Кивок головой – уже достаточный ответ».

Приведу пример одной статьи, которая рассказывает о смерти 11-летней девочки во время урока физкультуры в школе (*Приложение № 3*). Позже выяснилось, что у нее – редкая болезнь сердца, но в тот день этого известно не было. Журналист Джессика Генцел позже говорила в интервью Poynter.org, что ей было очень страшно беспокоить родителей всего через несколько часов после такой трагедии, но она не хотела, чтобы ее статья «была без сердца». У журналиста оставалось совсем немного времени до подачи статьи и она решила позвонить. Но в противоположность журналисту, который давил на Нэнси Вейл, она смогла подобрать ключ к сердцу родителей, начав разговор с того, что сказала, что друзья девочки по классу говорили ей, что их дочь была очень активной и дружелюбной, и ей хотелось бы узнать о девочке больше. Разговор с отцом девочки был в слезах с обеих сторон, и журналист очень старалась, чтобы ее рыдания не были слышны на другом конце. Сначала отец уточнил биографические данные дочери, рассказал о последнем вечере с ней. Постепенно втянув его в разговор, журналист задала и трудный вопрос – было ли родителям известно о существовании у нее проблем со здоровьем, жаловалась ли она на что-либо предыдущим вечером.

Редактор этой газеты позже назвала эту тактику большого внимания к деталям очень гуманной, естественной, помогающей придать новости человеческое лицо, а также более глубокое ее раскрыть.

«**Отец сказал** Джессике, что он и его жена просматривали фотографии предыдущей ночью. Она спросила – какие фотографии. Когда он сказал, что он завтракал с дочерью в это утро, она спросила, что она съела (четыре вафли). Мораль? Детали возвышают статью, и я считаю, что именно они помогли отцу в этот ужасный день вспомнить дорогие для него моменты».

Иногда члены семьи находятся в слишком глубокой депрессии и уговорить их не удастся. Тогда надо обращаться к друзьям, коллегам, соседям и другим людям, которые хорошо знают погибшего. Приведу один такой пример из австралийской газеты:

(The Age, 15 июля 2005) – Житель Мельбурна Сэм Ли стал первым австралийцем, который погиб от взрывов в Лондоне.

Г-н Ли, раненный во время взрыва в автобусе №30 на площади Тависток, находился на лечении в Национальной неврологической больнице в Лондоне. Его смерть довела количество погибших от взрывов до 54-х. Эту новость семье г-на Ли сообщили сегодня утром.

Расстроенный член семьи не захотел дать комментарии по поводу смерти г-на Ли сайту theage.com.au, но бывшая коллега по работе описала его как дружелюбного молодого человека, который всегда с удовольствием помогал другим.

Марго Хельер, которая работала с г-ном Ли, когда он был сотрудником отдела помощи по компьютерным технологиям в университете Монаш с 1999 по 2003 год, сказала, что очень расстроена новостью о его смерти.

«Сэм был чрезвычайно дружелюбным и всегда предлагал помощь. Он был очень хорошим специалистом и его очень любили. Это – ужасная новость», – сказала она. По ее словам, сотрудники университета, которые знали погибшего, на следующей неделе соберутся вместе, чтобы помянуть его.

«Мы соберемся, чтобы поговорить о нем и решить, чем мы можем помочь его семье».

После трудных и эмоциональных интервью журналист должен подумать и о себе.

Если вы чувствуете себя не в своей тарелке после такого интервью, постарайтесь проделать то, что в психиатрии называется «дебрифинг» – найдите себе слушателя, которому доверяете, и поговорите с ним, освободите себя от эмоций, которые вы приняли на себя. Иначе рано или поздно вашим постоянным спутником станет депрессия и вам придется оставить любимую работу.

3.3. ЧТО ДЕЛАТЬ, ЕСЛИ НЕ УДАЕТСЯ НАЙТИ НУЖНЫЙ ИСТОЧНИК? ИСКАТЬ! ИСКАТЬ! ИСКАТЬ!

Если нужный вам источник информации надолго уехал, то это не освобождает вас от ответственности представить в новости и его точку зрения. Всегда имеются заместители, начальники, коллеги, родственники и другие близкие люди, которые также могут что-то знать и согласиться поговорить с вами. Даже если это будет разговор «не для печати», это может помочь вам сориентироваться в материале и избежать серьезных ошибок. Возможно, вам даже придется отложить материал до полного выяснения обстоятельств. Чаще это лучше, чем потом печатать опровержения или отвечать за клевету в суде.

Бывают случаи, когда источник, у которого вам надо взять такой комментарий, не местный. Тогда его надо искать через другие местные источники, через Интернет, через телефонные справочные службы, регистрационную палату, через знакомых журналистов, через незнакомых журналистов, через родственников и друзей, да и вообще, через кого угодно. В Москве и Санкт-Петербурге на компакт-дисках продаются различные датабазы, в том числе регистрационных палат и телефонных компаний, которые позволяют достаточно быстро найти телефон и адрес нужной компании. Да, эти диски – пиратские и их использование – неэтично. Но факт остается фактом – все газеты ими пользуются, поскольку это позволяет сэкономить время.

Иногда нужные источники находятся **по другую сторону границы**. Однако и это не освобождает журналистов от ответственности взять у них комментарии или, на самый худой конец, сказать в

статье, что они не смогли найти данный источник. Но совесть у журналиста должна быть чиста: вы пытались и сделали для этого все, что могли.

Однажды мне нужно было проверить информацию о том, есть ли электричество в одном из глухих уголков Чукотки. Никаких контактов у меня там не было. Кроме того, там уже была ночь. Я решила, что единственным человеком, с которым реально поговорить, будет телефонистка этого села. Заказала разговор через диспетчера и примерно через полчаса я разговаривала с телефонисткой, которая описала мне ситуацию. Так же, через телефонистку можно звонить в отделения милиции или больницы – дежурства там круглосуточные.

Часто нужные контакты, в том числе зарубежные, можно найти в Интернете.

Приведу пример одной ситуации, когда этой возможностью журналист не воспользовалась, хотя могла. Статья называлась «ЕДА ДЛЯ ГОРЕЦКИХ СВИНЕЙ» ДОЕХАЛА ПО НАЗНАЧЕНИЮ». Горки – это небольшой городок в Могилевской области Беларуси.

В понедельник в Горки участники ирландского благотворительного проекта «Детям Чернобыля» привезли гуманитарную помощь. На следующий день работники районного центра социального обслуживания населения и управления образования, пересчитывая груз, обнаружили, что шесть ящиков разрисованы изображениями поросят с надписями на английском языке: «Еда горецким свиньям». «Мы были шокированы этими надписями. Это такое унижение и оскорбление. Хотелось бы знать, с какими чувствами приехала к нам эта иностранная делегация...», – сказала Наталья Карпушенко, директор центра социального обслуживания населения. Она добавила, что впервые в жизни не поблагодарила за доброе дело.

В статье не было ни одного слова объяснений от другой стороны. Статья фактически обвиняет членов достаточно известной и уважаемой ирландской организации, которые привезли в Горки немаленькую гуманитарную помощь (14 тонн продуктов стоимостью около 68 тысяч долларов США), в стремлении унижить жителей Горок. И в статье нет ни слова о том, что журналист сделала хоть какую-то попытку попросить комментарии у ирландцев, дать им возможность объяснить, что же произошло. Журналист сообщила позже, что ей не удалось найти ирландцев, когда были обнаружены оскорбительные надписи. Ирландцы уже уехали из города и находились в пути. Она не догадалась сделать поиск по Интернету, используя ключевые слова Chernobyl и children. Между тем, необходимо было сделать такой поиск через поисковые инструменты www.google.com или www.yahoo.com. Нужный телефон и электронную почту можно было найти через несколько секунд.

Затем следовало позвонить (если позволяют бюджет газеты и знание языка) или написать письмо по электронной почте. Если журналист не знает английского языка, всегда можно найти человека, который им владеет. Учитель из ближайшей школы – самый простой вариант. В запросе по электронной почте следует обязательно попросить подтвердить получение письма. Если бы все это было сделано, а ответ к дедлайну не получен, журналист могла бы с полным правом написать, что комментарии пока не получены, и написать продолжение статьи по получении ответа. Я предложила послать запрос в Ирландию, хотя статья уже была опубликована. Подтверждение о получении и уверение в том, что происшествие будет расследовано, было получено сразу, а через несколько дней был получен полный ответ от пресс-секретаря этой организации.

Вот он:

«Я пишу в ответ на Ваше письмо по электронной почте относительно рисунков на нескольких ящиках, которые в апреле доставили в Горки. Проведя полное и тщательное расследование, мы удовлетворены тем, что мы выяснили всю правду об этом. Похоже, что это была шутка, сыгранная одним добровольцем, который работал в нашем центральном сортировочном офисе, направленная на двоих работников конвоя, которые являются ирландскими полицейскими.

Возможно, Вам известно, что в Ирландии иногда полицейских называют «свиньями». В то время как мы не одобряем такие поступки, я хотел бы уверить вас, что это [рисунки], конечно же, не было предназначено для кого-либо из Беларуси или из Горок. «Свиньи из Горок», о которых там упоминалось, относилось к нашим собственным работникам и тот, кто это сделал, предполагал, что рисунки будут стерты, после того, как полицейские их обнаружат. К сожалению, этого не произошло.

Пожалуйста, примите наши искренние извинения и поверьте, что у нас не было абсолютно никакого намерения оскорбить или смутить кого-либо».

Надо сказать, что после первой публикации жители города были крайне возмущены. Публикация письма из Ирландии их вполне удовлетворила. Поэтому еще раз повторю – ищите и добивайтесь нужных вам комментариев и объяснений. **Под лежащий камень вода не течет.**

3.4. «ДРУГАЯ СТОРОНА» МОЖЕТ БЫТЬ ДАЖЕ В ВОЕННЫХ КОНФЛИКТАХ.

Бывают, конечно, очень сложные ситуации – война, серьезные межнациональные конфликты. Как тут брать информацию с другой стороны? Конечно, от журналиста во время Великой Отечественной Войны никто не требовал взять комментарий у нацистов. Но это

было другое время, и это была справедливая война за освобождение Родины от агрессора. Другой подход – к несправедливой войне.

Вспомните, американцы начали открывать глаза на войну во Вьетнаме после того, как смелый американский журналист Сеймур Херш побывал в этой стране и начал писать репортажи с другой стороны – о том, как гибнут невинные жители, а не о героизме американских военных. Американцы тогда начали понимать, что во все не демократию несет их оружие во Вьетнам.

В наше же время, односторонняя журналистика в цивилизованных странах невозможна. Даже во время истерии в Соединенных Штатах по поводу борьбы с мировым терроризмом, которая привела к развязыванию войны в Ираке, ведущие газеты США отправляли своих журналистов в Ирак писать о страданиях иракского народа от оружия собственного государства. На страницах газет почти ежедневно появлялись статьи как от журналистов, находившихся в официальном пуле при штабе американских войск, так и от журналистов, которые свободно передвигались по стране и писали то, что они видели.

Смерть мирных жителей, страдания семей, утративших близких, разрушенные жилища, голод и отчаяние мирных иракцев, которых война лишила привычного образа жизни, были основными темами этих журналистов. Хотя американскую прессу и поругивают те, кто ее не читают, но к чести американской журналистики в ведущих газетах, таких как Los Angeles Times и New York Times, такие статьи появлялись с самого начала войны. Один из таких журналистов, Джон Данишевский из Los Angeles Times, сказал мне в частном разговоре, что **в письмах в редакцию после его статей многие американцы отказывались от подписки на эту газету, но решение редакции писать объективно было непреклонным.**

К сожалению, в России, во время войны в Чечне, другая сторона не получала должного освещения в общедоступных СМИ. Имеющие наибольший охват территории страны телеканалы фактически вели, да и сейчас ведут жесткую пропаганду, рассказывая о том, что в Чечне идет борьба с террористами и строится мирная жизнь. Только несколько СМИ осмеливаются регулярно давать материалы о страданиях мирных жителей, злоупотреблениях властей, военных и коррупции, которая сопровождает эту войну и «мирное строительство».

В основном это – СМИ с ограниченным ареалом распространения: радио «Эхо Москвы», где идет много аналитики, газета The Moscow Times, выходящая на английском языке, и «Новая Газета», журналист которой, Анна Политковская, погибшая в 2007 году, часто ездила в Чечню и писала репортажи, очерки, книги и проводила журналистские расследования. Формат ее публикаций, однако, не был новостным.

Многие журналисты считают, что в военной кампании новости вообще объективно писать трудно – ведь добиться реакции другой стороны в короткий срок невозможно. Это не совсем так. **Хотя добиться реакции другой стороны часто на самом деле невозможно, это не значит, что не надо ДОБИВАТЬСЯ. Не значит, что не надо делать все возможные и невозможные попытки, чтобы получить эту реакцию.** В самой же новости, в случае провала всех этих попыток, необходимо указать, что они делались.

Приведу пример своей публикации «твердой» новости из Чечни:

(The Moscow Times, 15 января 2000) – Жители села Катыр-Юрт говорят, что они передали высокопоставленному российскому военному около 150 тысяч рублей и телевизор с большим экраном в качестве взятки за то, чтобы по их домам не велся артиллерийский огонь и их не грабили. В другом селе, Кулары, жители сообщили, что они предложили военным продукты, включая сахар, мясо и муку. В Ачхой-Мартане, по словам жителей, их дома поливали огнем до тех пор, пока жители не собрали по кругу деньги, точное количество которых они не знают, и только после этого огонь прекратился.

В статье содержалась достаточно убедительная подборка интервью с жителями, правозащитниками и другими журналистами, которая свидетельствовала о распространенности взяточничества в изуродованной войной республике. Комментарий от военных в Чечне мне получить не удалось, потому что официальной аккредитации у меня для той поездки не было. Требование аккредитации в Чечне для журналистов незаконно и с аккредитацией очень сложно работать. Те, кто был аккредитован официально, ездили по Чечне с сопровождением военных, и, разумеется, никаких разговоров с жителями вести не могли. Но, в Министерстве обороны трубку не бросили и, на вопрос о том, брали ли военные в контролируемой ими Чечне взятки от жителей сел, пресс-секретарь ответил:

«Подтвержденных данных о взятках в Чечне нет. Говорить об этом бессмысленно».

Этот комментарий, конечно, не сбалансирован обвинения, но он их и не опровергает. И он – лучше, чем ничего.

Вообще-то, по большому счету, все стороны новости должны получать приблизительно равное место в статье для комментария и объяснения причин того, почему они действовали так, а не иначе. Это возможно далеко не всегда, но стремиться к этому следует.

3.3.1. НЕ НАЙДЕТЕ ДРУГОЙ СТОРОНЫ – ЧЕСТНО СКАЖИТЕ ОБ ЭТОМ ЧИТАТЕЛЮ.

Если новость, о которой надо сообщить в номер, пришла слишком поздно и материал нужно срочно сдавать в печать, все равно надо сделать попытку получить комментарий другой стороны и описать в статье результат этой попытки. У читателя не должно быть впечатления, что вы кем-то пренебрегли. Например, так:

«**Региональные Ведомости**» пытались получить вчера вечером комментарий у Иванова/в комитете образования/отделении милиции, однако телефон в кабинете Иванова не отвечал/секретарь сообщила, что Иванов «уже ушел, и сотрудники отдела тоже ушли».

Стоит ли сообщать читателю все ваши мытарства с попытками найти недоступного человека или компанию – это вопрос, который надо решать по каждой статье конкретно. На самом деле, если получение комментариев очень важно, недостаточно просто несколько раз позвонить по телефону. Надо идти и искать встречи – на работу, домой, дежурить у подъезда, но добиться личной встречи и каких-то слов, даже если это – твердое «без комментариев».

Обычно подробности этих попыток не сообщают, но если СМИ считает, что читателю важно знать о деталях борьбы журналиста за информацию, то их можно предоставить. Одна из причин, оправдывающих увеличение объема новости за счет добавления таких описаний – это необходимость проучить чиновника, уклоняющегося от информационных запросов, чтобы добиться лучшего результата в следующий раз.

Журналист одной белорусской газеты, столкнувшийся с опытным бюрократом, описал свои злоключения в статье о недовольстве местных учителей переводом из штатных сотрудников школ на контрактную основу работы следующим образом:

Получить ответ на вопрос у заведующего районным отделом народного образования Владимира Мухи, в какую сторону он собирается изменить условия труда учителей и как это отразится на материальном положении работников, переведенных на контракт, до выхода номера получить не удалось. Его телефон не отвечал, в приемной на телефонные звонки отвечала секретарь, и, по ее словам, Муха все время отсутствовал.

При личной встрече около его кабинета, Владимир Владимирович ответил «ГЧ», что сильно занят и принять не сможет, так как у него совещание. В день верстки газеты, многократные попытки дозвониться не принесли желаемого результата: телефон Мухи издавал лишь длинные гудки и характерные звуки определителя номера.

Правда, у журналиста остался еще один неиспользованный шанс – явиться к Мухе домой... Во всяком случае, Муха не смог упрекнуть этого журналиста за то, что он пишет в одни ворота.

Если же, несмотря на все усилия, вам не удалось найти представителя другой стороны или сторон, то вы должны дать знать об этом читателю, сказав в статье, что кто-то из необходимых вам источников отказывается с вами разговаривать. Это, кстати, не говорит о вашей недоработке. Наоборот, если вы предоставили этому источнику достаточно времени для ответа, это говорит о том, что вы свою работу сделали, а вот вашему источнику есть, что скрывать. Вот примерный список возможных «формул отказа»:

- «Такой-то не был немедленно доступен для комментариев» (это – прямой перевод с английского «was not immediately available for comment», этот вариант используется и в русскоязычной прессе).
- «Такой-то был недоступен для комментариев».
- «Там-то не смогли оперативно прокомментировать ситуацию/информацию».
- «Такого-то не удалось найти для получения комментариев до момента сдачи статьи в печать».
- «На вопросы, посланные сегодня по факсу (или заданные по телефону) получить комментарии у такого-то (или в такой-то организации) пока не удалось».
- «Комментарии властей/других источников по поводу такой-то информации/сообщения/выступления получить пока не удалось».
- «Такой-то не ответил (или «в пресс-службе не ответили») на вопросы «Агентства», посланные сегодня по факсу (или заданные по телефону)».
- «Такой-то отказался отвечать на вопросы «Агентства», посланные сегодня по факсу (или заданные по телефону)» (Используя «отказался», Вы должны предупредить источник, что Вы используете эту формулировку).
- «Такой-то отказался сообщить детали/тему/тематику обсуждения, сославшись на полную конфиденциальность встречи».
- «Такой-то отказался уточнить детали программы встречи, не пояснив причины отказа».
- «Такой-то отказался прокомментировать/сообщение источников/сообщить стоимость оборудования/прочее».

Я рекомендую всегда при использовании этих формул **пояснять мотивацию источника, который не сообщил информацию.** Иначе читатели будут считать, что Вы не сделали свою работу и не являетесь профессионалом.

Например, такие формулы как раз вызывают резонный вопрос: А почему журналист не добился ответа? А почему такой-то воздержался?

- «Такой-то не ответил на такой-то вопрос».
- «Такой-то воздержался от ответа на такой-то вопрос».
- «Такой-то воздержался от комментариев».

Особенно хорошо использование таких формул действует на чиновников администрации – после нескольких таких указаний об отказе от комментариев они часто начинают говорить с журналистами. Бывают, конечно, и очень упорные чиновники, которые понимают, что, хотя по закону они обязаны предоставлять информацию прессе, этого можно законным же образом избежать.

Чиновники знают, что, по закону, им дается определенное количество дней для подготовки ответа, но это не устраивает большинство ежедневных и даже еженедельных газет. Они также прекрасно знают, что, на практике, журналисты очень редко настойчиво добиваются их ответа, если не смогли получить его к моменту публикации. К тому же, они хорошо понимают, что редкая газета будет подавать в суд на чиновника за не предоставление информации.

Конечно, в режиме ежедневной газеты сложно надеяться на оперативность ответа, поэтому часто приходится ограничиваться фразой «пресс-служба городской администрации (или министерства) не ответила вчера на вопросы, посланные по факсу». В любом случае, ваша задача – показать, что вы добивались этого разговора и хотели обеспечить объективность. Кроме того, если вы сможете добиться ответа, то статью с твердой новостью можно написать тогда, когда информация будет получена.

Не думайте, что получить информацию от чиновников трудно только в вашем городе или районе. **Самая популярная жалоба журналистов всего мира – это саботаж чиновников.**

В мою бытность работы в газете «Санкт-Петербург Таймс», редактор отдела бизнеса очень любил практически в любой статье требовать комментарии от главы города. Когда мэром был Анатолий Собчак, получать их удавалось довольно часто. Когда же губернатором стал Владимир Яковлев, пробиться через его кордоны стало невозможным делом. Кроме редких пресс-конференций, с журналистами он говорил только тогда, когда выходил из какого-либо зала заседаний и к нему удавалось прорваться сквозь плотный заслон чиновников. Тогда, в шутку, я повесила в редакции стандартное выражение пресс-секретаря Яковлева: «Какое отношение имеет к этому губернатор? Зачем Вы задаете ему все эти вопросы? Он решает стратегические задачи». Этот штамп пресс-секретарь выдавала на любые вопросы о любых, самых животрепещущих и важных проблемах, которые мешали работать городскому бизнесу. И, тем не менее, каждый раз, когда были нужны комментарии, я отправляла ей вопросы по факсу (потому что на ее рабочем телефоне всегда пел факс, а свой мобильный журналистам, задающим неудобные вопросы, она не давала). Когда она не отвечала на вопросы, мы писали, что на вопросы, несколько раз посланные по факсу, офис губернатора не ответил. Эти комментарии позволяли читателям самим делать выводы о том, насколько губернатор интересуется проблемами города и решает их. Иногда, если реакция все же, хоть и с опозданием, поступала, мы писали статьи в продолжение темы и задавали новые вопросы...

3.4. ПИАР И РЕКЛАМА: НАШИ ВРАГИ.

Смысл работы журналиста – это сообщить читателям важную, проблемную, интересную, неожиданную и полезную **новость**.

Важно изложить эту информацию так, чтобы это не был кусок сообщения ньюсмейкера в выгодном ему или ей ракурсе. Это должен быть текст в фокусе, который интересен и важен **для читателей**. Поэтому представьте себя читателем – например, своей мамой или отцом – и посмотрите на свой текст со стороны. Разве это ново, важно и интересно читателю, что какая-то компания увеличила объем производства? Или когда кто-то из политиков в миллионный раз повторяет свои всем известные убеждения?

Что важно читателю – что вместо 10 веников какая-то фирма увеличила объем производства на 100 процентов и достигла уровня в 20 веников или то, что ведущая в отрасли компания теперь производит на 2 процента больше нефти и это на 10 миллионов долларов увеличило поступление налогов в бюджет? Что важно читателю – что один оппозиционер клянет другого, или что разброд и шатание в рядах оппозиции, заменяющие совместную работу, негативно скажутся на развитии демократии в стране?

Поняв это, напишите новость по-другому, чтобы ваши родители, в свою очередь, поняли, почему они должны ее прочитать и тут же побежать и подписаться на вашу газету, по дороге прихватив с собой друзей.

3.4.1. ПИАР ВМЕСТО НОВОСТИ.

Если новость продвигает политический, коммерческий или социальный продукт, если она предназначена для того, чтобы создать кому-то или чему-то репутацию, она превращается в пиар.

Попастся на удочку пиарщика очень легко – для этого нужно уметь писать и не хотеть думать. А думать надо о том, что журналист работает не для продвижения чьих-то интересов, а для читателей. Читателям, в каждый момент чтения, должно быть понятно, почему им важно, полезно и интересно читать эту новость в целом, и каждую ее строку и слово в частности.

Этот термин используется организациями, компаниями и корпорациями для того, чтобы охарактеризовать процесс создания положительного образа о себе и своей деятельности, с целью заработать позитивную репутацию, вне зависимости от того, что эта организация или бизнес делают.

Фактически – это создание легенды.

Эта легенда может соответствовать действительности, а может и не соответствовать, потому что у потребителей пиара нет воз-

возможности проверить эту легенду. Поэтому журналисты должны относиться к пиару скептически (как и ко всему тому, что говорят источники).

Допускать его появления под видом журналистской (то есть проверенной и соответствующей журналистской правде) информации несправедливо по отношению к читателям.

Вот что говорят о пиаре политтехнологи:

Из словаря политтехнолога (<http://izbass.ru/p.htm>): Пиар (англ. PR – аббревиатура от public relations – общественные связи) – очень модная отрасль весьма специфичных знаний из области социального программирования и, одновременно, практическая деятельность, представляющая собой **систему мер, которая позволяет, путем создания информационных поводов и целенаправленной их отработки, эффективно воздействовать на общественное мнение, меняя его в заданном направлении.**

По сути, пиар (PR) – это подача в благопристойном виде рекомендаций относительно того, как изящнее «вешать лапшу на уши» доверчивым потребителям услуг в области бизнеса и политики. Именно так – и вполне справедливо – воспринимается пиар (PR) в современном общественном сознании.

Пиарить (*жарг.*) – производное от негативного значения пиар: 1) то же, что запудривать мозги, впаривать, заставлять верить в небылицы; 2) закрепить в общественном сознании, например, путем подачи в СМИ, какое-то мероприятие или явление, которое специально организовано (спровоцировано, подгадано), чтобы представить что-то или кого-то в выгодном для организаторов пиара свете.

Вот основные критические моменты, когда новость становится продвижением или пиаром:

- ➔ Если из публикации не видна общественная важность новости или ньюсмейкер не является общественно важным деятелем или организацией.
- ➔ Если то, что является предметом новости, не ново, не уникально, или каким-то другим образом не содержит ничего особенного, а уж тем более, если это очевидно или противоречит имеющейся практике.
- ➔ Если то, что является предметом новости, уже делают другие, но, поскольку в новости не дается контекст, читателю об этом не известно.
- ➔ Если эта информация устарела, но в тексте об этом не сообщается или не дается новостной повод.
- ➔ Если в новости не содержится достаточно фактуры, чтобы понять существо новости, и можно подозревать, что какая-то существенная информация была скрыта.

- ➔ Если журналист вдруг неоправданно выходит из фокуса и вбрасывает то, что к фокусу не относится и может быть дано для продвижения чего-то или кого-то. Это может быть в любом месте новости. Часто журналисты дают это в виде общего контекста.
- ➔ Если в горячей новости длиной более 60-80 слов нет информации от всех упомянутых ньюсмейкеров.
- ➔ Если в негорячей новости любой длины нет контекста, особенно КЛЮЧЕВОГО КОНТЕКСТА и таких важнейших элементов ключевого контекста как УНИКАЛЬНОСТЬ, ВАЖНОСТЬ, ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ, или НАПРЯЖЕННОСТЬ СИТУАЦИИ.
- ➔ Если информация от ньюсмейкеров несбалансированна, и причина этого непонятна (например, один из них отказался от комментариев – это достаточное объяснение для несбалансированности, показывающее, что журналист свою работу сделал).
- ➔ Если в публикации ньюсмейкер хвалит сам себя и не используются независимые эксперты для оценки того, о чем говорится.
- ➔ Если мнение экспертов приведено не журналистом, а на него ссылается сам ньюсмейкер как на вторичный источник, и из текста не видно, что журналист это перепроверил и дал как информацию от первоисточника.
- ➔ Если новость дает информацию об успехах того человека или той организации, о которой никто никогда не слышал, или о незначительных персонах и неизвестных или малоизвестных организациях, не имеющих значения для общества, или если значение человека или организации не видно из характеристики или рейтинга, или характеристика или рейтинг вообще отсутствуют.

3.4.2. КАК ИЗБЕЖАТЬ РЕКЛАМЫ И ПИАРА В НОВОСТЯХ, У КОТОРЫХ НЕТ ЧЕТКОГО НОВОСТНОГО ПОВОДА.

Отсутствие ссылки на время события – элемент манипуляции читательской аудиторией, которой вроде бы сообщают новость. На самом деле, бывает, что это – не новость, а реклама.

«Сообщил такой-то источник в пятницу» не может быть новостным поводом для новости об открытии нового офиса компании или магазина, который **работает уже месяц или несколько месяцев**. Если бизнес или магазин не успел или не смог подать себя в прессу вовремя в качестве уникальной, важной и своевременной новости, пусть этот бизнес дает рекламу.

Но, если тема социально важна, можно попробовать найти какой-то другой фокус для этой новости.

Например, вы получаете информацию об открытии какого-то важного для читателей магазина, в котором есть специальный отдел для малоимущих семей с товарами со скидкой, но он уже работает несколько месяцев и, кроме того, он не является единственным таким магазином.

Найдите новостной повод. Например, проведение именно сегодня рекламной кампании для конкретных продуктов со скидкой, или что в магазин поступил уникальный или какой-то важный продукт или какой-то любопытный и курьезный интересный продукт. Какие-нибудь гималайские артишоки ☺

Тогда фокус новости будет на продукте, а в справочной информации можно сказать о том, когда открылся магазин. Но помните – фокус новости будет на новом продукте, а не открытии магазина, а информация о магазине будет идти только как второстепенная.

Писать новости обо всех, кто прислал вам пресс-релиз и захотел, чтобы о них написали, не следует. Такие публикации, если на них не стоит специальный гриф «на правах рекламы» или если они не публикуются в специальной секции, называемой «пресс-релизы», или не помечены словом «реклама», на журналистском сленге называются «заказуха» или «джинса».

Подача рекламы в качестве новости противоречит базовым принципам современной новостной журналистики. Такие новости нужно обозначать как пресс-релиз или рекламу со ссылкой на корпоративный источник, а не как авторский журналистский материал, или даже как неавторский, но журналистский материал.

3.5. КЛЕВЕТА, ОСКОРБЛЕНИЯ, ИРОНИЯ, САРКАЗМ, НАРУШЕНИЕ ЗАКОНОВ О СМИ И НОРМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ.

Корреспондент: *Оксана, как Вы относитесь к журналистам? Были ли среди них те, с кем Вам действительно было приятно общаться?*
Оксана Робски: *Журналистов ненавижу. Сначала с ними со всеми приятно общаться, до того момента, как выходит материал.*

(Из интервью с популярной современной писательницей Оксаной Робски.
<http://www.rian.ru/online/20060321/44620653.html>, 21 марта 2006)

Оксана Робски очень точно выразила мысли тех, кто для журналистов является всего-навсего «источником информации». Готовя статью, журналисты часто не задумываются, как больно может ранить источники их статьи. Ирония и цинизм, полуправда а, порою, и откровенная ложь – частые спутники публикаций низкого качества. И не только знаменитости испытывают ненависть к журналистам. Нас часто ненавидят и боятся и те, от кого мы зависим напрямую, в нашей ежедневной деятельности – чиновники различных администраций. **Лишь во вторую очередь они боятся того, что журналисты перевернут факты. В первую очередь, они не хотят быть облитыми грязью журналистских комментариев.**

Поэтому, иногда журналистам **полезно представить себя на месте своих источников**. Или своих близких родственников на месте источников. Или представить себе, что другой журналист пишет об их матери или отце также неэтично и оскорбительно, с иронией и сарказмом, как они изображают своих источников – пусть даже эти источники являются жуликами и негодьями. Пока нет приговора суда и вы не можете привести факты, которые достоверно покажут человека как жулика и негодяя, нельзя использовать обличающий стиль. Да такой стиль вообще в новостях нельзя использовать – приберегите его для фельетонов²⁰. Часто приходится читать и необоснованные выводы в отношении людей или не соответствующие действительности утверждения, сплетни, намеки, цитаты, которые могут быть опровергнуты судом.

Журналисты нередко считают, что, если на многочисленных веб-сайтах или даже в публикациях какой-либо ньюсмейкер назван «мафиози», «членом преступной группы» или ему даны другие подобные нелицеприятные определения, то это дает право свободного использования этих определений. Это не так.

Проверьте закон. В России разрешается только дословно цитировать текст других изданий в том случае, если на него не было опровержений. В этом случае ньюсмейкер, если он захочет защитить свою честь и достоинство, будет подавать в суд на первоисточник. Проверьте также, что говорит закон в отношении использования слов депутатов и чиновников – их высказываний на пресс-конференциях, митингах, собраниях и в личных интервью. Вы можете свободно цитировать только то, что говорится на официальной пресс-конференции или публичном мероприятии, но вам нужно перепроверять то, что вам было сказано в личном интервью или по телефону, особенно если это касается недоказанных обвинений в адрес другого человека.

В следующем примере я обойдусь без названий и фамилий, скажу лишь, что на эту фразу был подан иск в несколько сотен тысяч долларов и газета иск проиграла²¹:

«Информация о том, что ПЕРВАЯ компания связана с именем ТАКОГО-ТО, известного барона организованной преступности, рожденного ТАМ-ТО,

²⁰ Кстати, задумайтесь вот над такой мыслью: если в новостях вы принимаете какую-либо точку зрения, среди читателей обязательно найдутся несогласные с ней, и вашу фамилию запомнят как фамилию необъективного журналиста. Вы потеряете часть читателей. В западных газетах колонки с мнением и редакционные статьи пишут только специально нанятые эксперты. В новостях же гораздо безопаснее ссылаться на мнение других профессионалов, чем высказывать свое.

²¹ Поскольку этот иск может быть подан и против этого пособия, то я не буду давать названий и фамилии.

которого правительство ТАКОЙ-ТО СТРАНЫ назвало «одним из самых больших мировых преступников», начало всерьез беспокоить ВТОРУЮ компанию [которая заинтересована в ведении совместного бизнеса с ПЕРВОЙ компанией].

И вот этот самый «барон» потребовал у журналиста доказать процитированное утверждение. Но журналист позаимствовал его не у правительства, а процитировал по правительственному докладу, который был составлен на основе разведанных и вышел за рубежом. **Если бы ссылка была на это зарубежное СМИ, то «барон» был бы вынужден разбираться с этим СМИ. А в сложившейся ситуации нашему журналисту пришлось заниматься невыполнимой задачей – искать исходный документ, который оказался секретным докладом разведки ТАКОЙ-ТО страны.**

Вот пример более распространенный – журналист использует слова анонимного источника.

Что касается простых рабочих, то, по мнению одного из них, который не желал назваться, на фабрике ходят слухи, что главный экономист Виктор Галич без всяких документов принимал от россиян сырье, а деньги от сделок шли ему в карман.

«У его 20-летнего сына-студента 3-комнатная квартира в Минске и шикарная машина. Откуда у них такие деньги?», – добавил рабочий.

Здесь две ошибки. Первая – **компрометирующую информацию нельзя публиковать без проверки**, а если это не может быть проверено и подтверждено, то это нельзя публиковать. Второе – **обвинения нельзя публиковать анонимно.**

Получив эту «утечку информации», необходимо проверить, есть ли вообще в наличии квартира и машина. Если есть, то нужно уточнить, на какие деньги они куплены. Вполне может оказаться, что Галич не имеет к ним никакого отношения, а имущество куплено на деньги, которые жене Галича оставила в наследство бабушка, умершая где-нибудь в Канаде.

Если слух подтверждается и необходимые доказательства собраны, то ссылка на анонимного рабочего не нужна, приводите факты со ссылками на документы и первоисточники. При этом, все равно необходимо попросить Галича прокомментировать эти факты. Однако доказать взятки сложно. И если, все же, в конце концов, окажется, что квартира и машина приобретены на бабушкины деньги из Канады, и Галич подаст в суд за клевету, суд может принять во внимание попытку газеты обеспечить объективность и снизит газете и журналисту размеры иска. Но может и не принять, и не снизить. Все зависит от индекса коррупции – всем известно выражение «Басманное правосудие».

Еще один пример: **Клевета или нет?**

«**Из-за халатности** главного экономиста и бухгалтера фабрики россияне – поставщики сырья производили махинации, уклонялись от уплаты налогов», – сказал корреспонденту «Газеты» по телефону начальник областного департамента финансовых расследований Александр Ларионов.

Несмотря на то, что эта фраза приведена в виде цитаты от компетентного источника, она может повлечь негативные последствия для газеты и журналиста. **Фраза является утверждением, что главный экономист и бухгалтер фабрики халатно относились к своим обязанностям. Если, впоследствии, уголовное дело будет закрыто или суд признает этих лиц невиновными, они получат право обратиться в суд за защитой своей чести и достоинства.**

Конечно, на практике журналисты не могут по каждому такому поводу ждать суда. Если журналисты не будут иметь права публиковать такие цитаты, то актуальные публикации о злоупотреблениях будут невозможны. Разница с одним из предыдущих примеров – цитатой от анонимного рабочего – в том, что цитата приводится от компетентного первоисточника, госчиновника, который занимался расследованием и который должен отвечать за свои слова.

Поэтому, обычно бывает достаточно получить любой комментарий (или использовать формулу отказа от комментариев) от объекта критики и печатать статью. Хотя рекомендую, предупредив чиновника о том, что разговор записывается, сделать магнитофонную запись разговора и хранить ее на случай судебного разбирательства, чтобы потом, в худшем случае, разделить издержки.

Еще один пример статьи, в которой журналист обратился к источникам за комментариями о том, почему компания (назовем ее «Компания»), действует на рынке одного большого российского города так нагло – скупая акции через подставных лиц, вышвыривая предприятия и организации из принадлежащих им помещений, – и никто не может ей противостоять. Были приведены примеры и факты. Но Компания отказалась от комментариев, а ни один из компетентных источников и аналитиков не согласился назвать свое имя для ссылки, опасаясь за свою жизнь. Большинство просто отказались комментировать. И тогда редакция, понимая, что идет на риск, решила все же дать анонимные комментарии, чтобы читатели поняли, что происходит.

Представитель одного из местных агентств недвижимости охарактеризовал жесткость Компании как «легендарную» и поставил деятельность этой компании в отдельную категорию.

«Никто не хочет спорить с Компанией – речь ведь идет фактически о выживании», сказал он. «Я не знаю, откуда эти люди взялись и кто их поддерживает, но, судя по их методам, «крыша» у них серьезная.

Это может показаться странным, но никто не знает, кто именно контролирует такую известную компанию. В одних агентствах недвижимости говорят, что это – какой-то известный олигарх, но его имя скрывается настолько тщательно, что единицы в руководстве и среди номинальных владельцев компании его знают. А источник в одном уважаемом агентстве недвижимости сказал, что компания управляется бывшими сотрудниками силовых структур, включая МВД и ФСБ, которые сохранили свои связи с бывшими коллегами.

«Я не знаю, под кем они работают, но, судя по их методам, это – достаточно высокопоставленная личность», – сказал другой источник, также говоривший на условиях анонимности. Их методы – варварские, и многие потенциальные жертвы фактически вынуждены выбирать между собственностью и своими жизнями».

Используя экспертов, журналист пытался объяснить читателям, почему враждебные захваты происходят без всякого противодействия со стороны городской администрации или силовых органов. Но у Компании были очень сильные юристы. Им удалось доказать в суде, что использование слов «крыша» и «варварские методы» означает, что журналист связывает их с организованной преступностью. Журналисту также не удалось доказать документально связи Компании с административными органами или силовыми ведомствами, о чем говорил источник. Суд не принял во внимание даже то, что, по некоторым захватам, в период между публикацией и решением суда было возбуждено несколько уголовных дел против Компании (многие из которых впоследствии Компания проиграла). Газета проиграла суд. Правда, штраф был всего 500 рублей. Так что решайте сами, рисковать или нет. Что важнее – донести до читателей информацию, если вы уверены в ее достоверности, и пояснить ее, или повести себя осторожно.

3.6. КОНТЕКСТУАЛИЗАЦИЯ НОВОСТИ.

Вспомните журналистскую ценность номер один, которая напрямую связана с влиянием журналистов на построение в стране гражданского общества: демократия зависит от наличия у граждан **надежных и точных фактов, представленных в соответствующем контексте**. В этом разделе мы поговорим о разновидностях контекстов. Их много. Но цель их одна – способствовать превращению новости из отрывочного выстрела голым фактом в новость, которая будет понята, потому что будет **привязана к другим, более знакомым, жизненным реалиям**.

Контекст как смысловой блок новости не дает новые факты. Он первым из других блоков начинает объяснять новость читателю, ставя ее в более широкую картину и «привязывая» ее по месту, времени, событиям, людям и организациям. Давая новость в контексте, журналист помогает человеку понять место этой новости во времени и в мире вокруг него, понять весомость этой новости.

Современная теория познания считает, что все то новое, что человек видит и запоминает, зависит в гораздо большей степени от той информации, которой этот человек уже владеет, чем от того нового, что ему дается. Приведу ассоциацию: в первом классе школы вас не учили решать интегральное уравнение Фредгольма 2-го рода методом замены интеграла квадратурной суммой? Все постигалось постепенно. Так вот, новость часто является маленьким интегралом для той или иной части читателей, которая не знакома с темой новости или что-то забыла. Ведь какой вал информации сейчас идет со всех сторон! **И именно контексты являются теми шпаргалками, которые помогут читателям взять этот сложный интеграл.**

У человека есть так называемая «долговременная память», где хранится то, что он уже усвоил, разложенное по полочкам, которые, в теории познания, называются «схемами». Ваша новость, как и любая новая информация, сначала поступает в другую память – «рабочую», и она может стать элементом одной из схем «долговременной памяти», если эта схема у человека уже есть. То есть, новая информация может добавиться к существующей схеме. Но новость может не перейти в долговременную память, если этой схемы у человека нет. В этом случае, новость – это холостой выстрел.

Любая добавочная информация, чтобы стать знанием, которым можно оперировать и которое может стать основой для принятия важных жизненных решений, должна перейти из «рабочей» памяти в «долговременную».

Например, туземцу из дикого племени²² нет смысла рассказывать не только о новом типе ракетного двигателя, но и об обычной мышеловке, потому что в его долговременной памяти нет ни одной схемы, куда это можно было бы добавить. Туземцы просто не смогут извлечь из этой информации никакого смысла, кроме как подумать, что эти белые – сумасшедшие: зачем надо ловить мышей, когда вокруг так много жирных антилоп.

Но и «цивилизованному» человеку, попавшему в джунгли, некуда добавить сотни разновидностей звуков, кореньев, насекомых и птиц, которые различает любой туземец, потому что у человека из города тоже нет в долговременной памяти нужных схем, да и нет необходимости все это различать.

Конечно, туземцы из джунглей СМИ не читают и интернетом не пользуются, но важно иметь в виду, что уровень знаний читателей по очень многим вопросам ненамного отличается от туземного.

Ведь каждый человек – эксперт в своей стране, в своей профессии, в быту – там, где у него есть наибольшее количество развитых схем.

²² Прошу туземцев извинить меня за неполиткорректность, я имею в виду только тех, кто живет первобытнообщинным строем.

Но остальные схемы находятся в разной степени развития или даже просто отсутствуют, и именно это должен учитывать журналист. То, что ясно и понятно жителям города, где выходит СМИ, может быть неясно и непонятно людям, живущим в других городах, которые читают ваши новости на сайте.

В инструкции газеты Financial Times по написанию новостей сказано: «В тексте обычно бывает **несколько контекстных абзацев, предназначенных для того, чтобы провести читателя за руку через незнакомое, или забытое, это – напоминания.** В то время как большинство читателей FT – эксперты, они обычно являются экспертами в чем-то одном».

Обратите внимание – эту газету читают умнейшие люди планеты. Но и эти люди нуждаются в пояснениях. **Новое усваивается только тогда, когда оно привязано к чему-то знакомому, подано с разъяснениями и в более широкой картине.**

Уровень знаний и незнаний читателей надо обязательно учитывать. Именно поэтому некоторые онлайн-СМИ имеют **гиперссылки на часто используемые контексты, организации и людей, о которых пишут.**

3.6.1. МОЖНО ЛИ ОБОЙТИСЬ БЕЗ КОНТЕКСТОВ?

Без контекстов обойтись можно, если у газеты нет цели работать на современном профессиональном уровне.

Газета работает для того, чтобы люди не забыли прочитанное в следующие пять минут, а перевели узнанное в долговременную память и извлекли смысл из новости. Для этого **журналисты должны не просто вбросить кусок информации, а сделать так, чтобы новость была уже – если можно так выразиться – полупереваренной, готовой для внутреннего употребления, для привязки к внутренним схемам.**

Умение коротко и емко писать контексты – свидетельство **высокого профессионального мастерства журналиста.**

3.6.2. РАЗНОВИДНОСТИ КОНТЕКСТОВ ПО ФУНКЦИЯМ И РАСПОЛОЖЕНИЮ В ТЕКСТАХ НОВОСТИ.²³

²³ После прочтения материала по контекстам, составьте для себя схему контекстов по группам и функциям, и повесьте ее возле компьютера. Объясните себе функции каждого контекста. Вам так будет проще запомнить терминологию и думать о том, нужен ли конкретный контекст для вашей новости и как именно его писать.

Общий принцип расположения контекстной информации в новости таков: **вверху, БЛИЗКО К ЛИДУ или даже в самом ЛИДЕ, дается основной, КЛЮЧЕВОЙ КОНТЕКСТ**, без которого невозможно понять новость и оценить ее важность. Ключевой контекст имеет несколько разновидностей: и подбор, и композиция **короткого КЛЮЧЕВОГО КОНТЕКСТА** – это своего рода искусство.

По ходу изложения нужно давать ПОЯСНИТЕЛЬНЫЕ КОНТЕКСТЫ (чаще всего это – пояснительная справочная информация) там, где без них невозможно понять какой-либо кусок текста. Эти контексты можно давать отдельными блоками, если нужны объемные пояснения²⁴, а можно давать небольшими вкраплениями в общее повествование так, чтобы на них не спотыкался глаз, чтобы они не нарушали изложения, создавая эффект «лежащих полицейских».

Короткие пояснительные контексты – рейтинговые детали и характеристики – особенно важны, потому что они не сбивают с чтения вставкой целого пояснительного абзаца, а органично вплетены в текст (например, «Бумпром, ведущий производитель бумаги в стране» – смотрите больше об этом в главе 9).

В самом низу новости дается ВТОРОСТЕПЕННЫЙ КОНТЕКСТ, который дополняет новость, помогает дать общее понятие о новости или дает детали о ньюсмейкере, **без которых новость вполне можно понять**. Очень важно не использовать **ВТОРОСТЕПЕННЫЙ КОНТЕКСТ** высоко в новости, потому что он «засоряет» текст и, кроме того, читатель может решить, что журналист специально подсовывает ему ненужную информацию, потому что участвует в пиаре ньюсмейкера.

Всегда надо помнить о стандарте перевернутой пирамиды. Он действует и для контекстов: **наверху новости должна быть новая информация и только тот контекст, без которого эту новую информацию невозможно понять и который помогает понять важность новости**. Значимость контекстов убывает по мере приближения к концу новости.

Контексты нужны в любой новости, нюансы которой могут быть неизвестны читателям. Именно они сделают новость понятной. Рассмотрим пример в *Таблице 3*. Журналист пишет новость, взяв за основу чужую публикацию. Но он это делает не так, как делают наши отечественные агрегаторы, которые дословно или сокращенно присваивают чужую публикацию, добавляя где-то в одном месте «пишет такое-то СМИ». Журналист взял из исходной публикации

²⁴ Объемные пояснения – это сильно сказано. Конечно же, они не должны занимать полстраницы текста. Чаще всего, это один абзац. Принцип такой: чем короче, тем лучше.

только то, что показалось ему важным, написал хороший лид как выжимку из смысла этого важного, добавил контексты, и, в результате, получилась качественная короткая проблемная новость.

Таблица 3. Три группы контекстов в короткой новости.

Текст новости (контекстная информация подчеркнута)	Группа, к которой принадлежит контекст	Зачем этот контекст нужен
<p>Давление на науку в современной России сильнее, чем при Сталине (название)</p> <p><u>Вмешательство в науку в современной России обусловлено исключительно погоней за прибылью, и такого сильного государственного давления на науку не было даже во времена Сталина, сказал в воскресенье лауреат Нобелевской премии, российский ученый Виталий Гинзбург в интервью британской газете Sunday Telegraph.</u></p> <p><u>В марте Российская академия наук (РАН), основанная Петром I, выступила против плана правительства учредить наблюдательный совет, который будет контролировать финансовые операции организации и в который войдут представители администрации президента.</u></p>	Ключевой	Без этого контекста невозможно понять причину высказывания Гинзбурга и суть новости – на чем основано его утверждение о вмешательстве?
<p><u>Правительство утверждает, что реформа РАН необходима, чтобы остановить «утечку мозгов» из России, сделать исследовательскую работу более прибыльной для поколения молодых ученых и осуществить переход к высокотехнологичной экономике, что президент России Владимир Путин назвал своей целью.</u></p>	Справочная информация	Этот контекст дает справку о том, почему правительство затеяло эту реформу, одновременно представляя «другую сторону» проблемы без непосредственного контакта с источником. Ведь это – известная предыстория, но ее читатель мог не знать или забыть.

<p>«Конечно, во времена Сталина Академия была под контролем ЦК КПСС, – сказал Гинзбург газете. – Но тогда можно было придумать идею и творить: именно так мы запустили в космос первый спутник. Теперь правительство думает, что наука должна только приносить доход, а это абсурд».</p> <p><u>«Конечно, все дело в Путине. Наша демократия далека от идеала», – сказал газете 90-летний Гинзбург, который в 2003 году вместе с соотечественником Алексеем Абрикосовым получил Нобелевскую премию за достижения в области физики.</u></p>	<p>Второстепенный</p>	<p>Напоминание о том, за что получена премия. Поскольку эта информация не нужна вверху новости, ведь в тексте уже указано, что Гинзбург – лауреат премии Нобеля. Обратите внимание, что связка-паразит «напомним»²⁵ не используется, и контекст «вплетен» в текст. Возраст ученого тоже важен, он вызывает еще большее уважение к его личности.</p>
---	-----------------------	--

Далее в этом разделе пособия мы рассмотрим разновидности контекстов по отдельности и вы должны будете привыкнуть к терминологии контекстов²⁶. Но, сначала, хочу предупредить об опасностях, которые таит в себе контекстуализирование новостей.

3.6.3. ИСКЛЮЧЕНИЯ: КОГДА КЛЮЧЕВОЙ КОНТЕКСТ В НОВОСТИ НЕ НУЖЕН.

Такой контекст не нужен в новостях, **которые интересны и необычны сами по себе, понятны и читателям не нужно пояснять, почему появилась необходимость писать такую новость.** Чаще всего это относится к новостям, которые называют «человеческий интерес».

²⁵ Читайте об этой и других связках-паразитах в разделе 13.3.1 пособия.

²⁶ Терминологию контекстов, которая используется в этом пособии, вы больше нигде не найдете. Я разработала классификацию контекстов, анализируя сотни новостей, написанных самыми разными СМИ в разных странах. В практике отечественных СМИ контексты часто называются «бэкграунд», или «бэк», но это название – обобщенное, заимствованное из западных учебников, да и многие понимают его лишь как предысторию или справочную информацию. А я буду учить вас гораздо большему количеству контекстных приемов, которые позволят вам обогатить вашу новость.

Например, агентство Рейтер дает такие новости в отдельной секции – odd news (необычные новости), например:

Медведи закусили сербом во время праздника пива

Молодой житель Сербии был найден мертвым в медвежьей клетке Белградского зоопарка на выходных во время ежегодного пивного фестиваля.

Мужчина 23-х лет был обнажен и наполовину съеден. Его неповрежденная одежда лежала внутри клетки.

Два взрослых медведя, Маша и Миша, перетащили тело в угол для кормления и сердито реагировали на попытки зрителей забрать его.

«Велика вероятность, что он находился в состоянии алкогольного или наркотического опьянения. Только идиот прыгнул бы в клетку к медведям», – сказал Рейтер директор зоопарка.

Местные СМИ сообщили, что полиция нашла в клетке несколько мобильных телефонов, а также кирпичи, камни и банки из-под пива.

Часто такие новости написаны с использованием более свободного языка, чем обычные, в них больше юмора.

Журналисты особенно любят писать «странные» новости из других стран. Они популярны и у читателей, например, еще одна новость агентства Рейтер:

Китайская семья сгубила цыпленка подозрительной минералкой

Идеальным средством проверки качества минеральной воды в Китае является цыпленок.

К такому выводу пришла рядовая китайская семья из провинции Хайнань на юге КНР, когда один из членов семьи начал отхаркивать кровью после того, как выпил местной минеральной воды.

Не придумав ничего лучше, чем спить остатки воды бегавшему по двору цыпленку, экспериментаторы сгубили несчастную птицу, сообщает газета Beijing News.

«Результат – цыпленок умер за минуту», – пишет газета, опубликовав фотографию с места происшествия, на которой «убийца» поливает тельце птицы минеральной водой.

Местные власти от комментариев отказались.

Скандалы, связанные с несоответствием китайских товаров нормам и стандартам качества, продолжаются, – сообщения об опасных игрушках, предметах гигиены и продуктах питания появляются в СМИ чуть ли не каждую неделю.

Конечно же, ни одно западное СМИ не дало бы новость в таком виде, если бы это произошло, например, в Нью-Йорке. Был бы жуткий скандал, марка этой минеральной воды была бы опубликована, бутылки тут же отозваны и компенсированы покупателям, производитель дискредитирован. Но когда это касается воды с названием, написанном иероглифами, которая не может появиться на западном рынке, то о таком случае могут написать именно так – с юмором.

Обратите внимание, что во второй новости контекст все же дан в конце текста – **ВТОРОСТЕПЕННЫЙ КОНТЕКСТ**. Это – менталитет журналистов западных новостных агентств. Если контекст есть, его надо дать, чтобы помочь читателям поместить новость в более широкие рамки реальности.

3.6.4. ВНИМАНИЕ: ОПАСНОСТЬ

Контексты должны **максимально отражать журналистскую правду**. Они должны быть **бесспорными** и потому **чаще всего они даются без ссылок на источники** (смотрите в разделе 2.3.1 случаи, когда не нужно ссылаться на источники). Содержание контекстов зависит от журналиста, от того, насколько хорошо он знает то, о чем пишет. Писать контексты журналистам, которые специализируются на конкретных темах, проще. Но журналисты, пишущие на все темы, часто испытывают трудности с подбором и грамотным изложением контекстов. Здесь их подстерегает несколько опасностей.

Во-первых, **непрофессиональное изложение контекстов**. Если журналист не в теме, необходимо получить разъяснения от тех, кто в теме. Найдите их, или поищите информацию в Интернете. Но новость должна быть написана так, чтобы ее понял и сам журналист, и читатели.

Во-вторых, если журналист **необъективен или ангажирован**, контекст может превратиться в манипуляцию. Поэтому, если по какому-то поводу существуют спорные мнения, то контекст должен давать читателям эти спорные мнения. Например, **КЛЮЧЕВОЙ КОНТЕКСТ** для новости о новых мерах международного сообщества против Ирана может быть подан так:

США и страны Западной Европы подозревают Иран в разработке ядерного оружия, хотя Тегеран неоднократно опровергал подозрения.

3.6.5. ВИДЫ КОНТЕКСТОВ.

Мы с вами уже узнали три основные группы контекстов: **КЛЮЧЕВОЙ**, **ПОЯСНИТЕЛЬНЫЙ** и **ВТОРОСТЕПЕННЫЙ**. Теперь перейдем к разновидностям контекстов. Сразу скажу, что некоторые контексты могут быть использованы в любой из трех групп: например, справочная информация и предыстория.

- Предыстория.
- Справочная информация.
- Системный контекст.
- Уникальность.

- Редкость.
- Событийный контекст.
- Важность.
- Проблемность новости.
- Напряженность ситуации.
- Политический контекст.
- Геополитический контекст.
- Экономический/ геэкономический контекст.
- Цифровой контекст.
- Географический контекст.
- Другие редкие контексты.

3.6.5.1. ПРЕДЫСТОРИЯ.

В ПРЕДЫСТОРИИ речь идет о событиях, не просто тесно связанных с новостью, а о **событиях, из которых новость непосредственно и конкретно вытекает.**

Данные предшествующие события должны быть изложены **очень коротко, им следует находиться в новости так низко, как это только возможно.**

Однако этот блок может даваться и высоко и даже сразу после лида, если без него дальнейший текст, включая суть и ЦОКИПЛ²⁷, непонятен – то есть, если ПРЕДЫСТОРИЯ является **КЛЮЧЕВЫМ КОНТЕКСТОМ** или его частью. Но в ЛИД ее вставлять не следует, если этого можно избежать, потому что ЛИД – это **квинтэссенция новости.**

Как вы уже поняли, предыстория может быть очень свежей, средней свежести и старой. Чем она свежее, тем выше она может находиться в материале, потому что новость чаще всего вытекает именно из свежей ПРЕДЫСТОРИИ.

Но чем выше находится блок ПРЕДЫСТОРИЯ, тем короче должно быть изложение, чтобы не снижать динамики. Не переносите блок ПРЕДЫСТОРИЯ из одной статьи в другую без изменения – в каждой следующей новости она должна быть вписана в конкретное место текста и, чаще всего, сокращена или преобразована, в соответствии с конкретной новостью.

ПРЕДЫСТОРИЯ может комбинироваться с другими контекстными блоками, **но она никогда не комбинируется с СУТЬЮ.** Почему? Потому что **ПРЕДЫСТОРИЯ – это то, что было ДО НОВОСТИ.** Например, так:

²⁷ Цитата от компетентного источника, поддерживающая ЛИД; читайте об этом в разделе 10.6.

(The Nature, 22 ноября 2004) – В то время как результаты президентских выборов вызывают протесты на Украине, британский токсиколог согласен с заявлением кандидата в президенты Виктора Ющенко о том, что он был отравлен во время предвыборной кампании.

ПРЕДЫСТОРИЯ

Лидер украинской оппозиции Ющенко в сентябре попал в больницу из-за загадочной болезни и позже заявил о том, что его отравили по заданию властей. Однако австрийские врачи, которые лечили его, отрицали наличие каких-либо доказательств этого.

3.6.5.2. СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ.

СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ – это **дополнительные цифры и факты к освещаемой новости**. Обратите внимание – не родственные цифры и факты, как в системном контексте²⁸, а дополнительные.

СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ – это не то, что должно быть в **СУТИ** для детализации вашего новостного **ЛИДА**, а именно дополнительная информация, которая помогает понять новость.

Например, к перекрестку, на котором произошла авария, и погибли люди, системным контекстом будут **родственные новости** **цифры** – например, **количество смертей на этом же перекрестке** за последний месяц, полгода или год. А **СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ** – это дополнительные цифры. Например, **количество смертей от автомобильных аварий в городе** за какой-то отрезок времени.

СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ может быть: **КЛЮЧЕВАЯ** – без которой невозможно понять новость (обычно дается после **ЛИДА** или **ЦОКИПЛ**), **ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ** – поясняющая непонятное (может быть в любом месте текста), и **ВТОРОСТЕПЕННАЯ** – дающая общую характеристику, как бы рамку новости. Она также может быть частью **КЛЮЧЕВОГО КОНТЕКСТА** ИЛИ **ВТОРОСТЕПЕННОГО КОНТЕКСТА**.

Например, если речь идет о новом проекте на каком-то предприятии, то можно высоко в тексте дать **КЛЮЧЕВУЮ СПРАВОЧНУЮ ИНФОРМАЦИЮ**: важнейшие цифры или факты, без которых читателям не понять суть, важность и выполнимость проекта, или из чего он вытекает. А в конце публикации обычно дается **ВТОРОСТЕПЕННАЯ СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ** – в данном случае, цифры, характеризующие экономическую деятельность предприятия.

²⁸ О системном контексте читайте в разделе 3.6.5.3.

Ключевая справочная информация.

КЛЮЧЕВАЯ СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ.

Пояснительная справочная информация.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ – это небольшие пояснения, которые даются в тексте по ходу его изложения и поясняют то, что может быть непонятно или незнакомо читателям. Такие пояснения могут быть и в лиде, и по тексту **в любом месте, которое нуждается в пояснении.**

Это не значит, что вы считаете читателей неумными. Просто в наш век стремительно растущего объема информации, читатели являются экспертами только в своей области знаний, а объять необъятное и знать все обо всем не может никто²⁹. Поэтому, журналист должен брать на себя ответственность и решать, что именно средний читатель может не знать. **Иногда редакции СМИ считают, что если текст не может понять крестьянин из сельской глубинки, то нужно давать пояснения.** А в газете Financial Times я как-то прочитала пояснение, что такое ВВП³⁰.

Пояснения можно давать коротко или более развернуто. Например, расшифровку сокращений можно дать в скобках, но если только расшифровка недостаточна, то можно, либо дать пояснения придаточным предложением, либо дать небольшой абзац пояснительной информации.

Лучше всего, старайтесь такую информацию вплетать в текст как можно более ненавязчиво, чтобы она не мешала слитному изложению и чтобы на ней не «спотыкался» глаз. Если можно не давать такую справку отдельным блоком – не давайте.

Посмотрите, как во втором абзаце статьи агентства Associated Press во втором абзаце расшифровывается термин «торговый дефицит» – поясняется, что это разница между доходами от импорта и экспорта. Большинству журналистов этот термин знаком. Но это не значит, что его знают все читатели. **ТАКОЙ ВАРИАНТ ПОЯСНИТЕЛЬНОЙ СПРАВОЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ НАЗЫВАЕТСЯ «КОРОТКАЯ» ИЛИ «ВПЛЕТЕННАЯ В ТЕКСТ».**

Торговый дефицит вырос до рекордных \$763 млрд

WASHINGTON, Feb. 13, 2007 (Associated Press) – Торговый дефицит в США стал рекордным в пятый раз подряд в 2006 году. Он стал следствием резкого скачка цен на импортируемую нефть и рекордного дисбаланса в торговле с Китаем.

²⁹ Журналисты иногда дают читателям понять, что считают их даунами или потерявшими память, когда пишут перед контекстами слово «напомним».

³⁰ Это, кстати, оказалось вовсе не сокращение имени в то время президента России, а валовый внутренний продукт.

Департамент торговли вчера сообщил, что разница между тем, что Америка продает за границу и тем, что она импортирует, увеличилась до \$763.6 миллиардов в прошлом году.

Вы уже, наверно, поняли, что пояснения нужны для тех элементов текста, которые могут быть не ясны читателям. Американцы дают пояснения даже тому, как правильно произнести имя ньюсмейкера. Вот отрывок из статьи в New York Times. Иностранная фамилия разделена на слоги, заглавными буквами выделен ударный слог и дается транскрипция произношения, потому что, в обычном случае, ее произнесли бы примерно так: «БлагожЕвич», с ударением на Е.

Mr. Blagojevich (pronounced bluh-GOY-uh-vich), a Democrat, was arrested at his home at dawn Tuesday on charges of conspiracy and soliciting bribes. A lawyer for the governor said he denied any wrongdoing.

Иногда журналист попадает в ситуацию, **когда получить ПОЯСНИТЕЛЬНУЮ СПРАВОЧНУЮ ИНФОРМАЦИЮ невозможно**, однако это не избавляет его от его прямой профессиональной обязанности – не просто передать слова источников и ньюсмейкеров, а сделать так, чтобы все сказанное было понятным.

Например, выступает лидер страны с речью, которая транслируется по телевидению.

Если он произносит **общие слова** или сказал **что-то непонятное**, можно позвонить пресс-секретарю и попросить уточнить. **Можно написать пояснения, основанные на знании того**, как этот лидер трактовал то же самое ранее. Можно попросить пояснения у **независимых экспертов**. В общем, журналист должен сделать свою работу.

Но часто бывает, что это невозможно. Например, чиновник выступил и убежал, экспертов нет, а пресс-секретарь в отпуске на Канарах. А вопрос чувствительный, конкуренты не дремлют, времени мало. В этом случае вам остается использовать одну из формул, которые перечислены в разделе 3.3.1, например:

«**В условиях** пропорциональной системы у оппозиции появляется возможность значительно расширить присутствие в законодательных органах власти», – сказал Путин.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ.

Он не пояснил, какую оппозицию имеет в виду.

Почему надо было давать такое пояснение? Дело в конкретной политической ситуации. На тот момент в России достаточно большую роль играли фракции парламента и партии, которые называли себя

оппозицией, хотя открыто заявляли, что поддерживают руководство страны.

Чтобы избежать проблемы с непониманием, обязательно перечитывайте написанное, попробуйте посмотреть на свою статью посторонними глазами, глазами несведущего читателя.

Иногда достаточно отложить статью и перечитать ее минут через 10-15, тогда неясности и неточности сами бросятся вам в глаза. Проблема с отсутствием пояснений того, что может быть неясно читателям – одна из наиболее распространенных в журналистике. Я советую вам читать хорошо написанные новости, например, на сайте российского подразделения агентства Рейтер (ru.reuters.com/): просто, понятно, то, что может быть непонятным, пояснено.

Второстепенная справочная информация

ВТОРОСТЕПЕННАЯ СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ – это информация, дополняющая ключевой контекст, что помещает новость в еще более широкую картину. Без **ОБЩЕГО КОНТЕКСТА** читатель сможет понять новость, но новость может оказаться **куском информации, вырванным из жизни**.

ВТОРОСТЕПЕННАЯ СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ – это дом, в котором живет Ваша новость.

Но, конечно же, она нужна не в любой новости. Новости типа «человеческий интерес» могут ее не иметь.

Приведу такую схему. К примеру, вы пишете о том, что местное предприятие выиграло тендер на производство графена. Значит, можно высоко в тексте дать **КЛЮЧЕВОЙ КОНТЕКСТ** – важнейшие (дополнительные, не новостные) цифры или факты, без которых читателям не понять суть, важность и выполнимость проекта, или из чего он вытекает. Например, что за этот графен двое наших бывших соотечественников только что получили Нобелевскую премию, и решили из большой любви к родине продать патент на производство вещества этому предприятию за полцены. По ходу, при необходимости нужно давать разъяснения в виде вбросов **ПОЯСНИТЕЛЬНОЙ СПРАВОЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ** для каких-то сложных элементов текста – например, что графен – это самый прочный в мире элемент, что его получили, наклепывая чешуйки графита на скотч. А в конце публикации привести **ВТОРОСТЕПЕННУЮ СПРАВОЧНУЮ ИНФОРМАЦИЮ** в виде цифры, характеризующие экономическую деятельность предприятия, чтобы читателю стало ясно, что оно не загубит этот проект.

3.6.5.3. СИСТЕМНЫЙ КОНТЕКСТ И ЕГО РАЗНОВИДНОСТИ.

СИСТЕМНЫЙ КОНТЕКСТ определяет место, объем новости, нишу или долю новости в системе родственных ей цифр и фактов. Не дополнительных фактов, таких как СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ, а тесно связанных с ЛИДОМ.

У каждой новости есть система, к которой она принадлежит. Примерно, как Земля – одна из 9 планет Солнечной системы (правда, сейчас уже говорят, что их 8). Приведу простейший пример из новости, где система – победы претендента:

(Washington Post, 20 февраля 2008) – Сенатор Барак Обама с большим отрывом выиграл у сенатора Хиллари Клинтон в сегодняшних праймериз демократической партии. Это девятая подряд победа Обамы над сенатором от штата Нью-Йорк.

Еще один простой пример, где система – снижения учетной ставки:

(BBC, 6 марта 2009) – О намерении дополнительно влить в экономику 75 млрд. фунтов стало известно в четверг, когда Банк Англии объявил о снижении учетной ставки с 1% до 0,5%. Это уже шестое понижение ставки с октября прошлого года.

В следующем примере система – это охват проблемы. Новость – о 2 тысячах людей (см. ЛИД). Проблема касается 110 тысяч человек.

(New York Times, 16 ноября 2004) – Армия встретила сопротивление более двух тысяч бывших военнослужащих, которым было приказано вернуться на службу, что усложняет попытки вооруженных сил восполнить нехватку живой силы в регулярной армии.

Многие из этих бывших военнослужащих (а некоторые из них говорят, что они не тренировались, не держали оружия, не носили военной формы и даже много лет не бегали трусцой) возражают против отправки в Ирак или Афганистан, полагая, что срок их нахождения в активном резерве истек. Они ищут возможности уклонения, подавая в суды иски или просто не являясь по повесткам.

За этим их поведением следят еще примерно 110 тысяч других резервистов – те, кто уволился со службы, но до сих пор могут быть призваны.

В этом примере новость напрямую касается количества людей, которые сопротивляются призыву – более 2 тысяч человек, а системный контекст – это количество людей, которые тоже могут сопротивляться призыву, если их призовут – то есть еще 110 тысяч.

Иногда дается не вполне доработанный СИСТЕМНЫЙ КОНТЕКСТ, например, когда пишут «это – последняя из атак на еврейские кладбища» или «такие призывы раздавались и ранее». Здесь читатель не увидит четкого места в системе, но все же получит

некоторое представление о том, что какое-то событие – **не УНИКАЛЬНО**. Конечно, хорошо, если СИСТЕМНЫЙ КОНТЕКСТ дает четкую информацию, но иногда овчинка не стоит выделки, да и может глупо выглядеть, если написать «**это – 467 атака на еврейские кладбища за последние 10 лет**», потому что время, затраченное на поиски этой информации, не окупится ее значимостью для раскрытия СУТИ новости.

Где брать информацию для СИСТЕМНОГО КОНТЕКСТА? Да там же, где и всю остальную контекстную информацию – в интернете, у экспертов, аналитиков, в архиве публикаций, у коллег по журналистскому цеху.

Социальное значение системного контекста.

СИСТЕМНЫЙ КОНТЕКСТ очень важен в новостях, когда он может дать читателям пищу для размышления и важных выводов, если поможет выявить закономерность, тенденции или проблемность ситуации, например:

В пятницу днем с Четвертого моста при обгоне и столкновении со встречным автомобилем в реку упал грузовик.

Это – уже четвертое падение автомобиля с Четвертого моста только в этом году. Сотрудники дорожной полиции объясняют это затрудненной видимостью из-за узости моста.

Подумайте, если у людей, ваших читателей, будет выбор между несколькими мостами, поедут ли они на Четвертый мост? Наверно, нет, и это именно вы помогли им сделать более безопасный выбор, предоставив СИСТЕМНЫЙ КОНТЕКСТ и указав проблемы с этим мостом. В западных странах полиция сделала бы вывод из этой информации и приняла бы меры по повышению безопасности проезда по этому мосту.

Или представьте себе происшествие: в автомобильной аварии на конкретном перекрестке погибли люди. Конечно, можно просто дать кусок милицейской сводки о конкретном происшествии. Но СИСТЕМНЫЙ КОНТЕКСТ даст читателям гораздо больше пищи для понимания.

Для этого надо узнать **родственные цифры и сопоставить их**. Если на этом перекрестке аварии происходят регулярно, то обязательно нужно дать количество погибших на этом перекрестке за какую-то единицу времени, или, если выявится, тенденцию на протяжении нескольких месяцев или лет. Новость тут – число погибших в конкретном случае на конкретном перекрестке. Система же – **общее число погибших на этом же перекрестке за какой-то период времени**.

Это очень важно. Давая этот контекст, вы помогаете читателям **понять жизненно важную проблему и принять жизненно важ-**

ные решения. Например, в этом примере люди могут понять, случайна последняя авария это или закономерность?

Если это – закономерность, то родители, базируясь на вашей информации, скажут своим детям, чтобы они ходили в школу другой дорогой. Правозащитники же, или просто люди с активной жизненной позицией могут потребовать от властей через местные советы навести порядок на этом перекрестке, может быть, установить светофор или изменить порядок движения на нем.

Это ли не элемент демократии как участия людей в управлении обществом? Демократия ведь не появится, если нажать на кнопку или сказать, что она есть. К ней надо идти долго, и каждый – а СМИ в особенности – может внести свой вклад в ее становление. Журналисты обязаны помогать людям понимать общество, в котором они живут, понимать происходящие в нем изменения и способствовать улучшению качества жизни людей.

На этом примере я пытаюсь показать вам вашу силу как четвертой власти. Многие считают, что только критические выступления журналистов, высказывание острых мнений, призывы власти к ответственности являются показателями свободной прессы. Все это так, но и журналисты-новостники могут внести свою лепту в построение гражданского общества. **Информация в контексте – большая сила, и, поскольку это – упрямые факты, она может обладать и большей убедительностью, чем критические статьи и призывы.**

Место системного контекста в новости.

СИСТЕМНЫЙ КОНТЕКСТ может быть в любой части новости. Он может быть КЛЮЧЕВЫМ КОНТЕКСТОМ ИЛИ ЕГО ЧАСТЬЮ, если система дается к основной новости лида. Он может быть и ПОЯСНИТЕЛЬНЫМ КОНТЕКСТОМ, если дается для помещения какой-то второстепенной информации в присущую ей систему. Наконец, он может быть и ВТОРОСТЕПЕННЫМ КОНТЕКСТОМ или его частью, чтобы показать в системе какие-то дополнительные цифры или факты.

У СИСТЕМНОГО КОНТЕКСТА есть еще две разновидности: УНИКАЛЬНОСТЬ, когда что-то происходит впервые (к примеру, этот контекст нужно было дать, когда Обама победил в первый раз) и РЕДКОСТЬ, когда что-то происходит во второй раз.

Уникальность.

УНИКАЛЬНОСТЬ – это частный случай СИСТЕМНОГО КОНТЕКСТА, когда родственных цифр или фактов нет, и новость – это един-

ственное в своем роде событие. **УНИКАЛЬНОСТЬ** новости придает ей особую ценность.

По УНИКАЛЬНОСТИ часто можно понять и важность новости.

УНИКАЛЬНОСТЬ произошедшей новости обычно является КЛЮЧЕВЫМ КОНТЕКСТОМ или его частью, и дается в материале высоко. Иногда, если УНИКАЛЬНОСТЬ можно сформулировать коротко, она включается в ЛИД. Чаще она дается в следующем абзаце.

Важно: УНИКАЛЬНОСТЬ – это уникальность для общества. Если что-то впервые делает какая-то фирма или организация, а в это время все остальные фирмы и организации ЭТО уже давно сделали, то это – не уникальность, а продвижение, пиар. **Из новости должна быть видна именно абсолютная ее уникальность.** Например:

(Financial Times, 5 октября 2002) – Вчера суд Лос-Анджелеса постановил, что компания Филип Моррис должна выплатить \$28 миллиардов в качестве компенсации жертве рака легких. Это – самая высокая выплата в истории по иску индивидуала против табачной компании.

А газета «Ведомости» смогла в одном лиде дать уникальность дважды – отметив уникальность события (первый выпуск в России) и назвав «дочку» Газпрома «пионером» на рынке ипотечных облигаций.

(Ведомости, 20 ноября 2006) – Вчера Федеральная служба по финансовым рынкам (ФСФР) зарегистрировала первый в России выпуск ипотечных облигаций. Пионером на рынке, объем которого через несколько лет может измеряться миллиардами долларов, стала «дочка» Газпромбанка.

Сравните это с сообщением, где нет никакого контекста:

Государственный комитет по ценным бумагам зарегистрировал проспект эмиссии процентных бездокументарных необеспеченных облигаций Акционерного Коммерческого Банка «Rabitebank». Как передает «Агентство» со ссылкой на сообщение Бакинской фондовой биржи, объем эмиссии составляет 2 млн. манатов.

По второму тексту возникают естественные вопросы: Ну и что в этом такого особенного? Уникального? Почему об этом надо писать? **Может быть, другие банки регистрируют эмиссии в объеме 15 млн манатов, и эта эмиссия – самая маленькая?**

Задача журналиста – не продвигать информацию о чьих бы то ни было эмиссиях, а давать журналистские новости, из которых должно быть понятно, что в новости есть что-то особенное, уникальное, новое, что она – не просто переписанный пресс-релиз и тем более не реклама.

Представьте себе, что в стране тысячи банков и все выпускают миллионные эмиссии. Почему вы должны о каждой писать? Во что тогда превратится ваше СМИ? В карманное издательство для банков?

Найдите в информации что-то особенное, уникальное, и это станет одним из оснований для ее публикации в качестве журналистской новости.

Редкость.

Если новость не уникальна, она может обладать РЕДКОСТЬЮ, например:

Иркутск (Рейтер, 20 февраля 2009) – Российский президент Дмитрий Медведев снова раскритиковал действия правительства Владимира Путина в борьбе с кризисом, который, по мнению главы государства, еще не достиг своего апогея.

«Очень медленно работаем, неприемлемо для кризиса», – пожаловался он на заседании Госсовета.

«Кризис продолжается и его апогей не достигнут, или нижняя точка падения не достигнута... не только в нашей стране, но и в других странах», – сказал он.

Это уже второй случай, когда Медведев критикует действия своего предшественника на президентском посту, не называя при этом имени Путина. Впервые Медведев выразил недовольство нерасторопностью Кабинета в начале года.

Посмотрите, как дается РЕДКОСТЬ в новости о взрывах в Багдаде. Уж кажется там столько взрывов, что никакой новости в них нет. Но нет. РЕДКОСТЬЮ вы можете придать событию новостную ценность, пояснив, почему эта новость достойна увидеть свет:

(Associated Press, 3 февраля 2007, Багдад) – Водитель грузовика-самоубийца в воскресенье атаковал рынок в населенном преимущественно шиитами районе Багдада, убив 121 человека, которые покупали там еду на ужин.

По количеству жертв это нападение – одно из самых разрушительных в столице за все время после начала войны.

[...]

Этот взрыв стал самым кровавым с 23 ноября, когда боевики, предположительно члены Аль-Каиды, напали на район столицы Садр, где живут шииты, и в серии последовавших друг за другом взрывов бомб и гранат убили как минимум 215 человек.

3.6.5.4. СОБЫТИЙНЫЙ КОНТЕКСТ.

СОБЫТИЙНЫЙ КОНТЕКСТ помогает читателю установить взаи-

мосьвязь новости с другими, имеющими не обязательно прямое отношение к этому же делу, событиями, выступлениями, поступками, комментариями. Например:

Стамбул (Рейтер, 28 ИЮЛЯ 2008) – Пятнадцать человек погибли и около 140 получили ранения в результате взрывов в Стамбуле в воскресенье вечером, произошедших всего за несколько часов до судебных слушаний по делу о запрете правящей партии на фоне бурных политических волнений в стране.

В коротких новостях этот контекст используется редко, но в каких-то ситуациях вполне может пригодиться. Представим себе выступление ньюсмейкера по какому-то вопросу, связанному, к примеру, с каким-то конкретным, предстоящим или только что прошедшим событием. Или, например, если у какого-то предприятия обвалилась крыша всего за два дня до начала запланированного ремонта.

В отличие от системного контекста, где даются родственные цифры и факты, и от справочной информации, где даются дополнительные факты, **событийный контекст определяет позиционирование новости между, после или перед какими-то другими значительными событиями, в том числе комментариями и выступлениями.**

Новость и это событие каким-то образом связаны между собой, или могут быть связаны, или каким-то образом контрастируют или сравниваются. Обычно этот временной промежуток – небольшой, но бывает, что их разделяют месяцы или годы.

Такой контекст обычно дается без ссылок на источники, если то, другое, событие – общеизвестный факт или факт, который можно легко проверить. Еще один пример:

(Associated Press, 21 июля 2004) – Лента видеонаблюдения из вашингтонского международного аэропорта Даллес, снятая 11 сентября 2001 года, показывает, как четверых из пяти угонщиков отводят в сторону для дополнительного досмотра после того, как на них отреагировал металлодетектор, и как им потом позволили пройти на борт самолета, который врезался в Пентагон.

Демонстрация этого видео прошла за день до обнародования заключительного отчета комиссии по расследованию событий 11 сентября, в котором, как ожидается, будет представлено детальное освещение происшедшего в этот день.

Новость (видеозапись, которая доказывает, что теракт мог быть предотвращен, если бы досмотр был проведен по правилам) тут приурочена к событию (обнародование отчета комиссии по расследованию теракта). Еще пример:

(New York Times, 22 июля 2004) – Боевики заявили в среду, что они захватили еще шестерых иностранных заложников. Они угрожали отрезать по одной голове каждые 72 часа до тех пор, пока работодатели заложни-

ков не прекратят свою деятельность в Ираке. Эти захваты заложников произошли на следующий день после освобождения филиппинского шофера, когда правительство этой страны вывело свои войска из Ирака. Этот вывод войск был осужден американскими и иракскими официальными лицами.

Здесь событийный контекст показывает, что боевики могли быть воодушевлены выполнением своих требований после захвата филиппинца. Читатели могут сделать вывод, что захваты заложников могут участиться.

Событийный контекст может быть элементом драмы. Например, в статье из британской газеты о том, как смертница-самоубийца, палестинка Рим Рияши, взорвала себя, убив двух израильских солдат, пограничника-полицейского и одного гражданина Израиля, дается глубокий и драматичный событийный контекст.

(The Independent, 15 января 2004) – На видео, снятом перед ее смертью, Рим Рияши сказала, что она давно мечтала стать «мученицей» и хочет, чтобы ее тело разлетелось на куски как «смертоносная шрапнель». Вчера части ее тела – неотличимые от плоти еще четырех человек, которые погибли, когда она взорвала бомбу, спрятанную под одеждой – собирали с пола.

РЕДКОСТЬ

Рияши стала лишь второй палестинской матерью, которая пошла по пути камикадзе.

СОБЫТИЙНЫЙ КОНТЕКСТ

Она погибла спустя день после того, как умер Том Харндалл, британский мирный активист, который был ранен в голову израильским солдатом в секторе Газа в апреле прошлого года и 9 месяцев пролежал в коме, прежде чем скончался. Рияши было 22 года, столько же, сколько Харндаллу. Он погиб, пытаясь спасти палестинских детей, оказавшихся в ловушке на линии огня. Рияши погибла, чтобы убить и искалечить.

Обратите внимание, насколько интересно дан событийный контекст. Журналист вполне могла сказать о том, что этот случай произошел, к примеру, через месяц после предыдущего аналогичного взрыва, произведенного самоубийцей-террористом.

Но она оказалась творцом, нашла другой прекрасный пример для сравнения и **построила этот блок на контрастах – жизнь-смерть, мужчина-женщина, рассказав о ровесниках.**

Один умер за мир, а другая, которая призвана давать жизнь, исполнила свою мечту убить. **Именно такие приемы являются элементами высшего пилотажа в журналистике.**

3.6.5.5. ВАЖНОСТЬ.

ВАЖНОСТЬ как контекстный блок нужен в новости, чтобы **ЭТОТ читатель не просто проглотил информацию, а ПОНЯЛ важность новости для себя, своей семьи, работы, общества, в котором он живет, для своей страны, своих сограждан.**

Например, можно вбросить факт и он просвистит мимо читателей, потому что никому нет никакого дела до какого-то села:

В село Горское Лерикского района на прошлой неделе провели водопровод. «Ну и что?» – спросит любой читатель.

Но добавьте информацию, которая покажет произошедшее изменение, и новость заиграет, заинтересует читателя, высветив свою **ВАЖНОСТЬ**.

НАПРИМЕР, здесь читатели смогут протянуть ниточку между собой и ситуацией:

В Горское, самое отдаленное село Лерикского района, где около 100 лет не было питьевой воды, на прошлой неделе провели водопровод. Прежде питьевую воду жители села привозили из соседних сел, до ближайшего из которых им приходилось преодолевать 250 километров по горному бездорожью.

НЕ ПРАВДА ЛИ, легко теперь представить счастливых людей, ведь теперь им достаточно повернуть кран и вода потечет! Но в чем **ВАЖНОСТЬ** новости для других читателей? Наверно, в удивлении, что жилищно-коммунальный прогресс в районе достиг таких рекордов, а также, в появлении мыслей о том, что если это возможно, то почему бы не обратиться в администрацию, чтобы починили рытвины на асфальте возле своего дома... Да мало ли какие интересные выводы может сделать для себя читатель, если вы не просто выстрелите новость, а поясните ее **ВАЖНОСТЬ**?

Чтобы сформулировать **ВАЖНОСТЬ**, задайте себе следующие вопросы:

- ➔ Ну и что?
- ➔ Что хорошего принесет новость для общества или людей?
- ➔ Кому это важно?
- ➔ Почему это важно?
- ➔ Почему об этом вообще надо писать?
- ➔ Почему читателям новости на веб-сайте издания это может быть интересно?

Контекстный блок **ВАЖНОСТЬ** должен находиться высоко в новости – так высоко, как только можно, чтобы он позволил

читателю проникнуться новостью, зацепил его за что-то. **ВАЖНОСТЬ** может быть вкраплена в ЛИД, если это можно сделать относительно коротко, а потом развита в отдельном блоке.

В предыдущем примере ВАЖНОСТЬ была показана сравнением, и это – самый простой способ написания блока ВАЖНОСТЬ в новости. Просто надо сравнить, **ЧТО БЫЛО** и **ЧТО СТАЛО**.

Но иногда, особенно в сложных новостях, это сделать сложно, хотя опытный журналист, знающий свою тему, может сформулировать ВАЖНОСТЬ самостоятельно. Менее опытным должен помочь редактор или коллеги. Например:

США и пять других стран сообщили во вторник о намерении провести прямые переговоры с Ираном, чтобы снять остроту противостояния из-за ядерной программы Тегерана. Это говорит об отходе США от политики конфронтации.

Еще раз напомним – контекстные блоки должны быть максимально бесспорными, именно поэтому они чаще всего даются без ссылки на источник или как выжимка из того, что подробно раскрывается во **ВТОРОЙ ЧАСТИ** новости. Но если вы сомневаетесь в бесспорности сформулированной **ВАЖНОСТИ** – **ссылайтесь на компетентный источник**, который для вас ее сформулировал. Никакой проблемы в этом нет, наоборот, вы перестрахуете себя, неопытного журналиста, или журналиста, который не в теме. **Главное – чтобы этот блок новости был сформулирован компетентно и позволил целевой аудитории понять важность новости.**

ВАЖНОСТЬ не обязательно выделяется отдельным блоком. Она может быть дана в комбинации с другими блоками, и даже не только с ЛИДОМ. Например:

(International Herald Tribune, 17 ноября 2004) – Традиционно английские пабы ассоциируются с рядами низких балок, теплым элем и клубами ядовитого табачного дыма – но, наверно, скоро этой традиции придет конец. В проекте, поданном в парламент во вторник, правительство Тони Блэра предложило ввести практически тотальный запрет на курение в большинстве баров и других местах, перечисленных в проекте, начиная с 2006 года.

[...]

Правительство считает целью своих предложений изменить тенденции к ухудшающемуся здоровью общества, в котором люди слишком мало занимаются двигательной активностью, едят слишком много жирной пищи, а также вовлечены в случайный незащищенный секс и много курят.

3.6.5.6. ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ.

ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ – это формулировка проблемы, которую новость создает, создала или создаст. Спросите, для кого? А это очень сложный вопрос, постарайтесь в нем как следует разобраться. Вы пишете для читателей? Поэтому, в первую очередь, думайте о них. Какие проблемы им грозят от новости? В следующем примере обратите внимание, что в ЛИДЕ сформулирована ВАЖНОСТЬ для миллионов людей, а во втором абзаце – ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ для окружающей среды а, следовательно, для общества:

ДЕЛИ (Рейтер, 10 января 2008) – Индийская автомобильная компания Tata Motors Ltd представила самый дешевый автомобиль в мире, который позволит миллионам потребителей на развивающихся рынках обзавестись собственным транспортным средством.

Защитники окружающей среды³¹ не отнеслись к автомобилю с большим энтузиазмом. Они обеспокоены тем, что миллионы дешевых машин заполнят индийские дороги, многие из которых уже переполнены, а эмиссии углекислого газа запредельно поднимут уровень загрязнения в третьей по величине экономике Азии.

Как видно, читатели, общество, окружающая среда являются теми категориями, для которых, в первую очередь, и формулируется ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ.

Чтобы сформулировать ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ, задавайте себе и компетентным источникам вопросы:

- В чем проблема этой новости?
- Какие негативные последствия она вызовет или может вызвать и для кого?
- Кто и насколько от этой новости проиграет, в первую очередь?
- Чего надо опасаться и кому?
- Чего надо бояться и кому?

ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ может быть дана и для других категорий людей, организаций, объектов, на которых **новость должна напрямую и в первую очередь повлиять**. В западной журналистике их называют «акционерами новости» (stakeholders). Эти люди, группы людей, компании или организации должны быть социально значимыми, иначе новость не будет иметь высокой новостной ценности. Например, ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ можно написать относительно известного человека:

³¹ Обратите внимание на то, что в формулировке ПРОБЛЕМНОСТИ НОВОСТИ опосредованно указан источник.

МОСКВА (Рейтер, 9 июня 2007) – Дело в отношении опального российского бизнесмена Бориса Березовского, обвиняемого в хищении средств Аэрофлота, будет рассмотрено в одном из районных судов Москвы, скорее всего, в отсутствие подсудимого, говорится в сообщении Генпрокуратуры РФ.

Если его вина будет доказана, Березовский, яростный критик Кремля, получивший политическое убежище в Великобритании, может быть приговорен к тюремному заключению сроком до 10 лет.

Как **ВАЖНОСТЬ** не нужна для каждой новости, так и **ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ** можно не пояснять для новости, из которой и так понятно, какую проблему она вызвала. Например, гибель людей – это всем понятная проблема.

ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ должна быть дана высоко в тексте. Правила ссылки на источник в этом контекстном блоке – обычные для контекстов. Если вы можете написать этот блок авторитетно, компетентно, объективно, с позиций знания темы, и можете взять на себя ответственность за эту формулировку, то источники можете не давать. Если же вы не очень опытни в этой теме, то лучше переложить ответственность на компетентный источник, задав ему точно сформулированные вопросы.

Конечно, журналист будет чувствовать себя лучше, если компетентный источник сам сформулирует проблему. Ну а если не спросите – формулировка этого блока станет вашей проблемой и головной болью. Поэтому лучше спрашивайте и перекладывайте ответственность с себя на источник.

Нужно сказать, что в коротких новостях блок **ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ** журналист формулирует чаще всего самостоятельно или с помощью своего более опытного и знающего редактора.

В более длинных новостях, в которых пишется **ВТОРАЯ ЧАСТЬ**, журналист может дать формулировку **ПРОБЛЕМНОСТИ НОВОСТИ** на основе того, что написано в структурных блоках **ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ**. Ведь в этом блоке часто развернуто поясняются проблемы, которые вызовет новость. **ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ**, в этом случае, будет более понятна читателю, потому что читатель видит, откуда она взялась.

Иногда **ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ** настолько важна, что этот блок ставят перед лидом. Например:

(The Age, 19 октября 2004) – Австралийские аэропорты может охватить хаос, если таможенники решат выполнить свой план забастовки на этой неделе.

До 4,800 таможенников, которые работают в портах и аэропортах Австралии, пригрозили провести однодневную забастовку, начиная с полуночи четверга.

В тексте этой новости далее имеются комментарии, доказывающие предположение о предстоящем хаосе.

При наличии сложной конфликтной ситуации, журналисты могут коротко дать ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ от одной стороны и ВАЖНОСТЬ от другой. Тут лучше сослаться на источники, чтобы переложить ответственность с себя на компетентных людей:

Крупнейший в Сибири производитель аэрозолей «Сиблар» разорвал дилерские отношения с полусотней мелкооптовых фирм и заключил эксклюзивные договоры с тремя крупными компаниями.

Совет директоров предприятия посчитал, что этот ход позволит увеличить продажи на 20%, хотя ряд менеджеров завода опасается, что завод потеряет часть рынка.

Это были примеры относительно коротких контекстных разделов, а теперь рассмотрим раздел, более внушительный по объему, где комбинируются разные виды контекстов.

3.6.5.7. НАПРЯЖЕННОСТЬ СИТУАЦИИ.

НАПРЯЖЕННОСТЬ СИТУАЦИИ – это проблемный фон, на котором происходит новость, какие-то конкретные сложности или тенденции, или уже существующий конфликт, на которые накладывается новость. Например:

МИНСК (Рейтер, 7 сентября) – Белоруссия с 1 января 2008 года отменит существующий с советских времен институт обязательной прописки граждан по месту жительства, заменив его уведомительной регистрацией, сообщила пресс-служба президента Александра Лукашенко со ссылкой на его указ.

«Прописка» советского образца ограничивает свободу граждан, признали власти государства, критикуемого Западом за преследование оппозиции и нелиберальную модель экономики.

Этот блок, как и другие, зависит от знания аудиторией конкретной напряженной ситуации. Если новость пишется для местной аудитории, и эта аудитория хорошо знакома с ситуацией, то этот контекст иногда не нужен. Журналист, в каждом случае, должен определять степень знаний ситуации своими читателями.

Для написания этого контекста надо выяснить:

- ➔ На фоне какой напряженной ситуации или конфликта происходит эта новость?
- ➔ Из какой напряженной ситуации или конфликта вырастает эта новость?

Цель этого контекстного блока – **нагнетание атмосферы**, перенос читателя в конкретную напряженную ситуацию или конфликт, создание эффекта присутствия. Если новость позволяет, взывайте в этом контексте к тем струнам души читателя, которые вызовут сопереживание. Смерть людей, опасность приближающегося стихийного бедствия или возможные негативные последствия принятия плохого закона – все это им близко.

Этот контекстный блок должен быть напрямую связан с ЛИДОМ, если он дается как часть КЛЮЧЕВОГО КОНТЕКСТА. Если он дается как пояснительная справочная информация, то он может пояснить предыдущий абзац.

ОЧЕНЬ ЧАСТО блок НАПРЯЖЕННОСТЬ СИТУАЦИИ совпадает с блоком ПОЧЕМУ ЭТО ПРОИЗОШЛО, и если вы обратите внимание на вопросы, которые задаются для выяснения содержания этого блока (см. выше), вы это и сами увидите. Вот пример:

АСТАНА (Рейтер, 7 сентября 2007) – Правительство Казахстана требует права останавливать пуски российских космических ракет с Байконура в случае, если траектория их полета совпадает с графиком поездок президента Нурсултана Назарбаева, сказал премьер-министр Карим Масимов.

Накануне ракета-носитель «Протон» с японским спутником на борту упала в степи вскоре после старта с космодрома, который Россия арендует в центре Казахстана. Обломки с токсичным топливом упали в районе города Джезказган, где в тот момент находился президент страны.

На практике встречается огромное множество ситуаций и множество разных подходов к формулировке НАПРЯЖЕННОСТИ СИТУАЦИИ. В каждом случае, журналист должен пользоваться не рецептами по формулировке, в которые можно подставить новые слова или цифры, а пониманием, что такое НАПРЯЖЕННОСТЬ СИТУАЦИИ, общими подходами.

Еще раз напомню: в ситуациях, когда вы не можете дать НАПРЯЖЕННОСТЬ СИТУАЦИИ фактом, и ее формулировка может быть спорной, не формулируйте ее самостоятельно, не берите на себя ответственность, **а ищите компетентного независимого эксперта для ее толкования. Если независимого эксперта найти не удастся, а у проблемы есть два (или более) толкования, давайте оба этих толкования, потому что односторонний подход будет необъективным.**

Помните, что в одной статье может быть и несколько НАПРЯЖЕННОСТЕЙ СИТУАЦИИ – если в ней несколько субъектов или сторон

новости. В этом случае она формулируется так: **НАПРЯЖЕННОСТЬ СИТУАЦИИ ДЛЯ ТОГО-ТО/ТАКОЙ-ТО СТОРОНЫ**. Пример смотрите в *Приложении 5*.

А в следующей статье дается подробнейшее описание того, чем конкретно страшна эта новость. Причем **НАПРЯЖЕННОСТЬ СИТУАЦИИ** коротко дается в **ЛИДЕ**, а потом, более развернуто, в отдельном блоке. А между ними дан контекстный блок **ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ**, которая поясняет, какую проблему может вызвать то, о чем сказано в **ЛИДЕ**. Все эти контексты вместе составляют **КЛЮЧЕВОЙ КОНТЕКСТ**:

ЛИД/НАПРЯЖЕННОСТЬ СИТУАЦИИ (коротко)

(New York Times, 24 октября 2004) – Иракское промежуточное правительство предупредило США и международных атомных инспекторов, что почти 380 тонн мощных взрывчатых веществ – которые используются для взрывов домов, начинения ракетных боеголовок и детонирования ядерных зарядов – исчезло из одного из самых больших иракских военных предприятий.

ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ (часть ключевого контекста)

Американские эксперты по вооружению говорят, что их наибольшую озабоченность вызывает возможность использования этих взрывчатых веществ для нападения на американских и иракских военных: эти вещества, конкретно НМХ и RDX, могут стать начинкой ракеты, которая может сбить самолет или взорвать жилой дом.

НАПРЯЖЕННОСТЬ СИТУАЦИИ (развернуто) / **СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ** (часть ключевого контекста)

Ракета, которая сбила рейс №103 Панамериканских авиалиний над Локерби, Шотландия, в 1988 году, использовала менее фунта такого типа вещества. Больше его количество было использовано для подрыва жилого комплекса в Рияде, Саудовская Аравия, и для взрывов домов в Москве в сентябре 1999 года, в которых погибло около 300 человек.

3.6.5.8. ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ.

ПОЛИТИЧЕСКИЙ контекст очень часто является разновидностью контекста **НАПРЯЖЕННОСТЬ СИТУАЦИИ** и дает читателю понять острую политическую ситуацию, на фоне которой происходит новость. Например:

МОСКВА (Рейтер, 23 июля 2008) – Гособвинитель потребовал пожизненного тюремного заключения для бывшего совладельца ЮКОСа Леонида Невзлина, обвиняемого в Мосгорсуде в организации убийств и покушениях на убийства, сообщил Рейтер адвокат предпринимателя Дмитрий Харитонов.

НАПРЯЖЕННОСТЬ СИТУАЦИИ (часть ключевого контекста)

Защита уверена, что обвинение не представило необходимых доказательств вины, а сам Невзлин, находящийся в Израиле, называет судебный процесс политическим.

ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ (часть ключевого контекста)

Уголовное преследование бывших владельцев и сотрудников крупнейшей нефтяной компании ЮКОС, начавшееся во время президентства Владимира Путина, по мнению многих наблюдателей, стало поворотным решением Кремля, решившего силовым способом пресечь попытки крупных предпринимателей конкурировать с властью на политическом поле.

Обратите внимание на ссылку в ПОЛИТИЧЕСКОМ КОНТЕКСТЕ. Журналист ссылается обобщенно на мнение «многих наблюдателей», и здесь на стороне журналиста стоит авторитет агентства Рейтер. Раз он так пишет, значит, многие наблюдатели так считают. Но есть ли у вас лично как журналиста такой авторитет? Или у вашей газеты? Если нет, то не рискуйте делать такие обобщенные ссылки³². Ссылайтесь на конкретный компетентный источник, либо, если вы все же даете обобщенные ссылки, ниже в тексте, во ВТОРОЙ ЧАСТИ, у вас должна быть расшифровка этой формулировки с именами экспертов.

3.6.5.9. ЦИФРОВОЙ КОНТЕКСТ.

ЦИФРОВЫМ КОНТЕКСТОМ ВЫ сравниваете новость с чем-то, определенным ранее, показываете тренд, демонстрируете новость в динамике. Цифры, поданные в сравнении, лучше запоминаются, ведь люди видят в этом случае цифры в более широкой картине.

Никогда не давайте «голых цифр», они ни о чем читателю не говорят. Пример:

(Рейтер, 1 июня 2007) – Уровень безработицы в зоне обращения единой европейской валюты снизился до 7,1 процента в апреле 2007 года с 7,2 процента в марте, сообщило статистическое ведомство Евросоюза Eurostat. Аналитики в среднем прогнозировали безработицу в апреле на уровне 7,2 процента.

В этом примере **ЦИФРОВОЙ КОНТЕКСТ** дается по двум позициям – сравнения с данными предыдущего месяца и сравнения с прогнозами аналитиков.

Сравнивать нужно с тем, с чем можно сравнить. Например, вы пишете об объемах производства молока в предыдущий месяц. Эту

³² Когда читатели видят ссылки на неназванных «экспертов» или «наблюдателей», они чаще всего думают, что журналист это придумал сам.

цифру можно сравнить с цифрами объема производства молока за тот же месяц прошлого года. Можно сравнивать цифры объемов производства молока за несколько лет для выявления экономического тренда. Можно сравнивать объемы производства с цифрами, которые были предсказаны экспертами. Можно сравнить объемы производства с теми, которые были запланированы на этот месяц.

Всегда держите в голове своего читателя. Например, можно сравнивать цифры затрат на сравнимые социальные проекты, чтобы читатель-налогоплательщик мог увидеть, насколько больше или меньше денег тянут из его кармана, а также на что они тратятся. Но подумайте, **не надо ли сделать сначала пересчет в те единицы, которые будут еще более понятны для читателей** – к примеру, среднесуточные (недельные, месячные, годовые) затраты или затраты на душу населения. Если администрация вашего города авторитарна и у газеты могут быть неприятности за критические публикации³³, то такой подход поможет вам избежать проблем. **Ведь цифры в контексте говорят сами за себя и часто кричат громче, чем критики.**

Когда сравниваете цифры, чаще всего надо, чтобы читатель понял три момента – что было раньше, что стало сейчас и процент изменения. Обычно дают две цифры, например «ежесуточный объем транспортировки увеличился в этом году на 15 процентов до 46 тысяч тонн, по сравнению с прошлым годом». Но если в Книге стиля СМИ требуется давать все три цифры – такое тоже нормально. Главное – придерживаться единого стиля издания.

Иногда журналисты спрашивают, как лучше сравнивать абсолютные цифры – что-то увеличилось с 10 до 15, или наоборот – что-то увеличилось до 15 с 10. Можно и так, и так, это обычно определяется Книгой стиля СМИ. Например, в российских СМИ чаще дают первый вариант, а на русскоязычном сайте агентства Рейтер используется калька с английского языка – до такой-то цифры с такой-то цифры:

(Рейтер, 11 июня 2007) – [...] В мае парламент принял поправки в конституцию, согласно которым число депутатов [нижней палаты парламента]³⁴ увеличивается до 107 с 77, а их выборы будут проходить полностью по партийным спискам.

³³ Имеется в виду другой жанр, не новостной – например, колонки, фельетоны, редакционные статьи. Кстати, во время острых политических процессов, когда речь может идти о выживании газеты, можно перейти в большей степени на подготовку новостей с хорошими контекстами: выверенная бесспорная контекстная фактура и использование принципов объективности, справедливости, баланса и взвешенности защитит газету от нападков с любой стороны.

³⁴ В квадратных скобках здесь и везде в пособии даны либо пропуски текста, либо расшифровки того, что может быть непонятно в оригинале.

В материалах на темы не экономического плана цифры хорошо воспринимаются, если их сравнивать с родственными цифрами, или с чем-то, что люди хорошо себе представляют – например, в размере футбольных полей. Если такое сравнение броско и оригинально, то информация лучше запоминается. Только не надо перегибать с оригинальностью. Не надо измерять в попугаях, ведь они могут быть разного размера, в то время как размер футбольного поля – стандартный.

В одной новости, присланной на тренинг, журналист написал, что купленные для больницы реанимационные кровати стоимостью по 1500 евро «выглядят на свою цену». **Ведь «своя цена» – это бессмысленное выражение³⁵.** Как можно оценить, что кровати выглядят именно на 1500 евро, а не, к примеру, на 1699 или на 1322 евро? А 1500 евро у разных читателей может вызвать совершенно другие ассоциации, например, что кровати выглядят на цену:

- подержанного и слегка побитого «Опель кадета»;
- четверти квадратного метра в новой квартире;
- галстука, купленного на Елисейских полях в Париже и т. д.

В данном случае, лучше было сказать, что эти кровати стоят в 5 раз дороже, чем те, которыми пользуются сейчас, но имеют такие-то неоспоримые преимущества, или, что они стоят в два раза дешевле купленных в прошлом году, хотя по качеству – такие же.

Ну и, конечно, не надо доводить до абсурда ЦИФРОВОЙ КОНТЕКСТ, давая его туда, где он не нужен, и где цифра – редкий случай! – говорит сама за себя. Например, как в этой маленькой истории, где цена абсурдно отличается от нормальной, где она – вряд ли кто-то будет с этим спорить – на самом деле чрезвычайно завышена:

Отель на Шри-Ланке предлагает десерт по \$14.500

КОЛОМБО (Рейтер, 24 сентября 2007) – Отель The Fortress в городе Коггала, недалеко от столицы Шри-Ланки Коломбо, предлагает своим постояльцам полакомиться роскошным десертом сабайон – по смешной³⁶ цене в \$14.500 за порцию.

Ингредиентами блюда являются шампанское Dom Perignon, декоративные листья из серебра и золота и аквамарин в 80 каратов. Десерт увенчан украшенной жемчужиной фигуркой рыбака на традиционных ходулях.

Желающих попробовать творение шриланкийских кулинаров пока не нашлось.

«Но в декабре мы ожидаем прибытия двух гостей из Японии – от них у нас

³⁵ Вспомните поговорку о том, что у каждого своя беда – у кого-то суп жидкий, а у кого-то жемчуг мелкий.

³⁶ Вообще-то такие оценочные слова в новостях не используются. Новости рубрики «странное» имеют свою особенность, здесь используется более свободный стиль изложения.

есть уже два предварительных заказа», – сказал управляющий отеля Аксель Джарош.

«За \$14.500 вы получаете гораздо больше, чем просто еду. Заказав наш десерт, вы получаете возможность забрать драгоценный камень с собой». Дирекция отеля попросила включить ее десерт в Книгу рекордов Гиннеса.

Читатели обожают такие истории... Ищите их, и ваши читатели к вам потянутся.

3.6.5.10. ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ.

ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ – это, наверно, самый простой из возможных контекстов. Он дается к материалам, в которых упоминаются географические точки, которые читатели могут не знать.

Такая привязка нужна в любых новостях, в которых идет речь о незнакомых или малознакомых целевой аудитории местах – особенно, если ваши новости даются на интернете. Ведь надо уважать не только своих газетных читателей, которым родные места до боли знакомы³⁷.

Чаще всего он дается не отдельным блоком, а просто небольшим вкраплением в текст. Например:

Пример использования географического контекста в новости агентства Bloomberg (отрывок):

Magna, Автоваз договорились построить в России автозавод стоимостью \$1.7 миллиарда

(Bloomberg, 22 декабря 2006) – Magna International Inc., самый большой производитель автомобильных запчастей Канады, и российский ОАО «АвтоВАЗ» построят автомобильное производство в России, чтобы удовлетворить растущий спрос на дешевые автомобили в странах бывшего Советского Союза.

Две компании решили построить завод в Тольятти, городе на юге России. Это производство сможет выпускать 500.000 машин в год к 2010 году, сказал сегодня в Москве председатель совета директоров АвтоВАЗа Сергей Чемезов. АвтоВАЗ, который находится в Тольятти – это самый большой российский производитель автомобилей.

Разумеется, не надо объяснять своим землякам, на каком расстоянии от Москвы и в каком направлении находится ваш город. Однако если речь идет о маленьком селении, о котором люди могут не знать, то обязательно дайте этот контекст – например, **столько-то километров к югу от вашего города, или между какими-то**

³⁷ В интернете, чтобы не раздражать местных читателей, географический контекст можно давать гиперссылкой, как, впрочем, и другие нужные контексты.

более известными населенными или другими географическими пунктами.

Часто дают не только направление, но и километраж – насколько далеко от известного места находится то, о чем вы пишете. Это особенно важно, если вы даете название малоизвестного города, или города в другой стране, в том числе используя перепечатки из других СМИ. Не заставляйте людей рыться в интернете, они не будут вам за это благодарны.

Географический контекст всегда можно выбросить из сообщения, если редактор конкретной газеты, которая хочет его перепечатать, считает, что его читатели достаточно продвинуты и знают место, о котором идет речь. **Но я бы не преувеличивала уровень географической грамотности читателей.** Меня убедила в этом одна авторская колонка в International Herald Tribune – одной из ведущих мировых газет – несколько лет назад, где автор, один продвинутый американский колумнист, написал «**Norway, also known as Finland**», то есть «**Норвегия, известная также под именем «Финляндия».**»

3.6.5.11. РЕДКИЕ КОНТЕКСТЫ: ГЕОПОЛИТИЧЕСКИЙ, ЭКОНОМИЧЕСКИЙ, ГЕОЭКОНОМИЧЕСКИЙ, РЕЛИГИОЗНЫЙ.

Как и все другие контексты, эти могут быть даны как КЛЮЧЕВОЙ КОНТЕКСТ или его часть – если без него невозможно понять СУТЬ; как ПОЯСНИТЕЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ; и как ВТОРОСТЕПЕННЫЙ КОНТЕКСТ – все зависит от того, для чего вы его используете и что им поясняете.

ГЕОПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ – это политический контекст в ситуации, где новость касается нескольких стран или регионов, а может быть, даже разных районов. Это – фон для события, о котором написана новость. Геополитический фон может быть нейтральным, позитивным или негативным (и тогда он может совпадать с контекстом НАПРЯЖЕННОСТЬ СИТУАЦИИ). Главное – он должен дать читателям объективную реальную картину, на которую накладывается новость. В региональных газетах он может использоваться, дополняя перепечатки из других регионов.

Пример геополитического контекста, где новость касается разных стран:

БУДАПЕШТ (Рейтер, 22 февраля 2007) – Апелляционный суд Венгрии оставил в силе приговор о пожизненном заключении гражданина Азербайджана, зарубившего топором коллегу по военной академии Будапешта, гражданина Армении.

[...]

Бывшие советские республики Армения и Азербайджан находятся в состоянии войны из-за района Нагорного Карабаха, который населен преимущественно армянами. Тяготеющая к Еревану самопровозглашенная республика рассматривается мировым сообществом как часть Азербайджана.

Баку и Ереван ведут пока безрезультатные переговоры под эгидой международных посредников. На линии соприкосновения враждующих сторон периодически вспыхивают перестрелки, а политики обмениваются воинственными заявлениями по поводу карабахской проблемы.

Экономический контекст – это **характеристика экономической ситуации в стране** – указание на «динамично развивающуюся экономику» или «страну, в которой экономический рост продолжается уже такой-то год подряд», или на «страну с самыми высокими в мире темпами экономического развития».

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ не очень сильно отличается от **СПРАВОЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ**, просто в нем речь идет о каком-то состоянии экономики страны, предприятия, отрасли, или чего угодно, которое существует на момент написания новости. Важно, что это состояние дается строго в фокусе новости и может быть разновидностью любой из трех групп контекстов. В следующем примере **ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ** дан как **ВТОРОСТЕПЕННЫЙ КОНТЕКСТ**, то есть внизу новости, потому что без него можно понять **СУТЬ** новости:

Самара, Россия (Рейтер, 29 октября 2010) – Россия может снизить налоговую нагрузку на нефтяной сектор к 2020 году до 65 процентов выручки с нынешних 73 процентов для стимулирования инвестиций, сообщил журналистам министр энергетики Сергей Шматко.

[...]

Ранее премьер-министр Владимир Путин говорил, что Россия намерена сохранить добычу нефти на уровне 500 миллионов тонн в год в течение 10 лет, а уровень инвестиций, необходимых нефтяному сектору, составит 8,6 триллиона рублей в течение следующих 10 лет.

ГЕОЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ – это экономический контекст, в котором говорится более чем об одной стране или регионе.

Пример геоэкономического контекста в статье о том, что, по мнению министра энергетики США, соглашение РФ, Туркмении, Казахстана и Узбекистана о будущем газопроводе в районе Каспия не принесет благ Западу:

Однако сделка, ставшая ключевым событием шестидневного турне президента РФ Владимира Путина по странам Центральной Азии, может разрушить надежды Америки, Европы и Китая на получение прямого доступа к газовым богатствам Туркмении, минуя РФ.

Москва еще в 2003 году договорилась с прежним туркменским правителем Сапармурадом Ниязовым, скончавшимся в прошлом году, о поставках на период до 2028 года.

НАЦИОНАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ, в котором указывается национальность или раса, используется только в тех случаях, когда это нужно для конкретной новости и проясняет новость. Один пример уже приводился ранее. Однако обратите внимание, удачно ли дан этот контекст? В достаточной ли степени он проясняет ситуацию?

КЕРБЕЛА, Ирак (Рейтер, 14 апреля 2007) – Не менее 50 человек погибли, 70 ранены при взрыве автомобиля со смертником в иракском городе Кербела, считающегося относительно безопасным, сообщила полиция. Однако главный врач госпиталя в Кербеле сообщил, что число погибших составляет 41 человек, а раненых 60 человек.

Взрыв произошел на автобусной станции, где в тот момент находилось много людей.

Кербела располагается к юго-западу от Багдада в районе, населенном шиитами, и взрывы автомобилей или атаки смертников происходят там очень редко.

Я думаю, что если вы не очень хорошо знакомы с ситуацией в Ираке, то содержание этого контекста не прояснит ничего. Вы резонно скажете – ну и что? Поэтому вам нужно этот контекст дополнить **РЕЛИГИОЗНО-ПОЛИТИЧЕСКИМ**, примерно так:

Арабы-сунниты (около 18 процентов населения, лидером которых был Саддам Хусейн) возглавляют сопротивление вторгшимся в Ирак в 2003 году вооруженным силам США и сотрудничающим с ними арабами-шиитами (около 60 процентов). Сунниты считают шиитов еретиками из-за разногласий в толковании Корана.

Такой контекстный блок не отвечает прямо на вопрос о том, кто устроил теракт, но дает общую характеристику ситуации в стране, что позволяет читателю понять новость.

3.6.6. НЕУДАЧНЫЕ ПРИМЕРЫ КОНТЕКСТНОЙ ИНФОРМАЦИИ.

Рассмотрим и плохие примеры использования контекстов. Обратите внимание, как в примере, который начинается с контекста **ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ**, буквально в следующем за **ЛИДОМ** предложении, этот контекст опровергается.

(International Herald Tribune, 30 октября 2004) – В очевидной попытке повлиять на результаты выборов в США, Осама бин Ладен обвинил президента Джорджа Буша в обмане народа Америки и сказал, что атаки 11 сентября 2001 года не были бы столь разрушительными, если бы президент сразу на них отреагировал.

Бин Ладен сказал американцам, что их безопасность не находится в руках ни Буша, ни его соперника от демократов, сенатора Джона Керри, а зависит от государственной политики.

Любой задаст вопрос – как он хотел повлиять на результаты выборов, если он прямо говорит, что выбор американцев не имеет никакого значения? Интересно, что в тексте этой новости не было серьезного анализа этой ситуации. Журналисту и так все было «очевидно».

Послушаем одного из ведущих мировых экспертов по исламскому экстремизму Джейсона Берка:

(The Guardian, 31 октября 2004) – ...Обращение лидера Аль-Каиды, которое было передано в пятницу вечером, не направлено на то, чтобы повлиять на исход выборов в Америке, как посчитали большинство аналитиков... Его основная цель, кроме как показать, что он жив и здоров, это заставить как можно большее число людей выслушать себя... Он знает, что нарушение молчания именно сейчас привлечет максимальное внимание.

В своем выступлении Бин Ладен сказал, что его решение разрушить здания ВТЦ было принято в результате атак США на мусульман. Он назвал две основные такие атаки – вторжение Израиля в Ливан в 1982 году, когда США активно помогали Израилю, и проблема арабов в Палестине, где Израиль также поддерживается США. По его словам, до тех пор, пока США нападает на арабов, террор против США будет продолжаться. Как мы можем судить, эта государственная политика США не изменилась. Но многие ли американцы видят проблему с этой точки зрения? Нет. Большинство ведут отсчет с 11 сентября. Думаю, что недостаточное знание народом истории – это проблема не только американцев.

Например, в России тоже многие ведут отсчет проблемы Чечни с того времени в начале 1990-х, когда чеченцы начали выгонять русских из этой республики. А там ли корень зла?³⁸

Интересно, что опросы общественного мнения в США, проведенные после выступления Бин Ладена, не показали, что оно повлияло на решение американцев голосовать за того или иного кандидата – большинство американцев уже определились со своим выбором.

Как видите, чтобы дать читателям по-настоящему хорошие контексты, надо не просто вставить в текст какие-то «очевидные» для журналиста или редактора вещи. Часто недостаточ-

³⁸ В задачи пособия не входит анализ российско-чеченской геополитической ситуации, я только хотела, чтобы вы подключили свое ассоциативное мышление и лишней раз подумали о важности контекстов. Иногда проще использовать посторонний пример, чем слишком знакомый и больной, чтобы не отвлекать внимание на содержание примеров, а акцентировать учебу на приемах и способах работы журналиста.

но даже просто найти поблизости каких-нибудь экспертов. Надо искать и находить самых лучших и независимых экспертов.

Гораздо лучший контекст ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ для этой же новости дала газета Washington Post:

(Washington Post, 30 октября 2004) – Осама Бин Ладен внедрился в последние дни президентской гонки в США, предупреждая, что американские избиратели будут нести ответственность за выбор президента, который хочет разрушить Аль-Каиду и преследовать мусульман.

[...]

Хотя он адресовал свои заявления американской публике, многие эксперты по контртерроризму заключили, что основная цель бин Ладена была использовать избирательный сезон в США, чтобы поднять свой общественный престиж, а не повлиять на выборы.

«Это выступление больше относится к его собственной аудитории, чтобы именно он был переизбран в качестве главы своего движения, чем к чему бы то ни было другому, сказал Уинстон Уили, бывший директор ЦРУ по разведке.

Далее в статье эта точка зрения получает дальнейшее развитие в мнениях других экспертов. Так что контексты не всегда очевидны и не лежат на поверхности. Над ними надо думать, чтобы адекватно воспринимать степень знаний своих читателей.

А ведь довольно часто бывает, что журналисты не утруждают себя мыслями, разговором с экспертами, подбором и проверкой фактов, а пытаются вымучить этот раздел из головы. Итоги таких попыток часто весьма жалки. Например, после следующего сомнительного по новостной ценности ЛИДА может последовать не менее жалкое объяснение ВАЖНОСТИ новости:

Белорусские волонтеры приняли участие в парламентских слушаниях «Создание законодательной базы для развития добровольческих инициатив» государственной Думы России.

Это свидетельствует о том, что и в нашей стране естественное стремление безвозмездно помогать ближнему вышло за рамки частной инициативы.

Поэтому, чтобы не стать предметом насмешек продвинутых читателей, попытайтесь заглянуть в новость, которая того стоит, глубже. Выясняйте проблемный контекст новости у компетентных источников, собирайте и анализируйте эти мнения для того, чтобы сформулировать этот раздел как можно ближе к истинному положению вещей.

ГЛАВА ЧЕТВЕРТАЯ.

Достаточность фактуры.

4.1. СУТЬ НОВОСТИ.

СУТЬ конкретизирует детали ЛИДА. Этот очень важный блок базируется на основных элементах ЛИДА, развивая, расширяя, доказывая и углубляя их. Не надо бояться, что некоторые детали в СУТИ будут как бы повторены, если это – не повторение, а детализация. Рассмотрим простой вариант связки ЛИД-СУТЬ, где в СУТЬ включена и ЦЕНА ВОПРОСА, также очень важный структурный блок:

ЛИД/ЦЕНА ВОПРОСА (коротко)

(The Scotsman, 19 ноября 2004) – Плата за телевизионную лицензию для большинства телезрителей возрастет в апреле на 5,5 фунтов.

СУТЬ/ЦЕНА ВОПРОСА (в деталях)

Стоимость лицензии для цветного телевизора возрастет на 4,5 процента до 126,5 фунтов, для черно-белого – на 1,5 фунта до 42 фунтов, сообщила Тесса Джовел, секретарь по культуре, СМИ и спорту палаты Общин.

Как видно, в ЛИД пошло основное в новости – увеличение платы для владельцев цветных телевизоров, потому что большинство телезрителей имеют цветные телевизоры.

А в СУТИ это увеличение платы детализируется – дается в процентах увеличения и в абсолютных цифрах, а также дополняется источником, что придает информации достоверность.

Без блока СУТЬ-ЛИД – это голословное утверждение. В каждой статье надо думать специально, какие именно детали в лучшей степени детализируют ваш ЛИД. Если у вас нет СУТИ, то новость не может претендовать на высокую новостную ценность, ведь она – всего лишь заявка на новость, а не новость.

Но не перегружайте СУТЬ слишком большим количеством деталей. В этом блоке, который располагается в новости высоко, близко к ЛИДУ, надо дать только самое необходимое или, если Вам не удалось найти детали, нужно дать одну из формул отказа в информации, которые перечислены в разделе 3.3.1.

Давать в СУТИ только самое необходимое нужно по той же самой причине, по которой все блоки новости, и структурные, и контекстные, вы должны писать так, чтобы мысли было просторно, а словам – тесно: если вы перегружаете какой-либо блок, вы теряете

динамику изложения и, соответственно, читателя. **Запомните это: в начале новости важна ДИНАМИКА, быстрота освоения новости. Соответственно, важно давать КОНЦЕНТРИРОВАННУЮ информацию, ее квинтэссенцию – во всех блоках, в том числе в блоке «СУТЬ».**

То, что менее важно, всегда можно приберечь для ВТОРОЙ ЧАСТИ новости – естественно, если ваш редактор хочет объемную новость. Если же вам дают каких-нибудь 100-200 слов, то вы еле-еле можете вместить туда самое необходимое. Поэтому не растекайтесь мыслью по древу, экономьте время и место в газете. Смотрите структуру базовой новости в Приложении №5, выбирайте блоки, которые важны именно для этой новости, и пишите коротко. **Какими-то блоками вам придется пожертвовать, или объединить с другими** (объединение приветствуется, потому что оно позволяет сократить текст).

Это может показаться парадоксальным, но писать коротко сложнее, чем писать длинно. Журналистам следует балансировать между желанием дать как можно большее количество важных деталей и опасностью излишне растянуть СУТЬ. **Помните: все, что вы знаете, в СУТИ дать невозможно. Ваша задача – профессионально выбрать только то, что нужно для раскрытия ЛИДА, чтобы перегруженные своей работой читатели смогли полнее понять новость, даже не дочитав ее до конца.**

В новостях о проблемах и конфликтах может быть две или более блоков СУТЬ – в зависимости от числа сторон конфликта. Вы должны быть объективными и давать СУТЬ или формулу отказа из раздела 3.3.1. от всех основных сторон.

ВАЖНО: СУТЬ может объединяться с другими структурными блоками:

- ➔ с ЦОКИПЛ (см. раздел 10.6);
- ➔ с блоком КАК ЭТО ПРОИЗОШЛО/ПРОИСХОДИТ/ПРОИЗОЙДЕТ (см раздел пособия 5.2, особенно в новостях о происшествии, преступлении и других процессах;
- ➔ с блоком ПОЧЕМУ ЭТО ПРОИЗОШЛО/ПРОИСХОДИТ/ПРОИЗОЙДЕТ (или ПОЧЕМУ ИСТОЧНИКИ ТАК СЧИТАЮТ) в новостях, основанных на какой-то идее (см раздел 5.1);
- ➔ с блоком ЧТО БУДЕТ/МОЖЕТ БЫТЬ ДАЛЬШЕ, если новость о планах или намерениях, чтобы доказать, что этот план или намерение реальны, что ньюсмейкеры что-то для этого делают, и эти действия имеют какие-то временные рамки (см. раздел 5.3);
- ➔ с некоторыми контекстами кроме ПРЕДЫСТОРИИ, потому что ПРЕДЫСТОРИЯ – это то, что было ДО НОВОСТИ;
- ➔ в очень короткой новости СУТЬ – это ЛИД (см. раздел 12.1), потому что он далее не детализируется.

Приведу пример короткой новости, где ЛИД можно не развивать в сути (хотя можно и развить, если журналист был на месте и видел красочные подробности того, как проходило приземление):

Экипаж МКС и космический турист вернулись на Землю

ЛИД/СУТЬ

КОРОЛЕВ, Россия (Рейтер, 21 апреля 2007) – Космический корабль «Союз» с космонавтом Михаилом Тюриным, астронавтом НАСА Майклом Лопес-Алегрриа и космическим туристом Чарльзом Симони на борту благополучно приземлился в субботу на территории Казахстана.

СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ТУРИСТЕ/ СИСТЕМНЫЙ КОНТЕКСТ

Американский миллиардер и разработчик программного обеспечения Microsoft Симони, которому 58 лет, стал пятым туристом, побывавшим на Международной космической станции.

ЦЕНА ВОПРОСА

За две недели пребывания в космосе Симони заплатил примерно \$25 миллионов.

4.1.1. ПРИМЕРЫ.

ПРИМЕРЫ необходимы там, где людям сложно создать образ новости и нужно приблизить новость к тем реалиям, которые они знают или могут себе представить, чтобы дать возможность примерить на себя новость.

В газетах для этого используются образные примеры – карты, схемы, графики. Но часто помогают и **простые расчеты типичной ситуации, которую читателям есть, с чем сравнить.** Рассмотрим один пример для использования как часть СУТИ из новости о введении в Липецке новой схемы ипотеки – для малоимущих. Люди пока еще плохо знакомы с ипотекой, многие боятся ее (как, кстати, и разных банковских схем, инвестиций в фонды и ценные бумаги, и прочих современных финансовых инструментов). Поэтому людям надо помогать пояснениями и примерами:

ЛИД

Полторы тысячи семей липчан – молодожены, малоимущие и бюджетники – смогут купить в этом году квартиру по субсидируемой городом кредитной схеме, сообщили в городской ипотечной корпорации.

ВАЖНОСТЬ/ЦИФРОВОЙ КОНТЕКСТ

Схема стала популярной еще до ее официальной презентации в понедельник. За первую же неделю было подано в пятнадцать раз больше

заявлений от потенциальных покупателей, чем в среднем за неделю в течение двух предыдущих лет работы этой корпорации по обычным схемам ипотеки, сказал на брифинге в понедельник председатель акционерного общества «Липецкая ипотечная корпорация» Геннадий Бурков.

СУТЬ/КАК ЭТО ПРОИЗОЙДЕТ

По новой схеме, которая была одобрена депутатами областного Совета в первые дни нового года, будущим хозяевам перед заселением в квартиру надо будет внести на счет «ЛИК» всего четверть ее стоимости. Тридцать процентов расходов будет покрываться из областного бюджета. Оставшиеся 45 процентов составят ипотечный займ, выплата которого рассчитана на 20 лет с двадцатипроцентной ставкой. Причем оплату 10 процентов ставки опять же возьмет на себя областная казна. Молодоженам после рождения ребенка не придется оплачивать 18 квадратных метров площади жилья. Обязательным условием является страхование жизни и приобретаемой квартиры. Эти услуги оплачивает покупатель.

ПРИМЕР РАСЧЕТА СТОИМОСТИ ИПОТЕКИ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ И ДЛЯ ГОРОДА³⁹

Семья, желающая купить двухкомнатную квартиру площадью пятьдесят квадратных метров, средняя цена которой в Липецке составляет 432 тысячи рублей, должна будет выплатить первоначальную сумму в 108 тысяч рублей. Бюджет платит 130 тысяч. Последующие выплаты, по расчетам специалистов «ЛИК», будут составлять 2 тысячи 402 рубля ежемесячно. Страховка будет стоить еще примерно 1500 рублей в год.

Очень выигрышно смотрятся и с интересом читаются новости, которые содержат примеры того, как то, о чем идет речь в новости, работает в других местах. Например, в последнем абзаце следующей новости дан пример того, к каким последствиям привел аналогичный случай в соседней стране.

Киргизские власти расследуют заражение ВИЧ детей в больницах

ЛИД

БИШКЕК (Рейтер, 7 сентября 2007) – Президент Киргизии взял под контроль расследование заражения вирусом иммунодефицита человека двух

³⁹ Иногда стоит подумать над построением новости от конкретного примера или цены вопроса. Например, эту новость можно было бы начать так: «Более четверти стоимости жилья смогут сэкономить малоимущие липчане в этом году...» Такое начало в большей степени апеллирует к читателям, потому что речь идет об их кошельке, а не об абстрактных цифрах.

десятков людей – в основном детей – ВИЧ, предположительно в результате переливания крови, сообщили власти.

СУТЬ

Глава действующего при Минздраве объединения «СПИД» Сагыналы Маматов сказал Рейтер в пятницу, что жертвами заражения стали 17 детей, четыре женщины из числа их матерей и один медработник.

[...]

ВТОРАЯ ЧАСТЬ – ПРИМЕР

В граничащем с Киргизией Казахстане в этом году были вынесены судебные приговоры за халатность, приведшую к заражению ВИЧ в местных больницах 132 человек – в основном детей, из которых 10 к моменту вердикта умерли. Казахский суд приговорил к условным срокам более десяти медиков и трех чиновников.

4.1.2. ЦЕНА ВОПРОСА.

ЦЕНА ВОПРОСА – это стоимость новости. Стоимость проекта, строительства, нового продукта, цена ущерба, величина нового тарифа или ожидаемая прибыль. Все это помогает читателям принимать информированные решения, основанные не на словах, а на фактах и цифрах.

ЦЕНА ВОПРОСА – это не просто какие-то цифры, а цифры, которые непосредственно относятся к конкретной описываемой новости и тесно связаны с новостью в лиде.

В обычных новостях ЦЕНА ВОПРОСА чаще находится в СУТИ, в новостях о бизнесе и экономике она может находиться в ЛИДЕ, если она велика, а также в заголовке.

Для статей о бизнесе ЦЕНА ВОПРОСА имеет особенное значение. На основе этого знания читатели, занимающиеся бизнесом, могут делать выводы о выборе коммерческого партнера, выгоде будущего проекта или закупке конкретного продукта. Обычные же читатели, узнав, к примеру, о том, что штраф за переход дороги на красный свет не просто «увеличился», а вырос до размера их годовой зарплаты, не сдвинутся с места на перекрестке до стабильного зеленого света.

Цена вопроса может быть и у обычной новости, никак не связанной с экономикой и бизнесом, что важно помнить журналистам, пишущим по социально-политической тематике.

Например, в новости об эвакуации работников предприятия из-за анонимного звонка о заминировании могут быть даны две **цены**

вопроса – цена вопроса для спецслужб и цена вопроса для предприятия:

Для спецслужб: Как сообщили в УВД Могилевского облисполкома, вызов спецслужб для предотвращения таких чрезвычайных ситуаций обходится городской казне в среднем в 200 тысяч рублей.

Для предприятия: По словам директора ОАО «Славянка» Теймураза Бочоришвили, ущерб, который нанесла предприятию неизвестная женщина, составил около 4 миллионов рублей.

Иногда вся статья может быть написана о цене вопроса, как, например, статья о колоссальных по объему вложениях в избирательную кампанию в США осенью 2004 года:

ЛИД/УНИКАЛЬНОСТЬ/ЦЕНА ВОПРОСА

(Reuters, 21 октября 2004) – Затраты кандидатов и спонсоров на избирательную кампанию в США в этом году достигнут почти \$4 миллиардов, наивысшей суммы из всех, когда-либо потраченных, согласно исследованию, распространенному в четверг.

СУТЬ

Затраты составят \$3,9 миллиардов, включая \$1,2 миллиарда непосредственно на выборы президента. Об этом говорится в исследовании Центра Реакции на Политику [Center for Responsive Politics] – независимой наблюдательной группы.

СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ/ЦИФРОВОЙ КОНТЕКСТ

В 2000 году эти затраты составляли \$3 миллиарда.

КАК ЭТО ПРОИЗОШЛО

Общая сумма в значительной степени обязана индивидуальным спонсорам, которые предоставили \$2,5 миллиарда кандидатам и партиям – на \$1 миллиард больше, чем на выборы в 2000 года.

ЦЕНУ ВОПРОСА можно не только дать цифрами, но и для большего впечатления сравнить с чем-то социально или экономически значимым, например:

По сведениям налоговой инспекции, задолженность Управления Дипкорпуса по налогу на землю, составила 46 миллионов рублей только за прошлый год – этих денег было бы достаточно, чтобы платить зарплату работникам всей бюджетной сферы Беларуси в течение полугода.

Ну и, конечно, **ЦЕНЫ ВОПРОСА** в новостях может и не быть. Например, в новости об убийстве (если оно не связано с ограблением) или об утреннике в детском саду. Главное – вы должны знать этот структурный блок и использовать его там, где он нужен, отталкиваясь от смысла новости. Если же он нужен, а вы не выяснили его, то не забудьте дать одну из формул отказа.

4.1.3. ОГРАНИЧЕНИЯ НОВОСТИ.

ОГРАНИЧЕНИЯ НОВОСТИ – это информация, ограничивающая то, о чем говорится в ЛИДЕ и СУТИ. **Надо узнать, при всех ли условиях ваша новость работает. То есть в новости есть какие-то ограничения или исключения, о которых надо сказать, например:**

ЛИД

Азербайджан обсуждает новые окончания для национализации фамилий.

СУТЬ

Предложения по изменению окончания азербайджанских фамилий, которые дебатировались в парламенте, включают изменение окончания «-ов», «-ев» в фамилиях на «-лы» («-ли», «-лу», «-лю», в зависимости от корня слова), «-заде», «-оглу», «-гызы». Также рассматривается ликвидация окончаний и добавка к фамилиям окончания «-джан», для приведения их в соответствие с окончанием названия страны, сообщил Агентству в субботу председатель комитета по культуре Милли Меджлиса Низами Джафаров.

ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ

После того как будут приняты предложения по изменению фамилий, начнется процесс изменения фамилий новорожденных. А остальная часть населения сможет присоединиться к этому процессу в упрощенном порядке, сказал Джафаров.

ОГРАНИЧЕНИЕ НОВОСТИ

Процесс изменения фамилий не будет обязательным. Любой гражданин сможет изменить свою фамилию, только если сам этого захочет, – сказал Джафаров.

Как видно из примера, новость имеет ограничение: фамилию изменять будет не обязательно. Этот блок довольно редкий, но не потому, что он не нужен, а потому, что часто журналисты о нем не думают. Повесьте базовую схему новости рядом с компьютером и думайте обо всех блоках. Это поможет вам постепенно их запомнить и чаще использовать.

4.1.4. НЕМЕДЛЕННЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ НОВОСТИ.

НЕМЕДЛЕННЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ НОВОСТИ – это очень специфический элемент новости и он используется в ограниченных масштабах. Однако он полезен, и его тоже надо знать.

Фактически, это то, что последовало немедленно за основной новостью, но по своему значению недостойно того, чтобы стать отдельной новостью. Обычно этот блок идет либо как часть СУТИ, либо в конце СУТИ, иногда – в самом конце новости, если эта информация не очень важна.

В статьях о преступлениях арест подозреваемых как немедленное последствие новости – самого преступления – обычно излагается в конце объединенного блока СУТЬ/КАК ЭТО ПРОИЗОШЛО. Если обстоятельства задержания необычны, их тоже следует изложить, например, так:

ЛИД

(Bloomberg, 2 ноября 2004) – Тео Ван Гог, голландский кинорежиссер, который получал угрозы после выхода своего фильма о насилии против женщин в исламских сообществах, был убит сегодня в Амстердаме.

СУТЬ/КАК ЭТО ПРОИЗОШЛО

Ван Гог, которому было 47 лет, подвергся нападению во время велосипедной прогулки возле городского парка, сказал Джералд Вроегланд, пресс-секретарь полиции. В Ван Гога метнули ножом и выстрелили «много раз», сказал он.

НЕМЕДЛЕННЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ

Полиция арестовала подозреваемого, которому 26 лет и который имеет голландский и марокканский паспорта, после перестрелки, в которой тот был ранен, сообщил главный прокурор Амстердама Лео де Вит. По словам Вроегланда, подозреваемый был ранен в ногу и находится в больнице.

Еще один пример:

ЛИД/СИСТЕМНЫЙ КОНТЕКСТ

www.revkom.com/lenta04/04112502.htm – Ведущая сурдоперевода УТ-1 Наталья Дмитрук «рассказала» 100-тысячной аудитории украинцев с проблемами слуха о фальсификации выборов. Об этом сообщает «Украинская правда».

СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Программа «Висти» «Первого Национального» – единственная информационная программа на украинском телевидении, адаптированная для глухих.

СУТЬ/КАК ЭТО ПРОИЗОШЛО/ЦОКИПЛ

Сегодня в утреннем выпуске в 11.00, который выходит с сурдопереводом, ведущая-переводчик Дмитрук проигнорировала текст основной ведущей Татьяны Кравченко об итогах выборов, оглашенных 24 ноября ЦИК. Вместо него Дмитрук сообщила своим зрителям следующее: «Результаты ЦИК являются сфальсифицированными. Не верьте. Наш президент – Ющенко. Мне очень досадно, что до этого приходилось переводить неправду. Больше я этого не буду делать. Не знаю, увидимся ли».

НЕМЕДЛЕННЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ

После выпуска Дмитрук присоединилась к журналистской забастовке журналистов на канале УТ-1. Она сообщила, что, как и другие, готова выйти в эфир только при условии, что в новостях будут говорить правду.

Немедленно после покупки «Сибнефтью» и «ТНК» акций «Славнефти», международное рейтинговое агентство «Standard & Poor's» понизило рейтинг «Сибнефти» с «развивающегося» на «негативный» и по национальной шкале снизило его с ruAA на ruA+.

Пример последствий решения суда Лос-Анджелеса о том, что компания «Филип Моррис» должна выплатить \$28 миллиардов в качестве компенсации жертве рака легких:

Акции Филип Моррис, которые и так резко упали в цене на прошлой неделе после того, как компания снизила прогнозные показатели роста своих доходов, снизились еще на 4,5 процентов до \$37,73 сразу после решения о выплате.

Или такая связка между вынужденной отставкой Михаила Ходорковского, председателя правления НК «Юкос», после скандала с возбуждением против него уголовного дела и его арестом, что стоило компании нескольких миллиардов долларов убытков в связи с падением котировок акций «Юкоса»:

Решение оставить ЮКОС спустя всего несколько минут после опубликования соответствующего заявления привело к росту биржевых цен на акции ЮКОСа. За полчаса торгов на ММВБ акции ЮКОСа выросли на 4,1% – до 378 руб. за штуку, в РТС акции прибавили 3,9% (\$12,65 за штуку).

ГЛАВА ПЯТАЯ. Пояснения.

*Когда посреди ночи раздается звонок,
пожарному нужно лишь натянуть комбинезон и погасить огонь.
Корреспондент же должен поведать миллиону людей,
кто и почему чиркнул спичкой.*

Морт Розенблум, «Ассошиэйтед Пресс».

ПОЧЕМУ ЭТО ПРОИЗОШЛО? – это основной вопрос, который начинает задавать человек, как только он научился говорить. Пояснить, почему произошла новость – это одно из базовых объяснений, которое позволит **ПОНЯТЬ** новость.

КАК ЭТО ПРОИЗОШЛО? хотят знать все, если услышат, например, о происшествии или преступлении, или новость о планах.

ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ? хотят знать все, если новость – о приближении цунами.

Эти структурные блоки – базовые для строительства новости.

Если какой-то из блоков очень важен в конкретной новости, и может быть сформулирован коротко, то эта информация может содержаться уже в **ЛИДЕ**, например:

(The Moscow Times, 23 февраля 2007) – (ПОЧЕМУ?) Чтобы стать крупнейшим мировым производителем урана к 2010 году, Казахстан (ЧТО СДЕЛАЕТ/ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ?) планирует увеличить в этом году производство этого радиоактивного металла на 31 процент (КАК ЭТО ПРОИЗОЙДЕТ?), открыв новые шахты и увеличив производительность существующих.

Ниже в тексте те из этих структурных блоков, которые имеют наибольшее значение, должны детализироваться, если позволяет место. Какие же это блоки? Видимо, **ЦОКИПЛ** будет цитировать какого-то **ВИПА**, который скажет об амбициозных планах, блок **СУТЬ/ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ РАССКАЖЕТ О ПЛАНАХ** (поскольку это только планы, не стоит писать в этом блоке много, ведь план может быть не выполнен), а в блоке **КАК ЭТО ПРОИЗОЙДЕТ** можно дать конкретику о том, сколько, каких и где откроется новых шахт. Во **ВТОРОЙ ЧАСТИ НОВОСТИ** я бы дала слово экспертам, чтобы они проанализировали, возможно ли увеличение производительности существующих шахт и вообще, реален ли этот план.

Ну и не забудьте, что, по правилам перевернутой пирамиды, после написания блоков вы должны будете передвинуть наиболее важные блоки вверх текста и опустить менее важные в конец.

А что делать, если информацию к структурным блокам получить не удастся? Здесь есть два выхода. Вы уже должны были запомнить, что есть формулы отказа в информации и ими нужно пользоваться, если вы сделали все, что должны были сделать как журналист-профессионал, чтобы найти для своих любимых читателей нужную информацию. Другой выход – дать информацию в контексте, если это возможно. То есть, если в предыдущих публикациях или других источниках какая-то нужная информация уже проходила.

Главное, чтобы читатели смогли сделать какие-то выводы. Например, в следующей горячей новости пояснения получить не удалось, и журналист привел и формулу из списка в разделе пособия 3.3.1, и СПРАВОЧНУЮ ИНФОРМАЦИЮ, которая может оказаться неверной в качестве причины смерти, но которая все же предлагает вариант объяснения:

Скончался вице-премьер Китая Хуан Цзюй

ЛИД

Пекин (Рейтер, 2 ИЮНЯ 2007) – Заместитель премьер-министра Китая Хуан Цзюй скончался утром в субботу после тяжелой болезни, сообщило государственное новостное агентство Синьхуа.

ПОЧЕМУ ЭТО МОГЛО ПРОИЗОЙТИ/СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Агентство не сообщило, о какой конкретно болезни идет речь, но было известно, что Хуан Цзюй болен раком.

5.1. ПОЧЕМУ ЭТО ПРОИЗОШЛО?

ПОЧЕМУ ЭТО ПРОИЗОШЛО – это общее название блока новости, поясняющего ее причину. Этот блок может также формулироваться, как ПОЧЕМУ ЭТО МОГЛО ПРОИЗОЙТИ, или ПОЧЕМУ ЭТО ПРОИСХОДИТ, или ПОЧЕМУ ЭТО ВООБЩЕ СТАЛО ВОЗМОЖНЫМ – в зависимости от самой новости.

Разновидностью этого блока также являются блоки ПОЧЕМУ ЭТО ПРОИСХОДИТ – для новостей, которые происходят сейчас и еще не закончились, и ПОЧЕМУ ЭТО ПРОИЗОЙДЕТ – для новостей о планах, прогнозах, намерениях, то есть о будущем. В последнем случае этот блок может быть совмещен с блоком ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ.

В новостях, основанных на высказываниях и в новостях типа «новостной анализ» это может быть блок ПОЧЕМУ ИСТОЧНИК ТАК СЧИТАЕТ или ПОЧЕМУ ИСТОЧНИК ТАК СКАЗАЛ.

Этот блок, как и все остальные блоки новости, **должен развивать ЛИД и должен быть непосредственным и прямым образом связан с ЛИДОМ**, а не с предысторией, каким-то другим блоком, или предыдущим абзацем. Когда пишете этот блок, обязательно смотрите на ЛИД. Если пояснить его этим блоком не удастся, возможно, вы неверно сформулировали ЛИД. Перепишите свой ЛИД.

Но помните, что этот блок для каких-то новостей может быть неважен или вообще не нужен. А в каких-то новостях, например, в горячих новостях о преступлении, его получить сложно: ведь если вы получаете информацию о том, что, к примеру, обнаружено тело, то причину этого может найти только следствие и от вас этого пояснения никто не ожидает. Хотя и тут есть варианты – версии следствия. Если вам отказываются их сообщить, дайте формулу отказа. Или ищите версии сами, опрашивая свидетелей, друзей, родственников – все зависит от того, насколько важно найденное тело. Если это тело ВИПА, то надо все бросить и искать ответ на этот вопрос.

Далее дается пример статьи, в которой блок **ПОЧЕМУ ЭТО ПРОИЗОШЛО** очень важен, но журналисту не удалось немедленно получить эту информацию от самого ньюсмейкера, который в это время выступал с трибуны. Обратите внимание, что это, фактически, блок **ПОЧЕМУ ЭТО МОГЛО ПРОИЗОЙТИ**:

Основатель СПС Борис Немцов приостановил членство в партии

ЛИД

Москва (Рейтер, 12 февраля 2008) – Один из лидеров оппозиционной партии «Союз правых сил» Борис Немцов заявил о приостановлении своего членства в партии правых, выступая во вторник на презентации своего доклада об итогах восьмилетнего правления Владимира Путина.

[...]

СУТЬ /ПОЧЕМУ ЭТО ПРОИЗОШЛО – ФОРМУЛА ОТКАЗА

Пресс-секретарь Немцова Лилия Дубовая подтвердила Рейтер сообщения российских информагентств о приостановлении членства Немцова в СПС, но отказалась объяснить мотивы его решения.

ПОЧЕМУ ЭТО ПРОИЗОШЛО

В партии правых говорят, что не знают причины ухода Немцова. «Он сказал, что не хочет об этом говорить. Борис принес заявление о приостановлении членства в субботу», – сказал Рейтер лидер СПС Никита Бельх.

СОБЫТИЙНЫЙ КОНТЕКСТ/ПРЕДЫСТОРИЯ/ ПОЧЕМУ ЭТО МОГЛО ПРОИЗОЙТИ

Во вторник Немцов представил доклад «Путин. Итоги», написанный в соавторстве с бывшим замминистра энергетики Владимиром Миловым, где идет речь о коррупции и сворачивании свобод, произошедших за восемь лет правления Владимира Путина.

Чем важнее блок ПОЧЕМУ ЭТО ПРОИЗОШЛО для понимания новости, тем выше он должен быть размещен.

В небольших новостях, краткое упоминание о причинах новости в ЛИДЕ далее в новости может не развиваться, если этого объяснения достаточно. Например, короткое замыкание как причина пожара.

5.2. КАК ЭТО ПРОИЗОШЛО?

В блоке КАК ЭТО ПРОИЗОШЛО обычно сжато дается хронология события, или поясняется, как может произойти будущее событие. Пространные детали нужно выбросить или, если вы пишете более объемную новость, опустить во ВТОРУЮ ЧАСТЬ.

Этот блок иногда не раскрывается отдельно, если короткий ответ на него был дан в ЛИДЕ и этот ответ не играет большой роли для понимания СУТИ новости. Если он не имеет важного значения для раскрытия короткой новости, то он вообще может быть опущен.

Но если в новости речь идет о **происшествии, преступлении, демонстрации, уличных беспорядках, слушаниях в суде, заседании по важному для читателей вопросу или о другом важном или интересном процессе, то этот блок может иметь определяющее значение для новости.**

В таком случае, блок КАК ЭТО ПРОИЗОШЛО излагается как хронологический репортаж (однако от третьего лица⁴⁰) и может быть достаточно объемным. При этом следует помнить, что и в этом случае могут быть важными и другие блоки новости. Выход такой: очень коротко раскрыть все нужные блоки новости в ПЕРВОЙ ЧАСТИ, а репортаж оставить на всю ВТОРУЮ ЧАСТЬ новости.

Этот блок, как и все остальные, должен быть напрямую связан с ЛИДОМ и раскрывать именно то, КАК ПРОИЗОШЛА

⁴⁰ Изложение от третьего лица помогает привлечь внимание к самой новости, а не к репортеру, ее написавшему. Есть, конечно, исключения, если ситуация чрезвычайная: например особо драматичная или опасная.

новость, заявленная в ЛИДЕ. Это – серьезный момент, потому что часто журналисты недостаточно четко фокусируют новость и уходят в сторону, раскрывая, к примеру, то, как произошло то, о чем говорится в предыдущем абзаце, а не саму новость.

5.3. ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ?

ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ – это достаточно часто употребляемый блок информации, поэтому всегда нужно задавать вопрос о том, имеет ли новость логическое продолжение и что должно произойти дальше в связи с новостью.

Иногда этот блок очень важен. Например, в таком-то регионе приближается шторм или цунами. Что будет дальше? Может быть, вашей целевой аудитории надо хватать детей и лезть на ближайшую гору? А вам, возможно, вообще ничего писать не надо кроме ответа на то, когда стихийное бедствие подойдет к городу, и затем бежать навстречу стихии, чтобы освещать бедствие. Так, как это делали журналисты нью-орлеанской газеты The Times-Picayune, когда к их городу приближался страшный ураган Катрина.

В блоке ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ надо давать конкретную информацию. Не рассуждения самого журналиста о том, к каким последствиям может привести новость в будущем, а сообщение о том, что именно произойдет в ближайшем будущем, в непосредственной связи с новостью, со слов компетентных первоисточников или экспертов.

Как и другие структурные блоки, блок ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ может быть очень коротким. Например, завершая описание спора двух хозяйствующих субъектов можно сказать: **рассмотрение арбитражного дела назначено на следующую среду.**

Чаще всего этот блок находится на последнем месте в новости или делит последнее место с ВТОРОСТЕПЕННЫМ КОНТЕКСТОМ.

Этот блок может находиться и в самом ЛИДЕ (если он очень важен и его можно дать коротко) или сразу после ЛИДА – если значение этой информации велико.

Например, в следующей новости журналист не забыл, что пишет, в первую очередь, для людей, которым в большей степени важно, не пропадут ли их билеты, не полетят ли в тартарары осенние абонементы. Описания же того КАК ЭТО ПРОИЗОШЛО – например, как потрескивали деревянные стены старого здания на пожаре и какой героизм проявляли пожарные при тушении,

и даже блок ПОЧЕМУ ЭТО ПРОИЗОШЛО – что, например, кто-то случайно засунул в тостер старую афишу вместо хлеба и ушел – не так интересны.

Пожар уничтожил в пятницу здание в Санкт-Петербурге, где хранилось множество декораций прославленного Мариинского театра оперы и балета.

Однако начинающийся сезон не будет испорчен и, по словам сотрудников театра, откроется 10 октября, как и планировалось.

Обратите внимание на содержание этого блока.

Журналист должен понимать, что важно читателям, и писать содержание этого блока именно для них. Такой текст возможен: «Расследование пожара будет вести отделение полиции номер 15 Октябрьского района». И, теоретически, эта фраза – тоже блок «ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ». Но важно ли читателям узнать, кто ведет расследование, особенно в начале текста? Вряд ли. Их главный вопрос – будет ли возможность пойти в театр. **Подходите к написанию новостей творчески**, всегда думайте о своих читателях. Попробуйте представить на их месте себя, друзей, родственников. Сообщайте читателям то, что они хотели бы узнать из вашего текста. Кстати, то, что расследование пожара будет вести такое-то отделение полиции, тоже можно сообщить. Но только в конце новости, в соответствии с канонами перевернутой пирамиды: менее важная информация должна быть в конце текста.

То, что читателям интересно – это ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ именно для них, потому что именно это ДЛЯ НИХ значимо и важно, именно это и представляет собой интерес для общества и должно быть в блоке ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ.

ГЛАВА ШЕСТАЯ.

Значение и последствие НОВОСТИ.

Обычный человек, увидев во дворе своего дома кучку дохлых крыс, брезгливо обойдет трупки. А журналист должен не просто выяснить, почему произошла массовая гибель крыс, но и выяснить, **ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ** – не является ли это ранним вестником надвигающейся эпидемии чумы?

Предлагается новый законопроект. Но **ЧТО ОН БУДЕТ ЗНАЧИТЬ** для тех, на кого он напрямую повлияет? А может быть, от него резко ухудшится положение людей? Как читателям это понять, если вы не сделали свою работу и не спросили об этом у компетентных источников и/или независимых экспертов?

Мы уже обсуждали в разделах о контекстных блоках **ВАЖНОСТЬ** и **ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ** то, что эти блоки могут писаться как выжимка из информации, полученной от тех, кого называют **акционерами новости – то есть тех, на кого новость повлияет напрямую, и от экспертов.**

Акционеры новости в каждом случае разные: это может быть общество или нация, люди, группы людей, ассоциации, окружающая среда, бюджеты, организации, партии, институты, бизнесы, предприятия, предприниматели, отрасли промышленности, отрасли знаний, политическая ситуация. В блоке **ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ** как раз и дается информация о том, какие последствия ваша новость вызовет для акционеров новости.

Поскольку новость – это не роман, ваша задача – выбрать для конкретной новости тех акционеров, на которых новость повлияет напрямую. **В коротких новостях** можно дать только один блок **ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ**, в котором пояснить, что новость значит для основных акционеров новости. **В более важных и объемных новостях можно опросить** большее количество акционеров и дать для каждой категории акционеров отдельный блок **ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ**.

Повторю: между контекстными блоками **ВАЖНОСТЬ** и **ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ** и блоками **ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ** есть связь и есть различия. Контекстные блоки даются высоко в новости и, по содержанию, являются квинтэссенцией блока или блоков **ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ** для акционеров новости. Блок или блоки **ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ** обычно находятся в конце новости или близко к концу.

Блок **ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ** может объединяться с другими блоками. Например, в статье о пожаре на фабрике музыкальных инструментов, он дается вместе с **ЦЕНОЙ ВОПРОСА:**

По словам заместителя директора предприятия Георгия Николаевского, большого ущерба пожар не причинил, потому что на момент возгорания продукции в цехе практически не было. Предварительный подсчет сгоревшего составил 56 тысяч рублей – это объем продукции за два дня.

Приведу более объемный пример, где блок **ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ** поясняет, **как произошедшая новость повлияет на отрасль промышленности и предприятия:**

МОСКВА (Рейтер, 20 февраля 2009) – Россия хочет присоединиться к мировому антитабачному крестовому походу, запретив курение в общественных местах, включая бары, рестораны, казино и ночные клубы.

СВЯЗКА НА БЛОК «ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ»

Для клубно-ресторанной индустрии это хуже кризиса – большинство заведений придется закрыть, опасаются рестораторы и промоутеры.

ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ ДЛЯ КЛУБОВ И РЕСТОРАНОВ/ СИСТЕМНЫЙ КОНТЕКСТ ПО КУРЯЩИМ/ СРАВНЕНИЕ/ ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СОСТОЯНИИ ОТРАСЛИ

«В Нью-Йорке после запрета на курение осталось в живых 20 процентов ночных клубов – притом, что климат там позволяет выходить на улицу и курить, – сказал Рейтер промоутер московских клубов Zeppelin и The Most Георгий Петрушин. – По нашим оценкам, в России курят примерно 70 процентов посетителей клубов. Если им это запретить, упадет посещаемость, обороты снизятся на 40-50 процентов».

«Ночные клубы и бары не выживут вообще, придется закрыть 90-100 процентов заведений», – соглашается владелец московского развлекательного центра Infinity Александр Толмацкий.

По его словам, в российских гостиницах и заведениях питания до кризиса работали около 400.000 человек, треть из них были уволены из-за экономических потрясений.

«Запрет на курение сократит поток, придется уволить еще как минимум 30 процентов людей. Курение надо ограничивать, но оставить хотя бы в ночных клубах зоны для курящих», – сказал Толмацкий.

СВЯЗКА НА БЛОК ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ ДЛЯ ТАБАЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Табачные производители волнуются меньше.

ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ ДЛЯ ТАБАЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ/ СИСТЕМНЫЙ КОНТЕКСТ ПОТРЕБЛЕНИЯ ТАБАКА В РЕСТОРАНАХ И БАРАХ

«Продажи сигарет в ресторанах и барах – это меньше 2 процентов от наших валовых продаж в России», – сказал Рейтер сотрудник БАТ Россия, дочерней структуры British American Tobacco.

Из последнего предложения понятно, что запрет на курение не особенно повлияет на производителей табака.

А вот несколько таких блоков в новости о ликвидации обанкротившегося предприятия «Винслав» в Беларуси, работники которого перешли в другое предприятие, «Агро-вин», созданное на останках «Винслава»:

ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ ДЛЯ РАЙОНА

В Ганцевичском райисполкоме считают, что в ликвидации «Винслава» есть и положительные моменты. Работник отдела экономики райисполкома, который попросил не называть его фамилию, сказал: «Предприятие последние два года было убыточным, а девять месяцев и вовсе в бюджет не заплатило ни копейки».

По информации, полученной в налоговой инспекции, на изъятом за долги оборудовании теперь работает ООО «Агро-вин», которое ежемесячно платит в бюджет района 35-37 миллионов рублей. Менее, чем за год, «Агро-Вин» стало вторым после госпредприятия РОЙПО плательщиком в местный бюджет.

ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ ДЛЯ РАБОЧИХ

Рабочие, которые перешли на «Агро-вин», не сожалеют по поводу ликвидации некогда родного предприятия. – А что нам жалеть? – сказал Александр Попов, один из бывших работников «Винслава». – Мы там работали как проклятые иногда по 12-14 часов в сутки, а денег в глаза по полгода не видели. Зарплату с мая прошлого года до сих пор не заплатили. На «Агро-Вине», по словам многих рабочих, платят неплохо и, главное, вовремя.

ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ ДЛЯ КРЕДИТОРОВ/ КАК ЭТО ПРОИЗОЙДЕТ/ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ

– С кредиторами рассчитаться будет сложнее, – сказал работник райисполкома. Если найдется инвестор, то долги будут погашены, а если нет, то придется продавать имущество СП «Винслав». Он добавил, что это будет не просто, так как рыночная стоимость активов предприятия намного ниже балансовой стоимости.

В некоторых новостях **совсем неочевидно, что именно означает новость.** Поэтому необходимо спрашивать об этом тех, кому, по роду их деятельности, положено об этом знать, или ученых и аналитиков, которые изучают положение дел в какой-то конкретной области.

Пишите этот блок только со слов экспертов или первоисточников.

Никогда не пишите о том, что новость значит для рабочих со слов директора. Спрашивайте самих рабочих, тогда вы сможете увидеть новость совсем под другим углом.

Блок ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ часто имеет определяющее значение для объяснения новости: в зависимости от того, насколько глубоко вы

докопаетесь до того, что значит эта новость, читатели будут делать выводы из вашей новости.

Если информацию для этого блока нужные источники не дают, то нужно использовать формулы отказа, чтобы показать читателям глубинные пласты новости. Это может помочь им – как, например, в следующем примере – понять, как работает власть и насколько проработаны принимаемые ею решения:

ЛИД

Индивидуальные предприниматели протестуют против решения горисполкома в три раза сократить к концу года количество торговых точек на Слуцком мини-рынке по ул. Ленина и передать для нужд госторговли все или большинство торговых мест.

[...]

ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ ДЛЯ ГОРОЖАН

Большинство случчан в интервью «Курьеру» согласились с мнением предпринимателей о том, что замена частных киосков на государственные не будет сопровождаться снижением цен или улучшением качества обслуживания.

ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ ДЛЯ ВЛАДЕЛЬЦА РЫНКА – ФОРМУЛА ОТКАЗА

Анатолий Шахнович, первый заместитель генерального директора ГУП «Слуцкое ЖКХ», которое управляет мини-рынком, отказался от комментариев по вопросу его преобразования, сославшись на то, что решение принимал горисполком.

ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ ДЛЯ ГОСТОРГОВЛИ – ФОРМУЛА ОТКАЗА

О том, будет ли улучшено обслуживание населения и будет ли рентабельной функционирование торговых точек госпредприятий, которые откроются вместо частных киосков, ответа «Курьер» не получил: чиновники исполкома и ЖКХ сказали, что у них таких расчетов нет.

Как видно, горисполком не просчитал заранее последствий принимаемого решения, и читатели ясно это видят. Это может повлиять на их доверие к власти. В гражданском обществе такая публикация привела бы к обсуждению этой проблемы как минимум местными депутатами. В Беларуси такое сразу не произойдет, потому что общественное сознание не работает по принципу выключателя. Но вода камень точит. **Чем больше будет публикаций, дающих качественные разъяснения, тем больше шансов у общества двигаться к демократии.** И в этом новости могут помочь больше, чем митинги и демонстрации.

ГЛАВА СЕДЬМАЯ.**Дайте читателям новости,
которые им полезны.**

Это – самая короткая глава этого пособия ☺. Ее смысл в том, чтобы выделить **ПОЛЕЗНОСТЬ** новости в качестве важного критерия качества новости. **Журналист всегда должен давать читателям возможность извлечь из новости практический смысл.**

Если вы пишете об интересном концерте – дайте время и место концерта. Если вы пишете о том, что где-то продается какой-то эксклюзивный невиданный доселе товар – дайте адрес магазина (и это не будет рекламой, продвижением или пиаром, если вы будете соблюдать условия, указанные в разделе 3.4.1).

Если вы пишете о грядущем повышении цен на конкретную группу товаров – приведите цифры роста и названия товаров. Читатели вам будут благодарны за то, что вы им подсказали, чем надо запастись. Не бойтесь обвинений. Если вы все хорошо проверили и пишете правду, то вы не сеете панику, а делаете свою работу. Если вы пишете о приближающемся урагане или другом бедствии – дайте расчетное время его прибытия в город и информацию от городских властей о возможной эвакуации.

Если вы пишете о возможной эпидемии серьезной болезни – дайте рекомендации врачей о том, как ее предупредить.

Я не могу перечислить здесь все, о чем надо думать, когда вы пишете блок **ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ**. Есть простое правило: думайте о читателе и дайте ему возможность извлечь практический, жизненный смысл из вашей новости. Представьте, что читатели – это ваши дети... Я не имею в виду, что с ними надо сюсюкать. Я имею в виду, что им надо помочь.

Практическую помощь вы можете оказать читателям и тогда, когда вы предложите им пути решения каких-то насущных проблем. Не в смысле, что вымучите эти пути решения из головы, а в смысле, что вы проведете профессиональный поиск таких путей. Это обязательно должно быть журналистское расследование. Вы можете поговорить с компетентными источниками и написать рекомендации по итогам этих интервью.

ГЛАВА ВОСЬМАЯ.

Самостоятельность и независимость журналиста.

Хорошего журналиста кормят ноги, а не разносолы на фуршетах после пресс-конференций. Хорошие журналисты не только сидят в зале и слушают речи, но рыскают в кулуарах и напряженно ищут новость, или даже чаще проблему, вокруг которой потом строят свой материал, в противоположность прекрасным пиаровским речам с трибуны.

Хороший журналист, нащупав важную и интересную новость, начинает сразу думать о том, как ее раскрыть и подать в контексте, ведь добравшись до компьютера уже будет поздно задавать дополнительные вопросы.

Любопытство, которое движет хорошими журналистами, позволяет им развить «чувство новости», то есть особый нюх, особенный подход к тому, что они слышат и видят. Чувство новости является главным отличием западных журналистов-новостников от журналистов постсоветских СМИ, многие из которых зациклены на репортажах с мероприятий и переписывании пресс-релизов.

Журналист должен быть самостоятелен и независим. Идя на мероприятие, журналист должен иметь в виду, что понимание новостей журналистами и организаторами мероприятий (особенно государственными чиновниками) различно. Пресс-конференции часто проводят вовсе не для того, чтобы сообщить журналистам общественно важную новость. Иногда их проводят в качестве пиаровского мероприятия, иногда – для того, чтобы отвлечь внимание СМИ от какой-то важной проблемы, иногда – чтобы сформировать определенную точку зрения.

Не будьте ведомы чиновниками и не позволяйте собой манипулировать. Помните – у вас разные задачи. Чиновники продвигают нужное им. Вы даете людям правдивую, объективную, полную, важную, полезную и интересную информацию.

Бывший чиновник правительства США Дэниел Эллсберг, знаменитый тем, что дал утечку совершенно секретной информации о войне во Вьетнаме в газеты *New York Times*, *Washington Post* и еще 17 других газет, пишет на своем веб-сайте, что он **ни разу не встречал ни одного журналиста, который бы имел представление о том, насколько часто государственные чиновники им лгут.**

Чиновники обычно предлагают «согласованную информацию, которая никогда не бывает полной правдой и [никогда не бывает] тем, что вам [журналистам] и обществу нужно знать». Журналисты должны это иметь в виду, относиться к информации, звучащей на мероприятиях, со здоровым скептицизмом и всегда перепроверять ее.

«Чувство новости» надо развивать, и оно приходит с опытом. Хорошие журналисты как раз и отличаются тем, что они способны не просто смотреть, но ВИДЕТЬ, не просто слушать, но СЛЫШАТЬ, а также думать, сопоставлять и анализировать для того, чтобы их новость оказалась эксклюзивной и более интересной, чем у их конкурентов. Или хотя бы просто важной, особенной, уникальной и интересной.

8.1. ГДЕ ИСКАТЬ НОВОСТИ?

Новости есть везде. Просто надо научиться не просто смотреть и слушать, а видеть и слышать.

Можно быть в группе журналистов на освещении мероприятия и не увидеть важных и интересных новостей, написав отчет о мероприятии для пыльной полки в архиве. А можно заметить новость совершенно случайно.

В конце марта 2006 года мировые СМИ обошла новость о том, как скрытая камера, предназначенная для обзора пространства вокруг берлинского хранилища древних экспонатов музея Пергамон, шпионила за мужем канцлера Германии Ангелы Меркель. Эта новость появилась случайно, когда один любопытный журналист из издания «Бильд», которому дали поручение написать очерк про ночные дежурства в музее, не ограничился редакционным заданием, а внимательно смотрел и видел. Заметив повернутую в странном направлении подозрительную трубу (в направлении квартиры канцлера), он моментально сообразил, о чем надо написать в первую очередь. Западные журналисты называют этот особый азарт, охватывающий журналиста, который подмечает нечто эксклюзивное, важное или необычное, «чувством новости». Это чувство не имеет ничего общего с дешевым сенсационализмом, которым грешат бульварные газеты.

«Чувство новости» – это о настоящих новостях, а не о часто лживых или пустых публикациях о знаменитостях. Все помнят, что не только из-за пьяного водителя, но и из-за неумной охоты за сенсацией фотографов, преследовавших машину, погибла «народная» принцесса Диана. Новость, добытая журналистом «Бильд», другого рода – она о факте незаконного вмешательства в частную жизнь. По материалам статьи этого немецкого журналиста было возбуждено уголовное дело.

Приведу еще один пример обостренного «чувства новости». Возможно, вы следили за ходом неудавшейся операции по спасению моряков с затонувшей подводной лодки «Курск» в августе 2001 года. Когда на встречу с убитыми горем родственниками приехал президент России Владимир Путин, одна женщина в зале, вдова подводника, накричала на него за плохую организацию спасательных работ. И тогда ей сзади сделали укол в область шеи сильнодействующим успокоительным средством. Она замолчала. Это видели многие, но написала об этом только одна журналистка лондонской газеты «Таймс». Она увидела новость – медикаментозное воздействие на человека, который пытался высказать свое мнение президенту. Насильственное введение медикаментозных средств - это нарушение прав человека. Эта статья тоже обошла мировые СМИ. Недавно я ехала в такси в Новой Зеландии и разговорилась с водителем. Можете себе представить мой шок, когда водитель вспомнил, что он читал эту историю с уколом – он вспомнил ее через 7 лет после того, как она была напечатана!

Чтобы развить способность видеть новости, надо не просто смотреть, а и видеть, не просто слушать, а слышать. А главное – надо думать, анализировать происходящее и замечать изменения, происходящие в обществе. Особенно важно это делать тогда, когда общество стремится к переменам, во время выборов, в переходные периоды от одних политических режимов к другим. Здесь важно не попасть под влияние политических групп и группировок. Это сложно, особенно в странах, где журналисты и их издания привыкли быть проводниками чьей-то политики или считать, что работа в СМИ – это не объективное и сбалансированное информирование населения о происходящем, а, прежде всего, платформа для выражения своих или чьих-то взглядов.

Конечно, колонки обозревателей и редакционные статьи должны выражать мнения, но не следует распространять такой подход на СМИ в целом, и, особенно, на новости. Важно четко разделять мнения и факты. В переходные и политически сложные периоды особенно важно давать сбалансированные и написанные справедливо по отношению к проблемным ситуациям новости. Об этом мы еще много будем говорить в этом пособии. Сейчас важно понять, что журналисты не имеют права быть ангажированными одной стороной, и что идеи для новостей и новостных анализов надо искать повсюду. **Помните – вы пишете для людей, а люди хотят, чтобы им помогли сориентироваться, понять то, что происходит в обществе, а не промывали им мозги чьим-то мнением.**

Поэтому, когда идею для новости или новостного анализа вам дает одна сторона конфликта, вы обязаны получить мнение и другой стороны, причем, надо еще подумать, что именно делать новостью и включать в лид – исходную идею или идею, полученную от

противоположной стороны. **Вы должны определять идеи для ваших публикаций независимо от источников, в этом должна проявляться ваша самостоятельность как независимого журналиста.**

Всегда помните важное правило: МАЛО ЛИ КТО ЧТО СКАЗАЛ.

Идеи для новостных статей можно подхватить в разговорах с друзьями и коллегами, на улице или в транспорте. Например, так (реальный случай): можно обратить внимание на то, как кондуктор выгоняет из троллейбуса пенсионерку. Если подойти к остолбеневшей от обиды старой женщине и спросить, она может рассказать, за что ее выставили вон: хотя она живет в этом городе много лет, ее пенсионное свидетельство выдано в другом городе и она – как сказал ей кондуктор – не имеет права бесплатного проезда «в нашем городе».

Вы можете спросить – а в чем новость, если кондуктор обидел одну пенсионерку? Какой тут общественный интерес? А и интерес, и новостной повод в том, что Вы увидели это сегодня, и сегодня же получили объяснения по этому поводу от троллейбусного парка, городского комитета по транспорту и, возможно, самого кондуктора. В итоге оказалось, что кондуктор перестарался, но если бы не эта статья и не последовавшее за этим предупреждение всем кондукторам, то пострадали бы и другие пенсионеры. Это – пример ситуации, когда журналист может реально помочь людям.

Я не буду в этом пособии говорить о «желтых», таблоидных новостях. Такие новости, построенные на полуправде, а часто и лжи, довольно популярны и привлекают массового читателя, забывая голову людям чепухой и формируя лже-информационные потребности тем, что отвлекают от реальных новостей и проблем жизни и общества.

Но оглушением читателей занимаются не только таблоиды. Эта проблема распространена в среде ленивой постсоветской журналистики и берет начало в тоталитарном прошлом. Слишком многие постсоветские СМИ грешат тем, что в западной прессе называют «квази-новости». Такие новости не надо искать, их дают в готовом виде на пресс-конференциях, они звучат на мероприятиях, их присылают в пресс-релизах. Конечно, мероприятия, пресс-конференции и пресс-релизы – источник новостей, но они не должны быть основным источником. **Журналиста должны кормить ноги и умение искать свои новости, а не поставка читателям «мертвой пищи», продвигаемой чиновниками.** Люди живут в обществе, видят происходящее, и, если в качестве «новостей» им

давать информацию «сверху», которая не имеет очевидной привязки к жизни, то люди никогда не признают СМИ «своим». Такое СМИ будет терять читателей.

Ищите новости, важные людям. Учитесь выходить на эксклюзивную новость. Например, можно навестить друга в местной больнице, придти в ужас от той грязи, в которой содержатся больные, и, исследуя вопрос о расходовании бюджетных средств на здравоохранение, можно выйти на новость, что идет разработка или ожидается принятие каких-то важных для людей местных законов, или что в больнице скоро начнется ремонт и надо выяснить, где будут лечиться больные. Ведь вполне может быть, что об этом не подумали. Вспомните пример из государственных преобразований осени 2010 года: было решено закрыть пункты обмена валюты, которые не имеют банковской «крыши», чтобы пресечь обманы при обмене. Моментально последовала реакция: после рабочего дня и закрытия банков начал процветать нелегальный обмен денег, но уже вообще без какой-либо гарантии честного бизнеса. Поэтому **смотрите на шаг, два или несколько шагов дальше той информации, которая лежит на поверхности.**

Новость, кстати, не обязательно должна быть «горячей», то есть произошедшей только что. Она может быть «твердой», то есть очень важной для большинства читателей газеты новой информацией. Она будет новой не потому, что только что произошла, а потому, что произошла сравнительно недавно и подавляющее большинство читателей ее не знают, или не знают деталей серьезной проблемной ситуации. Например, **новостные очерки об антисанитарии в местной больнице/больницах, о недостатке одноразовых шприцов, о низкой оплате или недостаточной квалификации медперсонала** – это очень важные для общества публикации. **Может быть, они и не вызовут немедленных изменений, но такие публикации накапливаются и используются местными депутатами и политиками более высоких уровней для пробивания бюджетов на здравоохранение и лоббирования новых законов.**

Эксклюзивные идеи для статей журналист может увидеть и услышать не только в очереди или на улице, но и получить от собственных источников во властных структурах, на предприятиях, в неправительственных организациях. С такими постоянными источниками надо постоянно работать – регулярно им звонить. Но работать **ТОЛЬКО** с такими источниками – также неправильно, как и **ТОЛЬКО** посещать мероприятия. Кстати, при развитии «чувстве новости» и на мероприятии необязательно «подхватывать» только ту новость, которую предлагает повестка дня. Нужно, опять же, смотреть и слушать. Нужно уметь задать «свой» вопрос, причем необязательно публично. Этот вопрос можно задать

и в коридоре, поймав нужного чиновника, или эксперта, убегающего после своего выступления.

В зарубежной прессе журналисты ищут новости и идеи для новостей в чужих блогах, которых становится все больше и больше, и эта тенденция будет усиливаться, по мере распространения интернета. **Блогеры (их называют еще «гражданскими журналистами»), кстати, представляют существенную конкуренцию традиционной прессе:** поднимая острые вопросы и обсуждая их, они могут перечеркнуть традиционные СМИ, если те будут продолжать делать ленивую журналистику.

В поисках настоящих новостей, можно, например, услышать общенациональную новость или новость из соседнего региона и подумать – а что это значит для моего города? В этом случае, начало статьи можно сфокусировать именно на важной для местных жителей информации. Например, журналист из Ингушетии поехал в Москву для участия в презентации новой книги. Вот его новость:

ЛИД

На прошлой неделе в московском отеле «Турист» прошла презентация третьего издания книги «Факты в защиту жизни». В ней участвовали Ричард Янг, постоянный представитель ЮНИСЕФ в России, который помог в выпуске книги, представители Министерства здравоохранения и средств массовой информации из всех регионов страны.

Но какое дело жителям Ингушетии до этой презентации какой-то книги в Москве, да еще непонятно о чем? Какая им разница, кто в этой презентации участвовал? Все это читать никому не интересно. Чтобы было интересно, журналист должен поработать на этой презентации и выяснить всю необходимую конкретику, которая сделает новость и местной, и полезной. Например, так:

ЛИД

Поликлиники Ингушетии получают для молодых матерей 500 экземпляров пособия по воспитанию детей, которое уже читали родители на 80 языках народов мира. Недавно переведенную и на ингушский язык книгу привезут в город журналисты, которые на прошлой неделе участвовали в ее презентации в московском отеле «Турист».

Новости можно творить и так: подумать о последствиях происходящих сейчас событий и записать в еженедельник, что тогда-то надо перезвонить туда-то и узнать подробности этого последствия. Это вполне может стать самостоятельной новостью. Или можно поговорить с экспертами о возможных отдаленных последствиях только что принятого закона, начать отслеживать тенденцию. Как только накопилось несколько примеров, о новой тенденции можно написать статью. Точно так же можно писать о возможных последствиях законов, которые еще только разрабатываются.

В 2004 году российские СМИ в недостаточной мере писали о возможных последствиях закона, которым Госдума лишила многих пенсионеров их льгот. В результате закон был принят и, в январе 2005 года, тысячи пенсионеров вышли на улицы, перекрыли движение в городах, требуя свои льготы обратно. Сравните с ситуацией, например, во Франции в начале 2006 года: правительство решило ввести новый закон, по которому работодатели могли увольнять молодых людей с работы в течение первых двух лет без объяснения причин. СМИ забили тревогу. Люди вышли на улицу. Правительство отозвало закон. Вот это и есть функция СМИ – стоять на страже интересов людей, своих читателей.

Газета может также создавать собственные новости. Например, после публикации в нее обращается человек, который, по какой-то причине, заинтересован установить контакт с кем-то из источников напечатанной статьи. Можно вклиниться в процесс установления контакта с разрешения обеих сторон и написать о том, что последовало за их встречей. Возможно, появился новый интересный проект, благотворительный фонд получил взнос или нуждающаяся мать – деньги на операцию для ребенка.

Можно брать интервью у специалиста по одной теме и попутно спросить его об актуальных проблемах и интересных достижениях – это тоже может стать темой будущей статьи. Часто, новые идеи рождаются при поиске информации для совершенно других статей – просто по ассоциации.

Надо читать сообщения информационных агентств и дорабатывать до уровня статей важнейшие из них, надо читать другие газеты, слушать новости по радио или телевидению, причем не только местные, но и национальные, международные, и заимствовать там идеи для статей. При этом важно не забывать о том, что, если идея заимствуется напрямую и она эксклюзивна, то нужно делать ссылку на первоисточник. Но если идея развивается, и журналист пишет уже о продолжении некоего события, или находит другой подход к его освещению, то такая идея становится его собственной. Однако иногда, излагая предысторию, все же бывает целесообразно сослаться на исходную публикацию. Это – свидетельство честности журналиста и газеты.

Можно читать и старые газеты, материалы которых могут подсказать новые идеи для новостных статей. Почему новостных? Да потому, что в процессе работы почти над любой статьей (иногда даже над статьями об исторических событиях) можно, по ассоциации, выйти на интересную новость. Надо просто искать, думать, разговаривать с людьми.

8.1.1. ПОСМОТРИТЕ НА НОВОСТЬ ИСКОСА, КОПНИТЕ С ДРУГОЙ СТОРОНЫ. ОРИГИНАЛЬНОСТЬ И ЭКСКЛЮЗИВНОСТЬ.

Не всегда журналистам удается найти свой, особенный подход к определению и изложению новости. Но в условиях развивающегося соперничества между несколькими изданиями одной местности побеждает та газета, которая смогла быть не такой как все, смогла предложить свой, оригинальный, подход к новости.

Надо помнить, что новость – это не то, что происходит каждый день. Новость – это то, что отличается от рутины. То, что необычно. Это то, о чем принято говорить у тренеров по журналистике так: новость – это не когда собака укусила человека, а когда человек укусил собаку.

И этот элемент основной интриги новости должен быть вынесен как можно выше в новость, чаще всего в ЛИД, например:

Лондон (Рейтер, 7 июля 2008) – Британцы могут способствовать снижению цен на продукты питания, сократив расходы на ненужные продукты, сказал премьер-министр Великобритании Гордон Браун.

В чем неожиданность? В том, что повышение цен на продукты питания в то время связывалось с ростом цен на энергоносители и другими макроэкономическими проблемами. И вдруг премьер предлагает британцам просто снизить спрос – ведь британцы, как оказалось, выбрасывают около 4 млн. тонн несъеденных продуктов в год.

Еще один пример:

Рим (Рейтер, 16 июня 2008) – Житель Италии был арестован по подозрению в похищении своей бывшей подруги, которую он привез к себе домой и заставил погладить свою одежду и вымыть посуду, сообщила полиция.

Не правда ли, странный поступок для влюбленного мужчины? Все, что ему было нужно – это глажка и уборка.

В этих примерах неожиданность и курьезность сами бросаются в глаза, они видны на уровне обычного человеческого здравого смысла. Но во многих новостях, особенно сложных или спорных, журналист должен **прямо написать, в чем неожиданность новости.** Например, читатели могли не знать о противостоянии нефтяного гиганта ВР и российского правительства. Поэтому журналист написал так:

СЕЧИН ПРЕПОДНЕС СЮРПРИЗ, ТЕПЛО ОТОЗВАВШИСЬ О РОЛИ ВР В РОССИИ

Москва (Рейтер, 9 июля 2008) – ВР приносит на российский рынок прозрачность и новые технологии, заявил в среду влиятельный вице-премьер

правительства Игорь Сечин, чьи слова прозвучали как неожиданная поддержка гиганта мировой энергетики, ведущего битву с российскими миллиардерами-партнерами по ТНК-ВР.

«В целом работу ВР в России поддерживаем. Они вносят и новые принципы корпоративного управления, новые технологии, обучение персонала, прозрачность – это нас очень радует», – сказал Сечин, курирующий в правительстве Владимира Путина энергетику и промышленность, и возглавляющий совет директоров государственной Роснефти. «Мне очень приятно, что компания ВР является акционером Роснефти», – сказал Сечин.

Представьте себе, что то, что подчеркнуто, не написано. Тогда любой задаст вопрос: НУ И ЧТО? ВЫ ПИАР ПИШЕТЕ ИЛИ НОВОСТЬ?

В заключение хочу вернуться к человеку, укусившему собаку. Этот самый известный в журналистике символ оригинальности и необычности изображен на обложке этого пособия. Он называется так: «Новость не в том, что собака укусила человека, а в том, что человек укусил собаку». Кстати, одна такая новость однажды произошла на самом деле. В ней интересны два момента – журналист посчитал, что то, что человек укусил собаку уже не так уж и интересно, а даже где-то стереотипно, и добавил к этому еще одну курьезную деталь: что, кусая собаку, человек сломал клык (по-английски клык – это «собачий зуб» – canine tooth – то есть добавилась игра слов).

БРАЗИЛЬСКИЙ МАЛЬЧИК СЛОМАЛ КЛЫК, КУСАЯ ЗЛУЮ СОБАКУ

САН-ПАУЛУ (Рейтер, 24 июля 2008) – Одиннадцатилетний мальчик оказался в центре внимания бразильских СМИ после того, как он укусил питбуля, напавшего на него, когда он играл во дворе дома своего дяди, сообщили бразильские СМИ.

Габриель Альмейда, живущий в пригороде Белу-Оризонти, столицы штата Минас-Жейрас, сломал свой зуб, клык, когда кусал шею собаки, пытаясь сопротивляться нападению.

После этого он стал гостем нескольких телеканалов, где рассказал о случившемся.

«Я схватил его за шею и укусил, – сказал он в интервью газете O Globo. – В этом нет ничего особенного. Лучше потерять зуб, чем потерять жизнь».

Очевидцы происшествия сумели оттащить пса от мальчика, которому пришлось наложить на руку четыре шва, сообщает газета.

А теперь попробуем оригинальную новость СОЗДАТЬ:

Например, после бесланской трагедии, когда во всех городах начали собирать деньги, гуманитарную помощь и кровь для жертв, начали появляться статьи – почти близнецы, которые различались только цифрами и именами. Вот один из примеров. Обратите внимание, что такое начало статьи можно давать **каждый день**, а ведь в новости должна быть **ЕЕ ВЕЛИЧЕСТВО НОВОСТЬ**:

Новосибирск продолжает осуществлять денежную и гуманитарную помощь пострадавшим в Беслане. Среди тех, кто откликнулся на общую беду, – не только официальные учреждения и предприятия, но и предприниматели, школы и многие жители города. Люди несут деньги, сдают кровь и отправляют в Беслан одежду, игрушки и учебники.

А ведь и здесь можно было найти оригинальный подход, если просто внимательно относиться к собственному материалу. Например, в одной статье журналист задает вопрос одному из доноров: «Что заставило вас сюда сегодня придти? Что для вас значит сдать сейчас кровь? Ведь вы понимаете, что она, скорее всего, даже не попадет в Беслан?»

Например, вот отрывок из текста:

«**Большинство посетителей** центра переливания крови отказывались отвечать на вопрос, почему они сегодня сюда пришли. Мужчина средних лет, только что сдавший кровь, не стал говорить о себе. Он только нехотя сказал, что вчера его близкий друг сдал кровь для Беслана, но и он не собирается никому об этом распространяться.

«Это его личное дело, никого больше не касающееся», – добавил он.

Люди сдают кровь, потому что они хотят выразить сочувствие, даже понимая, что в Беслан она, скорее всего, не попадет, говорит заведующая донорским отделением Елена Луценко.

«Но мы живем в крупном городе, нам тоже нужно думать о безопасности наших детей, всех тех, кто окажется на больничной койке. Если, не приведи господь, что случится, мы должны быть готовы», – сказала она «НН».

Поняв, что переживания людей очень интимны, что они, на самом деле, не хотят об этом много говорить, а хотят что-то **ДЕЛАТЬ**, можно было подумать, **как сделать именно эту внутреннюю скромность и соперевживание тем особым, оригинальным подходом к новости**. Побеседовать с людьми, которые приносят гуманитарную помощь, сдают деньги. При поиске оригинального подхода главное – это найти интересную особенность новости, которая далеко не всегда очевидна.

Например (мне приходится фантазировать, чтобы дать вам целостное представление о том, как это можно написать):

Кровь, которую тысячи новосибирцев сдают в эти дни для детей Беслана, скорее всего, не попадет по назначению. Многие это понимают, но очередь на станции переливания крови не уменьшается, сказала «НН» во вторник заведующая донорским отделением Елена Луценко.

А вот реальный пример, в котором автор упустил возможность написать оригинальную новость.

Как-то раз в одном небольшом городе рабочие-экскаваторщики рыли яму и обнаружили снаряд. Тревога, в конце концов, оказалась

ложной, потому что снаряд оказался учебным. Но напряженность была серьезной. Две местные газеты дали статьи-близнецы. Обе начинались примерно так:

На глубине в один метр рабочие-экскаваторщики обнаружили снаряд около пятидесяти сантиметров в длину. Пожарные выехали на место события и установили ленточное ограждение вокруг ямы, около которой лежал снаряд.

Давайте не будем сейчас говорить о нарушении правил написания ЛИДОВ (подробно об этих правилах читайте в главе 12-й). Наша задача сейчас – это написать эксклюзивную статью и победить конкурентов. Где же тут эксклюзив? Здесь зацепка бросается в глаза сразу: где был снаряд, когда приехали пожарные? **ОКОЛО ЯМЫ**. Но почему **ОКОЛО**? Его что, **ВЫТАЩИЛИ???** **Бесшабашные, однако, попались рабочие. Дотронувшись до снаряда, они нарушили** правила техники безопасности. Ведь по виду снаряда сложно определить – боевой он или нет. Он мог взорваться при прикосновении, и тогда рабочим, прохожим и окружающим зданиям мало бы не показалось.

Поэтому статью можно было построить на нарушении техники безопасности. Например, так (опять фантазирую):

Центральный универмаг с посетителями и школа №23 с сотнями учащихся могли взлететь на воздух, если бы снаряд, который в среду днем обнаружили и вытащили из земли экскаваторщики, оказался боевым.

Мороз по коже пошел? Значит, вены вскрыты, вы на верном пути. Только не злоупотребляйте такими **ЛИДАМИ**, их стоит давать только при ситуации, которая является **ПО-НАСТОЯЩЕМУ ОПАСНОЙ**.

Далее в статье можно было бы, коротко изложив основные элементы произошедшего, в более пространной **ВТОРОЙ ЧАСТИ** словами профессионалов поучить лишний раз людей, чтобы они не искали приключений, трогая зарытое оружие и боеприпасы. Хорошо было бы привести слова экспертов о том, почему это опасно, привести случаи взрыва военной техники при аналогичных инициативах, статистику жертв и прочее. Ведь в этот раз рабочим просто повезло, как и всем людям и зданиям вокруг. А могло бы быть совсем иначе.

Статья была бы абсолютно другой и, кроме информации о новости, дала бы людям конкретные практические знания. И, скорее всего, именно эту статью запомнили бы читатели.

Эксклюзивные новости – это следствие достаточно серьезных усилий, вложенных журналистом в их добывание, включая работу с источниками и развитие доверия читателей, ведь именно от хороших источников и читателей журналист получает идеи для новостей. В эксклюзивных статьях приводятся материалы, добытые собственным трудом, а не сообщенные на пресс-конференции.

Однако идея эксклюзивной статьи, кстати, может родиться и на пресс-конференции. Представьте себе, что администрация объявила выпуск пластиковых карт для пенсионеров. На следующий день в газетах выйдут статьи-близнецы, цитирующие пресс-релиз или чиновников на пресс-конференции. **А вы через своих источников при проверке этой информации смогли написать о том, что какая-нибудь компания «Эксимпром» получила контракт на изготовление этих карт и огромные бюджетные деньги без всякого тендера, поскольку «Эксимпромом» управляет родственник главы администрации.**

Ну, вы же не думали, что эксклюзив – это только Уотергейт. Вокруг вас полно эксклюзивов. Копайте.

Но если то, что выдается за «эксклюзив», само идет вам в руки, никогда не забывайте проверить такую «утечку» информации, чтобы не стать жертвой манипуляторов. Не позволяйте себя обмануть. Важно выяснить не только происхождение информации и ее надежность, но и то, почему она появилась именно сейчас, кому это выгодно и кому это может нанести серьезный ущерб. Особенно остерегайтесь и серьезно проверяйте сомнительные «эксклюзивы» в период избирательных кампаний. Спешка с опубликованием может вызвать совсем не тот эффект, на который рассчитывает газета.

ГЛАВА ДЕВЯТАЯ.

Детали, характеристики, описания, образы.

Эта глава состоит из двух частей – в первой мы поговорим о способах создания «**эффекта присутствия**», а во второй – о том, как давать говорящие описания того, о чем или о ком вы пишете.

9.1. ПОСТАВЬТЕ ЧИТАТЕЛЯ В ЦЕНТР СОБЫТИЯ.

Умение поставить читателя в центр события или дать читателю почувствовать себя причастным к событию называется созданием эффекта присутствия. Такой эффект достигается с помощью использования мелких деталей, подмеченных журналистом на месте события, с помощью создания зрительных образов.

«**Show, don't tell**», говорят американские тренеры по журналистике. На русском языке прямой перевод «Покажи, а не говори» не вполне отражает смысл этой поговорки. Имеется в виду – «**Докажи деталями и фактурой, а не голословными утверждениями**».

Это умение – комплексное, но в основе своей оно имеет развитое умение журналиста видеть важные, интересные детали. **Это умение можно и нужно тренировать. Журналисты, которые умеют видеть то, на что другие не обращают внимания, имеют больше шансов написать эксклюзивную новость более высокого качества.**

Описание деталей, нюансов выражения лица, взглядов, часто даже запахов способны создать для читателя такую картину события, которую не всякое документальное телевидение могло бы передать, сопоставимую разве что с хорошим художественным фильмом, снятым классным оператором. Конечно, это не относится к короткой информационной заметке, но вполне возможно использовать в новостях большего объема.

Читатели не знают, при каких обстоятельствах происходит новость. Основные факты редко рисуют более широкую картину, фон происходящего. **Мы же поговорим о небольших деталях, вплетенных в текст**, которые, с одной стороны, помогают понять текст, а, с другой стороны, не тормозят и не прерывают изложение, как это иногда происходит, когда в текст вставляются контекстные блоки.

9.1.1. ДЕТАЛИ СИТУАЦИИ.

Иногда новость имеет смысл именно из-за необычности самих обстоятельств, в которых она происходит. Например, взрыв, унесший жизнь большого числа людей в тихом местечке – это новость, которую прочитают с большей вероятностью, чем новость с такими же последствиями, но из района постоянных военных действий. Но опишите это тихое местечко **детальями**. Сообщите **этимися деталями** необычность происходящего. Пусть даже это будет всего несколько слов. Сравните две фразы об одном и том же:

«Квартира была ограблена»

и

«**В квартире** не осталось ничего – даже гвоздей на стенах, на которые обычно вешают семейные фотографии».

Конечно, не в гвоздях дело, **а в небольших деталях, которые имеют огромное значение для восприятия новости, для создания эффекта присутствия**, для налаживания мостика между информацией и читателем. Второе предложение помогает создать образ, и именно образы, а не общие слова или перечисление фактов и цифр, запоминаются лучше. Каждый человек может легко себе представить эти гвозди, поэтому такая небольшая деталь текста легко переносит читателей на место действия.

Короткие и емкие образы придают тексту не только образность, но и увеличивают его достоверность.

В умении так подать собранную фактуру, чтобы читатель смог заинтересоваться ей, пропустить через себя, «переварить» ее, «вставить» в жизнь, состоит искусство журналистики. Вам не надо самим причитать, клеймить и читать нотации. Опишите то, что вы увидели, и пусть люди сами решают, как им на это реагировать.

Посмотрите, как журналист уже в ЛИДЕ показывает деталь сцены действия, от которой западные читатели ужаснутся: там не принято держать арестованных в клетках во время суда. Многие только по этой детали поймут, что ее упрек Западу был вынужденным:

Ташкент (Рейтер, 8 мая 2007) – Апелляционный суд в Ташкенте во вторник освободил правозащитницу, которая покаялась, сидя в железной клетке, и упрекнула Запад в попытке навязать Узбекистану «цветные революции».

Еще пример:

Москва (Рейтер, 1 февраля 2008) – Районный суд в Москве отклонил просьбу о переводе в больницу бывшего вице-президента ЮКОСа Василия Алексаняна, который говорит, что умирает от СПИДа и лишен в тюрьме медицинской помощи:

Алексамян на время заседания был помещен в металлическую клетку. Он выглядел истощенным и говорил тихо. На суде бывший менеджер ЮКОСа не мог самостоятельно стоять и выслушал вердикт, облокотившись на решетку.

Журналистам часто приходится писать с места события. Собирая основную фактуру, уделите внимание деталям, которые – как приправы, улучшающие пищеварение – помогут людям воспринять и понять новость.

Посмотрите, как описание одного из взрывов в Багдаде, который разрушил несколько магазинов, торговавших электроникой, позволяет увидеть картину разрушений:

(The New York Times, 19 февраля 2007) – Улица была покрыта обугленными частями телевизоров, спутниковых антенн и небольших генераторов. Расколотые голубые керамические плитки и стекло хрустели под ногами выживших после взрыва, которые пробирались по окровавленному мусору, чтобы доставить более 131 раненых в больницы. Люди заворачивали умерших в ковры и одеяла, которые они смогли найти на месте взрыва.

9.1.2. ОПИСАНИЕ ОЩУЩЕНИЙ.

Описать ощущения очень непросто. Для этого журналист должен побывать на месте новости и прочувствовать их. Кроме того, ощущения можно передать только по ассоциации – связав их с чем-то, знакомым читателю, с тем, что читатели когда-то ощущали сами.

Приведу хороший пример из статьи, где описываются проблемы жильцов домов, которые затопило из-за разрушенной ливневой канализации. Журналист пришел, увидел и смог описать не только то, что он видел, но и свои ощущения:

Вздутые полы, обвалившаяся штукатурка, покореженная мебель, запах сырости, от которого тут же першит в горле – так сейчас выглядят пять затопленных домов. Уже четверо суток, говорят жильцы, окна и двери в них распахнуты настежь, но влага не выветривается.

Любой читатель может вспомнить это неприятное ощущение, когда першит в горле от сырости, и почувствовать себя в этой комнате. Самый лучший текст – тот, из которого видно, что журналист не просто опросил очевидцев, но и сам побывал на месте, понюхал, потрогал, а может быть даже что-то и лизнул.

9.1.3. ОПИСАНИЕ ЗАПАХОВ.

Описаниями можно передать даже запах. Как и в случае с ощущениями, передать запах можно только по ассоциации с чем-то,

что людям знакомо. Например, запах экзотического фрукта под названием «дуриан», который считается одним из вкуснейших на земле, – настолько отвратителен, что в некоторых странах в общественных местах вешают знаки «вход с дурианом запрещен». Я как-то хотела его купить в Сингапуре, но не смогла себя заставить даже подойти к прилавку. В интернете можно найти описания этого запаха как смеси запахов тухлого лука, сыра и скипидара, запаха разлагающейся плоти, протухшей луковицы, грязных носков, туалета, тухлых яиц, а поедание дуриана сравнивается с поеданием селедки, закусывая сыром с плесенью над открытым канализационным люком. Все эти запахи людям знакомы, поэтому, в принципе, этот адский запах вполне можно себе представить.

Приведу пример из новости о том, как в небольшом городе открылся новый, красивый, чистый, но платный туалет, а народ платить не хочет и по привычке бежит по нужде в заброшенную синагогу рядом с городским рынком. Журналист не ограничилась разговором с чиновником, а пошла, понюхала, опросила посетителя рынка, и дала небольшое, но хорошее описание:

Из-за того, что большинство предпринимателей (а их на рынке около 750 человек) отказываются ходить в платный туалет, используя при этом синагогу, в центре города складывается антисанитарная обстановка, сказал корреспонденту «ГС» начальник санитарно-эпидемиологической службы города Анатолий Тепин.

В то время как Тепин беспокоится о возможном распространении инфекционных болезней, рынок уже начал задыхаться от запахов, идущих от оттаивающих экскрементов. Этот запах ощущается от самого входа на рынок.

«Я прохожу ворота, зажав нос», – сказала 45-летняя покупательница Лариса Островнова, которая пришла в прошлую субботу на рынок за овощами. «Не представляю, что тут будет летом».

Еще один пример описания запаха при рейде властей, к которым присоединился журналист, в квартиру пожилых пенсионеров-пьяниц, которые живут на деньги от сдаваемого в утиль мусора:

В прихожей квартиры, которую посетили Александр Пронин, участковый, Марина Шпакова, помощник врача-гигиениста отдела коммунальной гигиены Зонального центра гигиены и эпидемиологии и корреспондент «Шага», лежала связка перевязанного картона. В нос сразу бросился запах подвала. В бывшей спальне разместился «пункт по переработке мусора». Пустые коробки, детали от велосипеда, на полу вперемешку валяются тряпье и грязные бумаги, стоят уже упакованные мешки с ветошью...

Не буду приводить много примеров – описания делать достаточно легко. Сложно заметить именно те **детали в фокусе вашей новости, которые придадут тексту энергию, создадут образ и вызовут ответную эмоциональную реакцию**.

9.1.4. ОПИСАНИЕ ДЕТАЛЕЙ ОТНОШЕНИЙ.

Посмотрите, какую деталь заметил журналист, чтобы подтвердить восстановление испорченных отношений:

КИЕВ (Рейтер, 1 октября 2007) – Лидер украинской «оранжевой революции» Юлия Тимошенко близка к триумфальному возвращению на вершину политического олимпа по итогам досрочных парламентских выборов.

[...]

Первый номер блока «Наша Украина – Народная самооборона» Юрий Луценко, в знак восстановления союза бывших партнеров по «оранжевой» революции, лично появился в ликующем штабе Тимошенко, одарил ее поцелуями и алыми розами без шипов.

Журналист не просто заметил букет алых роз. Он подумал о такой маленькой символичной детали в фокусе новости как шипы и узнал, что шипов на розах не было. Хороший журналист ищет такие детали. Это – как раз то, что часто запоминается больше, чем цифры и факты.

9.1.5. КАК ЗАМЕЧАТЬ И ОТМЕЧАТЬ ДЕТАЛИ?

Чтобы замечать детали, надо смотреть и видеть, надо искать эти детали. Интересными деталями могут оказаться брошенный взгляд, какой-то особенный стул, на котором сидел источник, простота кабинета, чей-то портрет на стене, хлопья снега за окном, пыль на подоконнике, какой-то особенный запах, цвет, нюансы одежды – все, что угодно, что может потом дополнить картину события и создать эффект присутствия.

Я обычно делаю заметки об интересных деталях на обложке блокнота, чтобы потом не рыться в записях, ведь когда концентрируешься на сборе информации для главных блоков новости, детали в голове не держатся. В результате теряется эмоциональный фон события, и статья получается сухой.

В новостях, особенно коротких, много таких деталей не понадобится, потому что объем ограничен – но несколько точных лаконичных мазков, которые одновременно с созданием образа будут работать на раскрытие новости, могут очень помочь.

В деталях новости содержится огромная сила. Надо только смотреть и видеть то, что имеет непосредственное отношение к новости. Помните, как у Чехова в пьесе «Чайка» писатель Тригорин говорит: **«Вижу вот облако, похожее на рояль. Думаю: надо будет упомянуть где-нибудь в рассказе, что плыло облако, похожее на рояль...»**

9.2. ХАРАКТЕРИСТИКИ, РЕЙТИНГИ, РЭНКИНГИ.

В новостях по бизнесу наряду с деталями, создающими эффект присутствия, необходимо использовать детали для создания **эффекта значимости**. Это – что-то вроде короткого системного контекста, который дается не для основной новости, а для отдельных ее игроков – компаний, организаций, людей, стран, объектов.

Для этого там, где речь идет о той или иной компании, организации, стране, проекте, ньюсмейкере или источнике, журналисты придают им короткую рейтинговую деталь, характеристику или уточняющее описание для того, чтобы читатель понял значимость того, о чем говорится, его весомость, специфике или особенности деятельности.

Иногда это – всего 3-5 слов: «Газпром», ведущий мировой производитель газа».

Иногда – вставка в предложение: Газ с месторождения Шах Дениз – **одного из самых больших в Азербайджане** – с нетерпением ожидается и в Азербайджане, и в Грузии.

Главное, чтобы это описание было **коротким, емким и было органично вставлено в текст, а не давалось отдельной тяжеловесной фразой или абзацем**. В любом случае, для вставки всегда можно выбрать самое главное, а менее важное опустить вниз новости.

Следите, чтобы эти вставки были строго в фокусе новости.

Хорошим вариантом представления характеристик и рейтингов/рэнкингов на сайте СМИ являются гиперссылки к уже готовой справочной информации для компании, где обычно содержатся название, срок основания, владельцы и финансовые показатели работы или имена известных ньюсмейкеров, где даются их основные биографические сведения и профессиональные достижения. Такие же блоки гиперссылок можно делать и для бизнесменов, и других важных персон. Это отлично экономит место в онлайн-публикации, однако, не освобождает от необходимости давать в печатной газете несколько слов рейтинговой информации.

Еще несколько примеров:

Рособоронэкспорт, российский монополист по экспорту вооружений...

ОПЕК, поставляющая более трети необходимой нефти на мировой рынок...

Один из крупнейших в России провайдеров интернет- и медиа-услуг Рамблер Медиа...

Nike Inc., ведущий мировой производитель спортивной одежды и обуви...

Примеры в тексте:

(Bloomberg, 2 февраля 2007) – British Airways Plc, самая большая авиакомпания Великобритании, сообщила о снижении прибыли в четвертом квартале на 12 процентов после угроз террористических атак в лондонских аэропортах и погодных катаклизмов, которые уменьшили количество пассажиров и привели к отмене полетов.

(Ведомости, 20 декабря 2004) – «Юганскнефтегаз», главный добывающий актив «Юкоса», достался неизвестному ООО «Байкалфинансгрупп», пообещавшему за него \$9,35 млрд. Эксперты уверены, что за победителем стоит «Газпром» или «Сургутнефтегаз», но ни одна из этих компаний не желает признаться в причастности к спорной сделке.

Токио, 26 января. ИНТЕРФАКС – Японская Ishikawajima-Harima Heavy Industries Co., Ltd, третья крупнейшая машиностроительная компания страны, создаст СП с АМО «ЗИЛ» для выпуска дверей, капотов и других крупных автодеталей, сообщает агентство Bloomberg.

9.2.1. РЕЙТИНГИ И ХАРАКТЕРИСТИКИ ИСТОЧНИКОВ И НЬЮСМЕЙКЕРОВ.

Это может быть характеристика значимости человека, его компетентности, независимости, или любая другая характеристика, из-за которой данный человек и стал источником, ньюсмейкером или другого рода действующим лицом в статье.

И речь идет **не о должности**, а том, что у этого человека есть **сверх этой должности** – то, что пояснит читателю, **почему** этот человек упомянут, или почему он стал источником или ньюсмейкером.

Скажем, если ваш ньюсмейкер или источник – продавец апельсинов на рынке, а речь в статье идет о росте цен на апельсины, то скажите о нем несколько слов сверх представления его «торговцем апельсинами», для того, чтобы убедить читателей в его компетентности в том, о чем вы его спрашиваете, например:

«Цены выросли потому, что в этом году зимой ударил мороз, и они померзли. Их просто мало», – сказал 56-летний Иван Петров, который, по его словам, выращивает апельсины и торгует ими 35 лет.

Его длительный опыт в отрасли придаст ему вес, авторитет, даже, если вы не дадите его фамилии (о ссылках на анонимные источники читайте в разделе 2.4.1), **читатель все равно будет доверять его словам больше**, чем если вы просто напишете «Сказал продавец апельсинов Иван Петров».

Охарактеризовать можно и страну, если это поможет раскрыть новость:

КИЕВ (Рейтер, 1 октября 2007) – Лидер украинской «оранжевой революции» Юлия Тимошенко близка к триумфальному возвращению на вершину политического олимпа по итогам досрочных парламентских выборов.

[...] Вместе с союзниками по «оранжевой революции» Тимошенко имеет все шансы на формирование правящей коалиции, где она будет играть ведущую роль. А обещанный ей премьерский портфель сделает ее самым влиятельным человеком в стране, полтора года назад передавшей значительную часть полномочий от президента парламенту и правительству.

Посмотрите, как выделенная деталь придает весомость именно той характеристике страны, куда – посмотрите на ЛИД – Тимошенко намерена вернуться во власть. То есть фокус новости – возвращение во власть. **А сколько будет власти? Ведь есть страны, где премьер на побегушках у президента и реальной власти не имеет. Откуда читателям знать, как этот политический баланс работает на Украине? Ниоткуда, если журналист этого не скажет.** Вот и сообщайте такие важные детали читателю.

Очень важно дать характеристику в фокусе новости экспертам, мнения которых вы используете для комментариев. Ведь, чаще всего, из названия их организации или фонда не видна независимость эксперта. **Читателя же надо убедить, что вы даете мнение эксперта, компетентного именно по предлагаемой теме и независимого от правительства, партий или других заинтересованных категорий людей или организаций.** Читателю надо дать возможность выбирать – доверять ли ему информации или не доверять, или, если доверять, то насколько. Рассмотрим это на проблеме возможного исчезновения белых медведей:

WASHINGTON (AP, 7 сентября 2007) – Две трети белых медведей погибнут к 2050 году – и вся их популяция исчезнет с Аляски – потому что лед становится все более тонким в теплеющей Арктике, предсказали в пятницу ученые правительства.

Около 16 тысяч медведей выживет только на северных островах канадской Арктики и на западном берегу Гренландии до конца столетия, сообщает в докладе американское Геологическое Обозрение (U.S. Geological Survey), которое является научным отделом Внутреннего Департамента (Interior Department).

Как видно, это исследование сделано по заказу и за деньги государства, а не какой-нибудь частной корпорации, которая хочет получить грант на спасение погибающих медведей и потому могла слегка подтасовать результаты научных исследований.

Если вы используете аналитиков и экспертов, то читатели обязательно должны понимать степень независимости этих людей, например:

Эндрю Гротто, аналитик либерально настроенного Центра американского прогресса со штаб-квартирой в Вашингтоне.

Леон Арон, директор по России в консервативно настроенном Институте американского предпринимательства в Вашингтоне.

Если ваш источник, кроме убедительной должности имеет **ученое звание, награды, интересную историю, в прошлом занимал какую-то важную или относящуюся к фокусу вашей новости** должность, очень богат, замешан в каком-то известном деле или каким-то **другим образом интересен в фокусе вашей новости**, не ограничивайтесь только фамилией и должностью.

Ваш источник может быть бывшим генеральным прокурором, ныне пенсионером, у которого вы просите комментарии по важной теме, или заслуженным архитектором, или может быть как-то по-другому связан с темой.

А может быть, кого-то недавно уволили и назначили другого. Тогда короткая характеристика может выглядеть так:

Мьюкейзи должен сменить ушедшего в отставку в прошлом месяце Альберто Гонсалеса, которого демократы обвиняли в предвзятости и чрезмерной лояльности администрации Джорджа Буша.

Надо показать читателям, почему вы пишете именно об этом человеке или именно у этого человека берете комментарии или информацию.

Например, в следующем отрывке новости журналист дает в нескольких местах детали, которые убедительно показывают компетентность эксперта в вопросе, который он комментирует:

Рост евро может привести к дефляции в еврозоне – нобелевский лауреат

НЬЮ-ЙОРК (Рейтер, 5 сентября 2007) – Стабильный рост евро по отношению к доллару в течение нескольких последних лет угрожает истощением экономике Европы и может привести к дефляции, считает лауреат Нобелевской премии по экономике Роберт Манделл.

Дам несколько примеров, которые помогут вам сформулировать характеристики для своих источников и ньюсмейкеров:

Глеб Мусаков, **бывший первый секретарь ленинградского горкома партии и бывший строитель** (если он комментирует низкие строительные стандарты)...

Иван Иванов, **очевидец происшествия...**

Опальный российский бизнесмен Борис Березовский...

Бывший миллиардер, ныне заключенный Михаил Ходорковский...

Стив Фоссетт, **первый в мире человек, облетевший землю на воздушном шаре...**

9.2.2. НЕ ДАВАЙТЕ СЛИШКОМ МНОГО ХАРАКТЕРИСТИК, ДЕТАЛЕЙ И РЕЙТИНГОВ В ОДНОМ МЕСТЕ.

Не нужно все характеристики источника, объекта или субъекта новости давать сразу, даже если они все важны в фокусе новости – это загромождает текст.

Помните – **при первом упоминании вы должны дать только основную характеристику коротко и по существу фокуса новости.** Чем меньше слов вы используете, тем лучше.

Например, если человек в прошлом имел солидную должность, из-за которой его и привлекли в качестве эксперта для комментария новости, то именно эту должность и упоминают первой, например, бывший спикер парламента Станислав Шушкевич или последний президент СССР Михаил Горбачев. При втором упоминании можно указать его нынешнее положение, например, Шушкевич, ныне пенсионер, или Горбачев, глава такого-то фонда.

Затем можно – опять же, рассредоточено, давать источнику и другие важные характеристики для придания ему еще большей значимости и демонстрации его компетентности или уместности для статьи.

Когда даете характеристики, пользуйтесь тремя главными правилами: чтобы они шли от главного (для этой новости) к второстепенному, не захламляли текст и оттеняли информацию в абзаце, контрастировали с ней или дополняли.

Пример начала новости, где упоминание об источнике рассредоточено:

(Bloomberg, 15 февраля 2007) – Жена мэра Москвы Юрия Лужкова, единственная в России женщина-миллиардер, подала иск в суд на журнал Forbes за клевету в статье, в которой утверждается, что ее компания получает выгоду от должности ее мужа.

Владелица строительной компании ИНТЕКО 43-летняя Елена Батурина подала иск на прошлой неделе против Axel Springer Russia, филиал компании Axel Springer AG, которая выпускает журнал Russian Forbes, после того, как в нем появилось предположение, что компании «гарантирована защита» государственных органов, сообщил вчера по телефону пресс-секретарь ИНТЕКО Геннадий Терехов.

В этом примере также видно, что журналист не загромодил ЛИД всей возможной информацией о Батуриной, а разнес ее по абзацам, оставив в ЛИДЕ ключевую информацию, имеющую прямую связь с новостью.

В следующем отрывке из новости о сделке, ссылки на источники и описания источников даны ниже ЛИДА и тоже раздроблены: первая ссылка характеризует источник как председателя совета ди-

ректоров предприятия, которое заключает сделку, а вторая ссылка описывает его как главу ведомства.

Magna, Автоваз договорились построить в России автозавод стоимостью \$1,7 миллиарда

(Bloomberg, 22 декабря 2006) – Magna International Inc., самый большой производитель автомобильных запчастей Канады и российский ОАО АвтоВАЗ построят автомобильное производство в России, чтобы удовлетворить растущий спрос на дешевые автомобили в странах бывшего Советского Союза.

Две компании решили построить завод в Тольятти, городе на юге России. Это производство сможет выпускать 500.000 машин в год к 2010 году, сказал сегодня в Москве председатель совета директоров АвтоВАЗа Сергей Чemezov. АвтоВАЗ, который находится в Тольятти – это самый большой российский производитель автомобилей.

Совместное предприятие с капиталом 50-50 будет производить 10 вариантов нового компактного семейного автомобиля стоимостью от \$10.000 до \$12.000, сообщил Чemezov. Чemezov также возглавляет государственное предприятие по экспорту вооружений Рособоронэкспорт, которое в прошлом году приобрело АвтоВАЗ. Финансирование будет разделено пополам, сказал он.

Однако и это правило, как и все остальные технические приемы написания статей, надо применять творчески и в зависимости от конкретной ситуации. К примеру, в вашем тексте вам нужен только **один абзац** от какого-то источника. В этом случае вам придется дать только одну-две самые важные характеристики в фокусе новости. Например, в статье о финансовом кризисе осени 2008 года источник комментирует проблему, грозящую банкам из-за того, что они выдали слишком много плохих кредитов. Эксперт сравнивает ситуацию с финансовым кризисом 1988 года:

«**Я не** понимаю, почему сейчас ситуация должна сильно отличаться, – сказал Джозеф Мейсон, экономист, который в 1990-е годы работал в министерстве финансов США, а сейчас работает профессором кафедры финансов в государственном университете Луизианы. – У нас была роскошная жизнь, когда и жители, и бизнесы взяли больше кредитов, чем могли вернуть. Это был большой мыльный пузырь, а сейчас нам надо вернуться к норме. Будет ли это безболезненным? Нет».

9.2.3. ВНИМАНИЕ: ОПАСНОСТЬ!

Как и многие контексты, пояснения-детали часто даются без ссылок на источники, и в этом случае журналист и СМИ несут ответственность за информацию. Поэтому, используя характеристики, будьте осторожны с оценочными словами и используйте их только тогда, когда они бесспорны. Например:

МОСКВА (Рейтер, 9 июля 2008) – ВР приносит на российский рынок прозрачность и новые технологии, заявил в среду влиятельный вице-премьер правительства Игорь Сечин, чьи слова прозвучали как неожиданная поддержка гиганта мировой энергетики, ведущего битву с российскими миллиардерами-партнерами по ТНК-ВР.

«В целом работу ВР в России поддерживаем. Они вносят и новые принципы корпоративного управления, новые технологии, обучение персонала, прозрачность – это нас очень радует», – сказал Сечин, курирующий в правительстве Владимира Путина энергетику и промышленность и возглавляющий совет директоров государственной Роснефти.

В том, что Сечин является **влиятельным**, вряд ли кто-нибудь сомневается. Но если сомнения есть, то не используйте слов-оценок.

Но если сомнения есть, то не используйте слов-оценок. Другая опасность – это переоценка знаний читателей. Опытные журналисты, со знанием ситуации из первых рук, обычно не затрудняются писать рейтинги и детали, так как они не являются тем, что надо специально добывать. Журналисты обычно уже информированы об этом, знают информацию для контекстов. Но именно в этом знании и содержится проблема. Журналисты не понимают, что читатели могут не быть в курсе очевидных, как им кажется, вещей.

Но читатели-то их не знают!

Так что думайте о своих читателях. Ставьте себя на позицию старой бабушки из Урюпинска. И давайте столько пояснений, чтобы наша дорогая бабушка все поняла.

ГЛАВА ДЕСЯТАЯ.

Цитирование.

Цитаты используются для того, чтобы «очеловечить» новость. Они должны быть интересны, связаны по смыслу с фокусом новости, давать образные сравнения, добавлять остроту.

В цитатах должна содержаться только одна ясная мысль, и это должны быть комментарии, отношения, чувства, пояснения, эмоции, суждения, оценки – и ни в коем случае не факты и цифры.

Длинные цитаты использовать не рекомендуется, исключение – это выдержки из важных выступлений высших государственных деятелей или важных документов.

Например, журналист пишет о взрыве и разговаривает с выжившей пострадавшей:

«**Части человеческих** тел висели там на деревьях», – сказала 62-летняя Паулина Луна, местная жительница, которая была эвакуирована в убежище. Дом ее брата сровнялся с землей.

«Его дом просто стерся с лица земли, будто его никогда не было», – сказала она.

Сравните это с более ранней цитатой от чиновника по тому же происшествию:

«**Часть трейлера** загорелась после столкновения, отчего произошел взрыв», – сказал губернатор штата Хумберто Мореира.

Видите разницу?

Хорошие человеческие цитаты могут давать и представители бизнеса:

Москва (Рейтер, 11 сентября 2007) – Четвертая по объемам добычи в России нефтяная компания Сургутнефтегаз, чьи акции заметно выросли в последние недели на слухах о поглощении, скорее всего, будет куплена государственным энергетическим гигантом, сказал в понедельник президент группы «Спутник» Борис Йордан в ходе саммита Reuters.

«Что-то должно случиться вокруг Сургута... Возможно, [его покупатель] это Газпром. Либо Роснефть, хотя будет создана слишком крупная компания», – сказал Йордан.

Даже чиновники – люди, и могут дать отличные цитаты. Иногда только на условиях анонимности, но не цитируйте негативную информацию о ком-то без доказательств, и следите, чтобы в этих цитатах не было ничего, за что вас привлекут к суду за клевету:

Москва (Рейтер) – Высшие российские чиновники признаются, что ошарашены новостью о грядущей замене Михаила Фрадкова на посту главы правительства малопубличным политиком, шефом финансовой разведки Виктором Зубковым.

[...]

«Настроения [в правительстве] бодрые, мы все шутили: сколько отставок у нас было», – сказал Кудрин.

По его словам, в результате подсчетов выяснилось, что чаще всех остальных членов бывшего кабинета Фрадкова увольняли министра по чрезвычайным ситуациям и народного любимца Сергея Шойгу – он пережил 20 отставок.

«Ой... Прикольно!» – неуверенно рассмеялся в ответ на сообщение о выдвижении Зубкова чиновник администрации президента, расценив это как «ход конем».

10.1. ССЫЛКИ НА ИСТОЧНИК ПРИ ЦИТИРОВАНИИ.

Общее правило – избегайте начала абзаца со ссылки на источник, давайте сначала смысл. Но, при этом, читатели должны в каждый момент чтения понимать, кто является источником. Если это понятно, то нужно «спрятать» ссылку на источник (и обстоятельства получения информации) в конец цитаты, например:

«**Был громкий** хлопок, поднялся черный дым и люди начали кричать», – сказал очевидец взрыва Сергей Смирнов.

Можно поставить ссылку и внутрь цитаты, **если цитата длиннее двух предложений**. Ссылка на источник при этом дается после **короткого первого предложения с законченной мыслью**. Часто туда же добавляются обстоятельства получения цитаты. Главное, о чем надо думать, это чтобы смысл был в начале абзаца. Например, в новости об очередном взрыве в Ираке журналист разговаривает с домохозяйкой:

(Associated Press, 3 февраля 2007) – [...] «Мы очень расстроены и злы, что в нашем районе находится офис партии», – сказала 52-летняя домохозяйка в то время, как она осматривала свой дом, поврежденный взрывом. «Если бы этого офиса тут не было, этот самоубийца-бомбист не стал бы взрывать свою машину рядом с нашими домами».

Если же читателю неизвестно, кто цитируется, то есть два выхода. Первый – дать связку на цитаты (*см. о связках в разделе 13.3*). Второй – начинать цитирование с источника. Однако текст, где каждый абзац начинается с источника, выглядит так, будто источники передавали друг другу микрофон, а журналист в это время перекуривал с подружкой в соседнем кафе.

10.2. КАК ДОБЫТЬ ХОРОШУЮ ЦИТАТУ.

Для этого надо работать, а не сидеть и ждать, что вам ее кто-то поднесет на блюдечке с золотой каемочкой.

Хорошую цитату от чиновника, привыкшего к произнесению речей на партийно-хозяйственных активах и говорящего на официальном жаргоне, получить нелегко.

Бывает, что и невозможно. Привычка – вторая натура и не все могут говорить так, как, например, заместитель генерального директора ЮНЕСКО Марсиу Барбоза, который сопроводил требование, что Россия должна до 1 февраля 2008 года представить детальный отчет о последствиях проекта строительства небоскреба рядом с историческим центром города, или против нее будут введены санкции со стороны ЮНЕСКО, таким образным заявлением:

«Выражаясь футбольным языком, это «желтая карточка».

Расслабьте источник, поговорив на тему, которая интересна ему, потом будет проще вытянуть из него то, что нужно вам. Почитайте литературу о том, как брать интервью. Только не перегибайте с этим – если вы собираетесь использовать только одну цитату, не нужно тратить время источника, разговаривая с ним целый час.

Вы можете помочь источнику дать вам хорошую цитату, задавая вопросы и помогая этим отточить цитату. Иногда для этого надо перезвонить источнику. Иногда можно помочь с формулировкой, переспросить, что источник имел в виду. Однако **никогда не собирайте в цитату то, что говорил источник, если он сбивался, мекал и перескакивал с мысли на мысль. Никогда не формулируйте сами то, что источник не говорил, не цитируйте сами себя – это нечестно.**

Или перефразируйте слова источника непрямой речью, или дайте частичную цитату. Но не фальсифицируйте. Это – свидетельство профессиональной непригодности.

Можно задать источнику и новые вопросы, которые могут помочь с хорошими цитатами и в формулировке отдельных структурных блоков новостей.

Среди таких вопросов важнейшие:

- «Что это значит?»
- «Почему это важно?»
- «Почему это важно сейчас?»
- «Какие в этом проблемы?»
- «Что Вы имеете в виду?»
- «Что конкретно Вы имеете в виду?»
- «Почему Вы это говорите?»
- «Почему Вы так говорите?»

Некоторые из этих вопросов помогут вам вычистить неясности в тексте, некоторые станут основой содержания структурных блоков вашей новости, а некоторые ответы — самые интересные и образные – вы сможете процитировать.

Самая интересная цитата обычно идет наверх, в качестве ЦОКИПЛ (цитаты от компетентного источника, поддерживающей ЛИД, см. следующий раздел пособия).

Одну из сильных цитат можно приберечь для концовки.

Обычно в тексте используется одна цитата на 4-5 абзацев. Серьезная ошибка – это «стена цитат», когда подряд идет большое количество цитат. Ваша задача – не цитировать источники, не быть их пресс-секретарями, а быть автором новости, излагать ее, раскрывать тему так, чтобы новость была понятна и ее было интересно читать людям.

10.3. КАК РЕДАКТИРОВАТЬ ЦИТАТЫ.

Как мы только что обсуждали, собирать цитаты из слов источника нельзя. Но есть несколько случаев, когда вы можете редактировать цитаты.

1. Если в ней отсутствует какой-то важный элемент – имя, или должность, или недостающая цифровая или фактическая информация. Если ее необходимо вставить в цитату, то делайте это в квадратных скобках. В круглых скобках обычно приводится дополнительная информация в не прямой речи. Использование квадратных скобок для редактирования цитат – это элемент Книги стиля СМИ.

При этом, данная вставленная информация, во-первых, должна быть проверенной и лучше всего перенесенной в цитату из другого отрывка интервью с тем же источником, а, во-вторых, не должна загромождать цитату. Необходимо позаботиться о том, чтобы, читая вставку, человек не забыл основную идею цитаты. Иногда нужно сделать дополнительный звонок источнику, чтобы уточнить цитату; если она может быть непонятна, читатель, в свою очередь, может на ней споткнуться. Бойтесь потерять читателя – дайте ему все в пережеванном виде. Пусть спокойно заглатывает, а не злится, что ему что-то непонятно. Например:

«**Мы постоянно «дергаем»** дирекцию завода, держим все на контроле, и, по-видимому, скоро у нас состоится серьезный разговор с руководством, – сказал Перепелкин. – Однако этот завод в городе не один [имеющий экономические проблемы], половина наших предприятий убыточные».

Если источник упоминает только фамилию, то в квадратных скобках вставляют имя и должность того, о ком говорится:

«**Мы все** знаем о приказе [председателя исполкома Алексея] Измайлова, что надо убрать пивные киоски от школы, – сказала 38-летняя мать шестиклассницы школы № 18 Татьяна Шамина. – Но почему же тогда они до сих пор еще там? Родители что ли должны их сломать?»

В этом случае вместо этого слова можно вставить в квадратных скобках слово «ругательство». В новости, отрывок из которой я процитирую, идет речь о том, что губернатор штата Иллинойс Род Благоевич собирался продать освободившееся после Обамы место сенатора штата за деньги и его телефонные разговоры были записаны ФБР (саму речь перевести трудно, поэтому дам в оригинале):

CHICAGO (AP, 10 декабря 2008) – Слова, записанные на пленку, звучат так, будто их произнес мафиози. Однако это говорил губернатор штата Иллинойс.

«I've got this thing and it's [expletive] golden, and I'm just not giving it up for [expletive] nothing. I'm not gonna do it», Democratic Gov. Rod Blagojevich says in a conversation intercepted by the FBI.

3. Если нужно сократить цитату. В этом случае, в месте изъятия куска цитаты поставить многоточие. При этом вырывать цитату из контекста и придавать словам другой смысл является профессиональной ошибкой.

4. Если по смыслу вторая часть цитаты важнее, чем первая, и от изменения их последовательности смысл не изменится.

10.4. ЧАСТИЧНОЕ ЦИТИРОВАНИЕ.

Такое цитирование, то есть цитирование одного или нескольких слов, используется не только в случае, когда источник бекает и мекает, или там, где цитата слишком длинна, многословна, неуклюжа, косноязычна или в ней в основном содержатся факты.

Цитировать частично нужно обязательно, если источник произносит что-то оригинальное – например, оценочные слова, а также **эмоциональные, курьезные, интересные, необычные слова, образные сравнения и короткие выражения, суждения, мнения. Частичное цитирование при этом необходимо, чтобы доказать, что сказано было именно это и именно так, а не то, что вы просто перефразировали слова источников, чтобы сделать более броскими или сенсационными.**

Например, выражение «живут в мире грез» в следующей фразе должно было быть закавычено:

Если правительство США и государства-союзники думают, что смогут решить проблему терроризма в Афганистане без переговоров, значит, они живут в мире грез, считает такой-то эксперт.

Другой вариант этой фразы – написать нейтрально непрямой речью примерно так: «заблуждаются» (без кавычек).

Не стесняйтесь давать частичные цитаты в том случае, если цитирование оправдано. Однако будьте осторожны с частичными цитатами. Такие цитаты не должны стать способом иронизирования над человеком. Например, в следующей цитате видится некая ирония – будто бы журналист считает, что вопрос был подстроен:

Еще один вопрос был задан «простым госслужащим» и касался гарантий достойного пенсионного обеспечения.

Лучше было бы сказать так:

Еще один вопрос был задан человеком, который представился «простым госслужащим». Он касался гарантий достойного пенсионного обеспечения

Частичное цитирование правомерно только тогда, когда такая цитата не может быть понята в противоположном смысле или тогда, когда в тексте есть более полная цитата, которая подтверждает, что сказанное – не ирония.

Частичные цитаты могут вызывать подозрение – что автор что-то скрыл, говорит не всю правду. Вам это не надо.

10.5. ЧАСТИЧНОЕ ЦИТИРОВАНИЕ В ЛИДЕ И ЗАГОЛОВКЕ.

Сравните заголовок и цитату в третьем абзаце в примере и обратите внимание, что в заголовке цитируется только та часть, которая заимствована из полной цитаты в тексте:

Пример, в котором частичная цитата в заголовке и ЛИДЕ подтверждается более развернутой цитатой в тексте (см. последний абзац):

Путин и Саакашвили поговорили «откровенно» – Кремль

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ (Рейтер, 9 июня 2007) – Болезненный спор между Россией и Грузии требует практических шагов, сообщил в субботу Кремль после «откровенной» беседы двух президентов на первой с прошлого года встрече.

Торгово-транспортная блокада Грузии со стороны России, объявленная в 2006 году, довела и без того непростые отношения Москвы и Тбилиси до низшей точки. Россия негодует по поводу стремления республики-напарницы по СССР вступить в НАТО.

«Лидеры России и Грузии договорились дать поручения министрам иностранных дел по совместной работе, направленной на стабилизацию

двусторонних отношений», – сказал после встречи глав государств Владимира Путина и Михаила Саакашвили пресс-секретарь президента РФ Алексей Громов.

На неформальной встрече в Константиновском дворце стороны обсудили отказ Москвы от санкций к Тбилиси в ходе беседы, которая носила «доброжелательный и откровенный характер», сказал Громов.

10.6. ЦОКИПЛ.

ЦОКИПЛ – это не любая цитата, а именно цитата от компетентного источника, поддерживающая ЛИД, то есть **тесно связанная с ЛИДом по смыслу и эмоционально, и авторитетно подкрепляющая новость**, заявленную в ЛИДе. Такая цитата дается либо под ЛИДом, либо очень близко к нему.

ЦОКИПЛ служит определенной цели – комментируя от имени компетентного источника, она придает информации «человеческое лицо».

ЦОКИПЛ, как и любая другая цитата, **не должна сообщать факты и цифры**.

ЦОКИПЛ должна содержать **комментарии**, и чем они интереснее, тем лучше.

ЦОКИПЛ может совпадать с другими структурными блоками.

Пример:

Соглашение о ядерной программе для Северной Кореи является «уникальным» и важным шагом в верном направлении, сказал в среду президент США Джордж Буш.

ЦОКИПЛ/ВАЖНОСТЬ

«На шестисторонних переговорах в Пекине КНДР согласилась на конкретные действия, которые приблизят нас к свободному от ядерного оружия Корейскому полуострову», – сказал Буш на пресс-конференции.

Из этого примера видно, что ЦОКИПЛ, как элемент структуры, одновременно выполняет и контекстную роль – она является **ВАЖНОСТЬЮ** статьи.

Компетентный источник, слова которого цитируются в ЦОКИПЛ, кстати, не обязательно должен быть официальным лицом. Это **тот источник, который лучше других знает тему, на которую пишется статья**. Например, в следующем примере, кто лучше знает о страдании голодных свиней – директор фермы или свинарка, у которой разрывается сердце, когда она смотрит, как животные умирают от голода?

Не менее 25.000 животных пало от голода в свиноводческом хозяйстве «Южное» на юге Беларуси начиная с мая прошлого года. Часть этих туш была продана на мясо ничего не подозревавшим людям.

ЦОКИПЛ

«Свиньи буквально кричали от голода, да так, что сердце разрывалось», – сказала одна из свинок. «Тяжело было приходить на работу по утрам. Животные подпрыгивали в воздух в отчаянных попытках получить корм».

Иностранные журналисты очень часто используют эмоциональные ЦОКИПЛ для повышения интереса к чтению своей статьи, для того, чтобы вызвать ответную эмоциональную реакцию и «зацепить» читателя. Чтобы читатель улыбнулся, озадачился, нахмурился или сравнил ситуацию с чем-то знакомым и начал сопереживать.

Еще раз обращаю Ваше внимание на то, что ЦОКИПЛ должна быть в фокусе новости, а также должна быть напрямую связана с ЛИДОМ. А вот ЦОКИПЛ в следующем примере явно содержит информацию вне фокуса статьи и акцента, сделанного в ЛИДЕ на возвращение Бурджанадзе в политику Грузии:

Решение бывшего экс-спикера парламента Грузии Нино Бурджанадзе вернуться на передовую политической жизни Грузии, делает ее основным конкурентом президенту Михаилу Саакашвили в случае досрочных выборов.

«Из-за войны президент Саакашвили оказался «в очень затруднительном положении, – сказала Бурджанадзе в интервью Financial Times Deutschland после войны между Грузией и Россией за Южную Осетию, во время которой погибли сотни тысячи людей. – Если страна пережила такую трагедию, то у людей есть право знать правду».

Ни одно из этих утверждений не подходит для того, чтобы стать ЦОКИПЛ.

А вот следующая цитата – подходит в самый раз:

«**Нино** Бурджанадзе становится опасным противником Саакашвили, который может его заменить в будущем», – считает британский эксперт по Грузии Ксения Скворцова (Ksenia Skvortsova).

10.7. ЦОКИПЛ В НОВОСТЯХ, ОСНОВАННЫХ НА КОНФЛИКТЕ.

В коротких новостях о конфликтах ЦОКИПЛ, да и вообще цитаты, дают редко, просто из-за недостатка места. Но если новость более объемная, то ЦОКИПЛ обязательно надо дать. В этих случаях, ЦОКИПЛ от обеих сторон даются близко друг к другу, но первой, чаще всего, идет ЦОКИПЛ от той стороны, с которой начинается ЛИД.

При подборе ЦОКИПЛ будьте максимально объективными, ведь ЦОКИПЛ в начале статьи, особенно, если она содержит серьезную контекстную информацию, дает соответствующую установку на восприятие остального текста. Если вы пишете о конфликте или проблеме, подберите несколько хороших цитат, чтобы сбалансировать текст.

В новостях о конфликтах, ЦОКИПЛ могут находиться достаточно низко в статье, поскольку перед ними должна находиться более важная фактура, поясняющая существо конфликта.

Вторая ЦОКИПЛ может быть отделена от первой другими блоками статьи. Кроме того, в новостях о бизнесе, как в следующем примере из газеты Financial Times, ЦОКИПЛ могут прояснять ситуацию, а не только являться эмоциональной реакцией на нее. Все зависит от того, насколько хорошо журналист может «раскрутить» источник на откровенность.

(The Financial Times, 24 марта 2002) – Австралийская Комиссия по конкуренции и защите прав потребителей (АССС) в среду объявила о проведении антимонопольного расследования деятельности крупнейших нефтяных корпораций, работающих в стране. В ходе проведенных АССС рейдов в офисах Exxon Mobil, Royal Dutch/Shell Group и Caltex Australia были изъяты сотни бумажных и электронных документов.

Затем идут блоки СУТЬ – сторона комиссии, КАК ЭТО ПРОИЗОШЛО и ПОЧЕМУ ЭТО ПРОИЗОШЛО, и после них следует цитата от первой стороны:

ЦОКИПЛ – СТОРОНА АССС

«Мы пришли к заключению о возможности факта нарушения закона о порядке торговли, – сказал FT Алан Фелс, председатель АССС. – Речь идет о статье закона, касающегося сговора между производителями».

Затем идут блоки ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ и ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ, а затем СУТЬ – обвиняемая сторона, где компании отвергли предъявленные обвинения и выразили готовность сотрудничать с регулирующими органами. И затем следует вторая короткая ЦОКИПЛ от одной из компаний, чья деятельность расследуется:

ЦОКИПЛ – СТОРОНА «ОБВИНЯЕМЫХ»

«Обвинения явились для нас полной неожиданностью», – сказал представитель Caltex.

ГЛАВА ОДИННАДЦАТАЯ.

ЯЗЫК НОВОСТИ.

Пишите просто. Как будто вы говорите с кем-то – со своими родственниками, друзьями, незнакомыми людьми в транспорте и вам надо им сообщить что-то важное. **Простой разговорный язык имеет большое преимущество в том, что он понятен и доступен.**

Такой язык не надо расшифровывать, обращаясь к словарю, знакомым или интернету. Человек просто прочитал статью и все из нее понял.

11.1. ПИШИТЕ ПРОЩЕ.

Если вы пишете понятно, читатель видит, что его уважают. Поэтому, в современной журналистике не принят ни возвышенный стиль, ни официальный, ни академический – а используется именно простой, на котором говорит большинство населения.

Вот это – официоз:

Шимон Перес заявил, что Кондолиза Райс прибыла на Ближний Восток в критический момент. Он сообщил, что в настоящее время представилась возможность для прорыва в мирном процессе, но при этом нельзя игнорировать существующие трудности.

А вот это – разговорная манера и более конкретное изложение. Ведь людям нужен смысл, а не набор высокопарностей и неясностей, которые скрывают то, что журналист сам не понимает, что пишет:

Кондолиза Райс приехала на Ближний Восток в критический момент, сказал Перес. Именно сейчас появилась возможность достигнуть результатов в мирных переговорах, хотя эти попытки и блокируются представителями Хамас, считает он.

Разговорный стиль может быть сначала немного непривычен для использования в статьях, но этот стиль – не иностранный язык, его не надо учить. Это – тот язык, на котором люди разговаривают от рождения. Правда, от просторечий надо отказаться.

Вам надо просто представить себе, что вы рассказываете свою новость как интересную историю очень среднему человеку, который понятия не имеет, что происходит, и надо ее рассказать так, чтобы этот человек не заснул от скуки и не сбежал от вас, пока вы говорите, и чтобы он понял, что вы сказали.

Высокий официозный стиль отталкивает людей. Разговорный – делает новость ближе к человеку. В наше время борьбы за читателя отталкивать людей не надо. Главное, понять, что новости пишут не теми словами, которыми чиновники говорят с трибуны.

Язык новостей – не только понятный и простой, но также сжатый и прямолинейный.

Не используйте длинные сложносочиненные и сложноподчиненные предложения, их трудно понять, а, значит, трудно запомнить. **Хороший текст – это тот, который не надо перечитывать.**

При освещении конфликтов, преступлений, противостояний, нужно использовать нейтральный язык, не принимая ни одну сторону. Задачей журналистов является освещение конфликтов, а не вовлечение в них и участие в их раздувании.

Том де Ваал, координатор программы IWPR (Института освещения войны и мира) на южном Кавказе, сказал как-то: «Используйте умеренный язык. Используйте нейтральные слова о другой стороне, а не «агрессоры» или «террористы».

11.2. МНОГОСЛОВИЕ.

Вычеркните лишние слова или отредактируйте текст так, чтобы сократить его без ущерба для смысла.

Даже если вы уберете всего несколько лишних слов, газеты будут благодарны за то, что вы сэкономите им площадь публикации, и они смогут дать больше информации, телевидение сможет дать больше сюжетов, а люди будут счастливы выкроить лишнее время, чтобы сделать что-то другое.

Краткость – сестра таланта.

Не пишите «на территории города», если можно сказать «в городе», не пишите «в городе Перми», если то же самое можно сказать короче – «в Перми». Ведь деревни Пермь нет, и так понятно, что речь идет о городе. Не пишите «возбуждено дело в отношении», если можно сказать «возбуждено дело против».

«Тестовые экзамены» или «взаимная интеграция» – это масло масляное, повторение одного и того же.

Не пишите «в рамках встречи», если можно сказать «на встрече». Последнее, к тому же, является менее официозным и более разговорным стилем. Вычеркивайте лишние слова, такие как «в частности», «в целом», «со стороны», «таким образом», «так», «нужно отметить» и аналогичные.

Не перечисляйте то, что является составными частями целого, если эта конкретика не нужна. Например, «эксперт в области политики и международных отношений» можно сократить до «эксперт по международным отношениям», потому что международные отношения – это политика.

Пока вы еще боретесь с привычкой писать многословно, не сдерживайте себя во время изложения. Пишите, как пишется. Но, закончив, перечитайте текст и вычеркните лишнее, отредактируйте себя, ужмите, как в корсет.

Помните – в новости каждое слово должно нести информацию.

Вне цитат боритесь со словами-паразитами – это «между тем», «напомним», «отметим», «очень», «довольно», «фактически», «конкретно», «слишком», «скорее», «типа», «немного», «достаточно», «некий», «к счастью», «к сожалению». Эти слова ослабляют текст, потому что удлинняют его, не добавляя никакого смысла.

Выражение «как известно» тоже не относится к новостному стилю. Если известно, то зачем это писать?

11.3. НЕ ПИШИТЕ «В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ».

Кроме того, популярные слова-паразиты – «в настоящее время» и похожие – часто не просто лишние, а скрывают недоработку журналиста, который не позаботился дать цифровой (или системный) контекст.

Это – целая группа слов, которые ничего не добавляют к смыслу.

Среди них:

- В настоящее время...
- Сейчас...
- Сегодня...
- На сегодняшний момент...
- На сегодняшний день...
- На сегодня...
- На настоящий момент...
- На данный момент...
- На текущий момент...
- В данное время...
- К нынешнему моменту...
- Ныне...
- Всего...
- До сих пор...
- Отметим...
- Напомним...
- И аналогичные слова в начале предложений.

Журналисты привыкли использовать эти мусорные слова в качестве технических связок в тексте.

И, на самом деле, иногда **применение каких-то из этих слов оправданно, даже «в настоящее время» или «сейчас» – но только если вам надо противопоставить то, что было раньше, с тем, что есть сейчас, например:**

С середины августа на фоне кризиса ликвидности на мировых финансовых рынках Центробанк активно рефинансировал банки, предоставляя через механизм РЕПО до 270 миллиардов рублей в день. **Сейчас** спрос на рефинансирование сократился, но, по прогнозам ЦБ, снова начнет расти и в октябре-ноябре может достигнуть пика – 300-400 миллиардов рублей в сутки.

ИЛИ

Великобритания временно национализирует ипотечный банк Northern Rock, пострадавший в результате кредитного кризиса, считая, что его продажа частному сектору **в настоящее время** не отвечает интересам налогоплательщиков.

В остальных же случаях по умолчанию предполагается, что если вы не указываете другой период времени, то речь идет о настоящем времени, поэтому бессмысленно еще раз об этом напоминать.

Как от этих слов избавиться? Есть несколько путей борьбы.

ПЕРВЫЙ: Вычеркнуть их из текста.

ВТОРОЙ: Дать конкретные временные рамки.

ТРЕТИЙ СПОСОБ: Дать смысл новости, а не слова источника.

ЧЕТВЕРТЫЙ: Сделать логические переходы, дать связки.

Примеры:

До сих пор Азербайджан провел с ВТО четыре встречи.

Азербайджан провел с ВТО четыре встречи.

В настоящее время двусторонние переговоры ведутся по вопросам доступа на азербайджанский рынок товаров и услуг.

Двусторонние переговоры ведутся по вопросам доступа на азербайджанский рынок товаров и услуг.

На сегодняшний момент в связи с профессиональной деятельностью под арестом находятся семь журналистов.

В связи с профессиональной деятельностью под арестом находятся семь журналистов.

До сих пор Россия провела с ВТО четыре встречи.

За последние 3 года Россия провела с ВТО четыре встречи.

В настоящее время двусторонние переговоры ведутся по вопросам доступа на российский рынок товаров и услуг.

Двусторонние переговоры ведутся по вопросам доступа на российский рынок товаров и услуг на протяжении пяти лет.

11.4. ОТЧЕТНО-ПАРКЕТНЫЙ СТИЛЬ.

По-английски официальный жаргон называется «officialese», по-русски – «бюрократический жаргон», в простонародье – «вешать лапшу на уши», а журналисты это называют «отчетно-паркетной лексикой» или просто «паркетом», который, для публикации, надо «перевести» на нормальный человеческий разговорный язык.

Примеры паркета:

- данные обстоятельства оптимально влияют на ситуацию...
- ряд аналитиков...
- есть все предпосылки для снижения оснований...
- власти предпримут определенные мероприятия...
- в республике существует штат нотариусов, состоящий из 149 человеко-мест...
- успехи страны, достигнутые в вопросе имплементации в рамках программы IPAP...
- компания начнет работы по подготовке...
- дальнейшего плана мероприятий по проекту оказания различного рода консультаций.

В странах СНГ паркетный язык очень развит. На нем говорят чиновники, политики, депутаты и, к сожалению, пишут журналисты.

Есть две основные причины использования этого жуткого жаргона. Первая – конкретное, понятное выражение своей мысли приведет к тому, что она будет понята и раскритикована. Общие слова никто не понимает, поэтому люди интерпретируют их так, как им хочется. Вторая причина – **говорящие на этом жаргоне считают, что это – язык элиты и пытаются таким образом к ней приобщиться.** Есть и еще причины: общие слова или фразы с использованием раздутой напыщенной лексики чиновники и политики используют тогда, **когда они пытаются сделать из мухи слона, или им нечего сказать по существу, и они пытаются скрыться за словесной эквилибристикой.**

Но задача журналиста – прямо противоположная. Журналистам надо сообщить конкретную, понятную информацию людям, а не давать им набор высокопарных непонятных или общих слов. Не пишите «мероприятие». Это – общее слово. Скажите: выступление, демонстрация, выставка, конференция. Конкретно и понятно. Не

говорите: «со стороны оппозиции допущена провокация». Это – паркет. Скажите «оппозиция опротестовала поправку к Конституции, снимающую ограничения на переизбрание президента после завершения второго срока».

Интересно, что не только обычный народ часто не понимает официоз. Почитайте диалог между политическим аналитиком Леонидом Радзиховским и ведущей программы радио «Эхо Москвы», на которую его пригласили:

О. БЫЧКОВА – Это программа «Особое мнение». С особым мнением сегодня журналист Леонид Радзиховский.

У нас сегодня в течение дня приходили самые разные новости на разные темы. И я уже думала, что мы будем говорить о партийной жизни вначале, но мы будем говорить о ней потом, потому что буквально меньше часа назад стали приходить сообщения о том, что заявлял президент России Дмитрий Медведев, который находится в Оренбургской области на военном полигоне. Там проводятся запуски разных ракет. А он высказывается на военные и разные оборонные темы.

Например, цитата: «Совсем недавно нам пришлось отражать агрессию, развязанную грузинским режимом, и это показало, что война может вспыхнуть внезапно и происходить абсолютно реально, а локальные тлеющие конфликты превратиться в настоящий военный пожар. Поэтому сегодня большое значение имеет реалистичная оценка ситуации в мире, и четкое понимание потенциальных угроз». Или, например: «Все боевые...

Л. РАДЗИХОВСКИЙ – **Каких угроз?**

О. БЫЧКОВА – Это ты сейчас будешь объяснять.

Л. РАДЗИХОВСКИЙ – **Мне интересно, что верховный главнокомандующий говорит, какие угрозы.**

О. БЫЧКОВА – Не сообщается. Но зато он сказал, что «все боевые соединения вооруженных сил России до 2020 года будут переведены в категорию постоянной готовности. Россия приступает к серийному производству атомных подлодок с крылатыми ракетами», – сообщение Интерфакса.

Л. РАДЗИХОВСКИЙ – **А что значит постоянная готовность? А сейчас они в состоянии переменной готовности?**

О. БЫЧКОВА – Цитирую.

Л. РАДЗИХОВСКИЙ – **Я не понимаю.**

Полностью эту программу можете прочитать здесь <http://www.echo.msk.ru/programs/personalno/542805-echo/>

Если подумать, то любой текст можно написать так, что он будет понятен обычному человеку. Просто надо думать о том, что вы пишете для конкретного человека, который идет по улице, едет в трамвае, гуляет в сквере с ребенком, а не для каких-то обезличенных «масс», которым «верхи» хотят передать важное заявление.

11.5. СТИЛЬ ССЫЛОК.

Новости – это специфический вид литературной деятельности, в котором главное – не красота языка, а содержание текста, его насыщенность информацией и компетентными комментариями. Ссылки на источники даются только для придания информации достоверности и прозрачности.

Поэтому, когда журналисты начинают разнообразить способы ссылок только для того, чтобы достичь разнообразия языка, это нарушает новостной стиль, отвлекая от восприятия информации.

Используйте для ссылок самые простые слова.

Хорошие ссылки – это: сказал, сообщил, по словам.

Считает, полагает – хорошая ссылка на мнения.

Заявил – только, если сделано официальное заявление или VIP (именно VIP, а не эксперт и не обычный источник) что-то заявил публично или в официальном заявлении.

Допустимо (если оправдано по смыслу и нельзя по какой-то причине использовать ссылки «сказал», «сообщил» и «по словам»): добавил, уточнил, пояснил, заметил, отметил (что-то не очень важное).

Очень плохие ссылки:

«как оказалось», «выяснилось» «предполагается», «ожидается», «сообщается» и аналогичные. Журналист должен давать ссылки, а не загадывать загадки. Где оказалось? Как выяснилось? Кто предполагает? Кто сообщает? «Кем ожидается?» Такие ссылки – это все равно, что сказать «как мне показалось» или «мне пришло».

«как сообщил», «как заявил», «как сказал тот-то» или «как сообщили там-то», или «об этом сообщил (или заявил) тот-то» которые все еще используются в постсоветской журналистике, современными мировыми СМИ не применяется.

Не используются и ссылки **«так сказал»** такой-то источник и другие ссылки в свободном стиле, которые в литературном творчестве вполне приемлемы, но не являются частью новостного стиля современных СМИ.

Не используйте следующие ссылки **без достаточных оснований:**

«отметил», когда речь идет о сообщении важной информации. Ведь слово «отметил» означает разные вещи, в том числе: обратить внимание, указать на кого-нибудь или что-нибудь, заметить, подчеркнуть значение чего-нибудь. Зачем же заставлять читателя выбирать из такого разнообразия значений, если можно сослаться просто как «сказал»?

«заклучил» или **«резюмировал»**, когда из текста не следует, что источник именно заключил или резюмировал, а просто видно, что журналист решил использовать слова источника в конце своего текста.

«констатировал», «продолжил», «дополнил», если имеется в виду «сказал».

«говорит», а не **«сказал»**, ведь источник не сейчас говорит.

Не используется и **«сказал в беседе»**, хотя иногда пишут **«сказал такому-то СМИ»**, если надо подчеркнуть эксклюзивность информации. Слово «беседа» не удовлетворяет новостному стилю, потому что беседовать люди могут и конфиденциально, а читатели должны понимать, что информация была сообщена именно для печати.

Плохие ссылки:

«Сообщил», если ссылка – на комментарии или утверждения.

«Считает», или «полагает», если ссылка – на факты или утверждение о факте.

«Заявил» – если речь не идет об официальном заявлении. Частое злоупотребление – ссылка «заявил», когда ссылка идет на обычный разговор журналиста с источником, лично или по телефону. Вы же не говорите, что вам мама заявила, что надо сходить за хлебом? Вот и источники вам «сказали» или «сообщили», а не «заявили».

«Заклучил» или **«резюмировал»**, если это дается для разнообразия и не оправдано смыслом новости. А смыслом новости это практически никогда не оправдано, потому что источники дают информацию журналисту, а не указывают ему, в каком месте текста что именно надо писать. Журналист может построить свою новость на информации, сказанной источником в последней фразе несмотря на то, что источник этой фразой «заклучил» свое интервью.

«Подчеркнул», если из текста не понятно, что это на самом деле было подчеркнуто источником.

«Признался» или другие разнообразные ссылки, если из текста не видны основания для такой ссылки.

«Уверяет», «уверен», «заверяет», если из текста не видно, что источник именно уверял или заверял, а не просто сказал или сообщил.

«Выражает надежду» – если человек это сказал, то так и делайте ссылку: **«Иванов сказал, что он выражает надежду»** – иначе откуда вы знаете, что он выразил надежду?

Не следует ссылками искусственно растягивать новость, например: **«в связи с этим выступил такой-то источник»**.

Осторожно используйте ссылку «утверждает». Только, если есть серьезные основания сомневаться в информации, и эти основания есть в тексте.

11.6. ДВУХЭТАЖНЫЕ ССЫЛКИ.

Если вы цитируете по какому-то другому источнику, скажите **«сказал такому-то источнику»** или как-то по-другому обозначьте, что сказано было не вам. Это – элемент честности журналиста. Например:

В среду агентство Интерфакс со ссылкой на неназванный источник, близкий к акционерам консорциума, сообщило, что...

Но лучше всегда начинать с фактуры и добавлять ссылку в конце абзаца:

... **сказал** президент Абхазии Сергей Багапш, которого процитировало российское агентство РИА Новости.

Еще один пример:

ВАШИНГТОН (Рейтер, 13 ноября 2007) – Стоимость военных операций в Ираке и Афганистане достигла \$1,5 триллиона, сообщила газета Washington Post со ссылкой на исследование демократов, входящих в Объединенную экономическую комиссию Конгресса США.

В качественных СМИ на анонимные источники «двухэтажно» не ссылаются. Это опасно, так как вас могут привлечь к ответственности по суду, и тот анонимный источник, которого вы не знаете, не сможет помочь вам с документами для доказательства вашей правоты.

ГЛАВА ДВЕНАДЦАТАЯ. ЛИД.

ЛИД – это не красная шапочка на сером волке. Это – не новость, сидящая сверху статьи о состоявшемся мероприятии или открытии выставки, не предыстория, не вступление, не чья-то цитата.

ЛИД – это **концентрат новости**, который позволяет сфокусировать материал и раскрыть новость в последующем тексте с использованием структурных блоков.

ЛИД – это как порошок, который можно разбавить водой, чтобы получился вкусный напиток. В дальнейшем тексте вы добавите – правда, не воду, а подробности – но в ЛИДЕ нужно оставить самое новостное, важное, интересное и необычное.

Хороший ЛИД содержит главную новость и читается так, что глаз ни на чем не спотыкается – в нем нет ни лишней запятой, ни ненужного названия организаций, ни нагромождений титулов и должностей, ни засилия статистической информации. ЛИДОМ надо помочь читателю понять основное в новости.

Язык ЛИДА должен быть **разговорным, простым.**

Очень важно уметь вставить в ЛИД изюминку – **интересные детали**, чтобы перед читателем встала живая картинка новости, чтобы ЛИД запомнился.

Хороший ЛИД – это половина успеха новости, так же как хорошая идея – это половина дела. Для того, чтобы суметь написать хороший ЛИД, нужна долгая и упорная тренировка в технике написания. Иногда нужны годы. **Но сначала надо овладеть главным: развить «нюх» на новость, «чувство новости» – умение видеть в новости главное и «зажечься» новостью.**

12.1. ЧТО ДОЛЖНО БЫТЬ В ЛИДЕ?

Чтобы вашу новость читали, в ЛИДЕ должен быть максимум из следующего:

- ➔ Новизна, уникальность, неожиданность;
- ➔ Интересные детали;
- ➔ Ответы на важнейшие из вопросов (Кто? Что? Где? Когда?);
- ➔ Ответы на вопросы Как? и Почему? Если это важно для новости и можно сделать коротко;
- ➔ Важность для общества;
- ➔ Самая важная деталь, характеризующая объект новости в фокусе новости;

- Простота и краткость;
- Известные имена и компании, организации, большие деньги;
- То, что на слуху у людей – продолжение значительных новостей;
- Человеческий интерес: то, что может вызвать эмоциональный отклик;
- Локальность: то, что происходит за углом, важнее, чем то, что происходит в Африке. Найдите к африканской новости местный аспект. Может быть, в городе есть африканцы, которые могут прокомментировать?
- Негативность – проблема, конфликт, происшествие, преступление, природная катастрофа (если это, конечно, есть в новости). Опытные журналисты почти в любой серьезной новости могут найти какую-нибудь проблему, а если не могут, то о проблемности новости спрашивают у профессионалов или аналитиков.

Чем больше в ЛИДЕ элементов из перечисленного, тем более ценна ваша новость и тем больше у вас шансов ее «продать», то есть привлечь читателя. Ведь вы – важная часть бизнеса. Ваше СМИ существует на рекламу. А рекламу дают только туда, где есть читатели. Больше читателей – больше рекламы – больше прибыль СМИ. Отсюда развитие, престиж, зарплата.

Однако это не значит, что надо задушить читателя информацией в ЛИДЕ до посинения от удушья. В обычном ЛИДЕ не нужно давать больше 25 слов. Чем короче ЛИД, тем он сильнее.

Кроме основных критериев новостной ценности есть еще много разных технических приемов, которые позволят вам лучше сформулировать этот самый блок новости, являющийся определяющим для того, чтобы **вдохновить читателя на чтение вашей статьи.**

12.2. ИСТОЧНИКИ В ЛИДЕ: КОГДА ОНИ НУЖНЫ И КОГДА ИХ МОЖНО НЕ ДАВАТЬ.

Всегда лучше дать ссылку, чем не дать. Отсутствие нужной ссылки – большой грех, чем ее ненужное присутствие.

Если новость горячая/важная и источник новости – серьезная организация, или если без источника новость не имеет смысла, то обычно в ЛИДЕ имеется ссылка на источник.

Источник в ЛИДЕ давать необязательно в нескольких случаях:

- когда из ЛИДА и так понятно, кто является источником;
- когда информация уже обнародована основными электронными СМИ и является практически общеизвестной;
- когда в информации нельзя усомниться, она является объективно существующим фактом;
- если описание источника слишком громоздкое и оно дается в следующем абзаце, или умело рассредоточено по ближайшим абзацам. Но это условие не действует, если в ЛИДЕ содержится спорное утверждение;

→ когда в ЛИДЕ, чаще всего, в новости типа «новостной анализ» дается квинтэссенция основного тезиса этой статьи.

В прессе стран СНГ часто используется ссылка в начале ЛИДА, однако, по правилам перевернутой пирамиды информация важнее источника и должна «перевешивать» источник, поэтому в начале ЛИДА должна быть информация, а источник – в конце.

Сравните:

(Коммерсант-Daily, 28 авг. 2004) – Вчера агентство Associated Press сообщило, что ответственность за взрывы российских самолетов взяла на себя группировка «Бригады Исламбули».

Западная пресса дала бы этот ЛИД так:

Ответственность за взрывы российских самолетов взяла на себя группировка «Бригады Исламбули», сообщило вчера агентство Associated Press.

То есть сначала идет **главное – собственно новость, а потом – ее источник.**

Нарушается это правило только в нескольких случаях, в основном, когда источник – к примеру, президент страны – перевешивает новость и важно, что именно этот человек высказал что-то новое и конкретное.

Другой случай исключения из этого правила – это когда тот факт, что об этом говорит именно этот источник, важнее, чем сама новость. Например, большого секрета в том, что вторжение США в Ирак было незаконным, не было. Но то, что об этом во всеуслышание заявил генсек ООН Кофи Аннан, стало сенсацией:

(BBC, 15 сентября 2004) – Генеральный секретарь Организации Объединенных Наций Кофи Аннан сказал BBC, что вторжение США и союзников в Ирак было незаконным актом, который противоречил уставу ООН. По его словам, решение о вторжении в Ирак должно было быть принято Советом Безопасности ООН, а не в одностороннем порядке.

Во многих газетах постсоветского пространства принят способ ссылки отдельным предложением, и это, с точки зрения стилистики русского языка, теоретически иногда может звучать лучше, но это чаще всего не так. Способы ссылок просто должны быть регламентированы в редакционной Книге стиля, чтобы в газете соблюдалось единообразие ссылок.

Слишком детальная ссылка на источник в ЛИДЕ может утяжелить его и снизить динамику изложения. Но если ссылка – это блок, который сам по себе дает важную информацию, то ее можно просто отделить пробелом от ЛИДА.

Москва (Рейтер, 28 мая 2007) – Высокий инвестиционный спрос, строительный бум, а также бурное развитие обрабатывающих производств и торговли позволили России и в апреле сохранить высокие темпы экономического развития, несмотря на существенное замедление в прошлом месяце темпов прироста промышленности.

Об этом говорится в «Мониторинге социально-экономического развития РФ», подготовленном министерством экономического развития и торговли и размещенном на его веб-сайте (www.economy.gov.ru).

Но помните – на таких ссылках глаз спотыкается и динамика изложения новости снижается. Такие тяжелые блоки ссылочной информации стоит давать только тогда, когда без этого последующий текст не имеет смысла.

Если из ЛИДА и так понятен источник новости – например, милиция, или министерство образования – то вовсе не обязательно в том же ЛИДЕ его еще и расшифровывать. Здесь есть два варианта. Первый – просто оставить начало, и тогда ЛИД будет сфокусирован на то, что сделало министерство (что мало кому интересно).

С 1 сентября министерство образования переводит все белорусские школы на десятибалльную систему оценок.

Но можно перенести фокус на школы (что будет всем интереснее, чем пиар для министерства), а источник добавить обычным образом:

С 1 сентября все белорусские школы будут переведены на десятибалльную систему оценок, сообщило тогда-то министерство образования.

Еще один пример, в котором источника нет – такие ЛИДЫ даются в двух случаях – когда источник **ясен из буквально следующего абзаца**, или когда эта информация появляется в газете после того, как она уже обнародована основными электронными СМИ и является уже практически общеизвестной информацией:

На следующий день после объявления президентской программы развития спорта губернатор Санкт-Петербурга Владимир Яковлев предложил сотрудникам своей администрации бегать по коридорам Смольного.

12.3. ДАТЫ, ГОДЫ И ДНИ В ЛИДЕ.

Время события нужно давать в ЛИДЕ всегда для горячей новости. Для остальных новостей решайте сами: часто время можно дать ниже. **В любом случае, не начинайте ЛИД с дат.**

Начинать ЛИД с даты события, как это иногда еще делается, не следует, потому что предложения должны начинаться не с цифры, а с заглавной буквы слова.

Чтобы этого избежать, нужно начинать новость с самой новости – кто что сделал, или что произошло, а ссылку на время давать уже после этого, причем, если ссылка очень громоздкая, ее надо рассредоточить по тексту.

Тем более не нужно писать, что новость произошла «17 февраля 2007 года, во вторник». Достаточно одного или другого без дублирования – в зависимости от того, как это рекомендует Книга стиля конкретного СМИ. В любом случае, время новости должно быть органично вплетено в ткань начала статьи.

Пишите не «вчера», а «в пятницу», то есть давайте день недели.

«Вчера» обычно не рекомендуется использовать, потому что это слово может внести путаницу относительно того, когда было это «вчера» в работе редактора ежедневного или еженедельного печатного СМИ.

Избегайте «текущего», а также «данного» месяца или года в ЛИДЕ, и вообще этих (и других) официозных слов в любом месте новости.

Не нужно писать и «текущий» или «данный» месяц – это официальный лексикон. Напишите «этот месяц», а еще лучше, назовите сам месяц, например, «в конце марта».

Вообще избегайте слова «данный» «текущий» в привязке к датам (кроме случаев, если эти слова находятся в цитатах), они обюрокрачивают текст. Язык журналиста в новостях должен быть разговорным.

Год, если он не предыдущий и не следующий, указывать не нужно, ведь то, что новость касается нынешнего года, следует по умолчанию. Не нужно указывать год, если речь идет о каком-либо месяце нынешнего года.

Например, ссылка на просто «декабрь» в январе означает не прошлый месяц, а месяц в конце года. Чтобы избежать путаницы, напишите «декабрь прошлого года», а о грядущем декабре лучше написать «в конце года».

12.4. СООБЩИТЕ В ЛИДЕ КАК САМОЕ ВАЖНОЕ, ЧТО ПОГИБЛИ ЛЮДИ.

Гибель людей – достаточное основание для включения в ЛИД.

Пример:

Джакарта (Рейтер, 6 марта) – Как минимум 70 человек погибли в результате двух сильных подземных толчков в западной части индонезийского острова Суматра во вторник, а колебания почвы ощущались почти за 400 киломе-

тров от эпицентра – в Сингапуре и Малайзии, где были эвакуированы люди из нескольких зданий.

Западные газеты, особенно местные, иногда пишут не просто, что погиб человек, а что погиб «отец троих детей» – опять же, чтобы апеллировать к чувствам читателей.

В СМИ постсоветского пространства гибель многих людей уже выносится в ЛИД и заголовки, но гибель одного человека может быть легко проигнорирована. Я помню, как меня шокировал репортаж «Комсомольской Правды», опубликованный 13 февраля 2006 года, о пожаре, в котором сгорела редакция этой газеты. Да, это – большая утрата, сгорели архивы и много активов, и редакции пришлось пережить серьезные проблемы.

Но было больно читать в последней трети статьи, после 1200 слов репортажа, о том, как распространялся дым, эвакуировались люди, мебель, оборудование, материалы – короткий отрывок под подзаголовком «Кстати»:

КСТАТИ

До сих пор не нашлась буфетчица «КП» Евгения Карпова. Она заступает на смену в 10.00, но, когда последние очевидцы покидали горящее здание, буфет был заперт на замок.

В 14.42 журналисты уже сидели в соседнем здании в приютившем их дружественном издании и писали репортажи. Никто не удосужился позвонить этой женщине домой. Через день «КП» написала:

Увы, чуда не случилось. Вчера днем стало известно: наша Женя погибла.

Журналисты были **ОБЯЗАНЫ** выяснить это в день пожара, и гибель человека **ДОЛЖНА** была быть в **ЛИДЕ** новости о пожаре.

12.5. КАКИМ ЛИД БЫТЬ НЕ ДОЛЖЕН.

12.5.1. ЛИД НЕ ДОЛЖЕН НАЧИНАТЬСЯ ОТ ДИНОЗАВРОВ.

Вот такой ЛИД абсолютно неприемлем в новостных текстах:

«**В окрестностях** озера Лох-Несс, где обитает неведомое чудовище, появился еще и «снежный человек». Поверили? Наверное, поверили. Все мы так падки на подобные сообщения в прессе.»

Статья вообще-то была об увеличении количества волков и других животных и птиц в окрестностях города Намангана в Узбекистане.

ЛИД новости – это не вступление от сотворения мира от динозавров. **Это также не начало статьи типа «Всемирно известно, что...» или о том, что где-то тогда-то состоялась пресс-конференция,**

презентация доклада, президент произнес речь, состоялось заседание администрации, прошел митинг, вышел доклад, опубликованы результаты опроса, началась осень, стали опадать листья.

В ЛИДЕ новости нужно начинать с новости.

12.5.2. В ЛИДЕ НЕ ДОЛЖНО БЫТЬ НЕПОНЯТНЫХ СЛОВ И ЖАРГОНА.

ЛИД не должен быть загроможден непонятными специальными терминами, не общепринятыми сокращениями. Например, следующий ЛИД надо прочитать несколько раз, чтобы понять, что речь в нем идет о том, что завод получил диплом некоей международной выставки за некое изобретение:

Малиновский машиностроительный завод удостоился диплома 8-й Международной выставки «Акватерм» за свое гениальное изобретение малогабаритного вакуумно-атмосферного деаэратора «АВАКС»

Но многие ли читатели знают, что такое деаэратор? А что такое выставка «Акватерм»? В ЛИДЕ для таких слов надо найти простой и понятный эквивалент, например, можно сказать так:

Малиновский машиностроительный завод получил на прошлой неделе диплом на международной выставке в Москве за свое недавнее изобретение – малогабаритный прибор для удаления газов из воды на тепловых электростанциях.

Старайтесь даже в сложных технических статьях найти что-то человеческое, может быть, изюминку в личности изобретателя, или в каких-то специфических проблемах, или достоинствах группы конструкторов, или в условиях их работы, или в сущности их изобретений и попытайтесь подать новость через что-то интересное.

Рассмотрим пример ЛИДА про одного новосибирского физика-ядерщика, у которого имеются более 60 изобретений и на прошлой неделе вышло еще одно – безопасное хранилище отработанного ядерного топлива при любой АЭС. Классический ЛИД сделал бы провал статьи неизбежным. Но почитайте такой ЛИД:

У Льва Максимова в голове – моторы, летающие металлы и ядерные мысли. Неиссякающий изобретатель, 66-летний пенсионер, получил 12 новых патентов только за последние два года, и последнее – на прошлой неделе. Он уверен, что как минимум два из его 60 изобретений могут на самом деле спасти мир – или, по крайней мере, сделать его намного более безопасным местом.

Эта разновидность ЛИДА называется «ОЧЕРКОВЫЙ ЛИД» и правила написания таких ЛИДОВ будут рассмотрены ниже.

Еще один вариант плохого ЛИДА, основанного на жаргоне:

Экс-министр здравоохранения Али Инсанов хочет участвовать в суде по иску против министра юстиции и руководства Пенитенциарной службы. На процессе в Насиминском районном суде адвокат Инсанова Агавейс Шахверди заявил ходатайство об участии его в процессе. По словам Шахверди, согласно процессуальному законодательству, сторона истца имеет право участвовать в судебном процессе и отвечать на вопросы ответчика.

А вот такой ЛИД написан по материалу, который содержался в тексте этой новости:

Завтра суд решит судьбу апелляции заключенного экс-министра Азербайджана по иску против правоохранительных органов. Али Инсанов утверждает, что его пытали в следственном изоляторе и что он содержится в антисанитарных условиях.

12.5.3. ЛИД НЕ ДОЛЖЕН СОДЕРЖАТЬ ОБЩИЕ СЛОВА.

Сравните ЛИД, построенный на общих словах, и конкретный ЛИД:

В общереспубликанском тестировании, которое проводится уже на протяжении 3 лет и дает свои результаты, в этом году есть изменения. Конечно, это касается и сферы образования нашей области, и имеет огромное значение.

Что за результаты? Что за изменения? Почему «конечно»? В чем «огромное» значение? Кто это значение так высоко оценил? Если журналист – то насколько он компетентен в этом вопросе, чтобы давать такую оценку? Если компетентный источник, то где его имя, чтобы судить о том, насколько этой информации можно доверять?

В этом ЛИДЕ надо не просто указать, что есть изменения, а показать, в чем заключаются эти изменения. Когда о них стало известно? Если нет новостного повода – новость ли это вообще?

Например, если эти изменения связаны с местом проведения тестирования, этот ЛИД можно было сформулировать так:

В этом году республиканское тестирование для поступающих в высшие учебные заведения будет проводиться не в школах, а в районных и городских отделах народного образования, и принимать в нем участие должны будут все будущие абитуриенты, включая тех, кто будет учиться на платной основе.

Такой ЛИД затем легко раскрыть. В этой же статье, поскольку ЛИД был сформулирован нечетко, статья далее не фокусируется на раскрытии конкретной новости об изменениях, а просто говорит о том, что тестирование – это хорошо. Но это и так все знают!

12.5.4. ЛИД НЕ ДОЛЖЕН БЫТЬ ПИАРОВСКИМ СООБЩЕНИЕМ.

Вот такой ЛИД не является новостью в мае 2002 года, поскольку платные услуги появились в Беларуси несколько лет назад и слово «теперь» не говорит ничего о времени введения этих услуг.

Жители Слонима и района примерно за 4 доллара могут без очереди пройти ультразвуковое (УЗИ) и рентгенологическое обследование в центральной районной больнице города. По распоряжению Минздрава Беларуси, персонал больницы теперь наряду с бесплатными оказывает платные медицинские услуги.

В этом ЛИДЕ журналист очень правильно выделил две самые популярные услуги из целого набора новых предлагаемых услуг, тем самым сделал ЛИД конкретным. Но после чтения лида можно подумать, что эти две услуги – единственные. Тогда непонятно, новость ли это и, кроме всего прочего, в этой трактовке новости журналист фактически дает вместо новости рекламу. Просто еще одна больница зазывает к себе пациентов.

Однако, внимание: если речь идет о том, что к большому числу больниц, которые в Беларуси оказывают платные услуги, добавилась на прошлой неделе еще одна, которая **впервые** начала оказывать такие услуги для горожан города Слонима – это, безусловно, новость для небольшого города, а не реклама. Но ЛИД тогда должен сказать:

На прошлой неделе жители Слонима впервые получили возможность без очереди, но за деньги пройти ультразвуковое (УЗИ) или рентгенологическое обследование, а также получить еще множество других платных медицинских услуг в центральной районной больнице города.

12.5.5. НЕ ДАВАЙТЕ ВВОДКИ ВМЕСТО ЛИДА.

В некоторых газетах, особенно деловых изданиях, иногда пишут не ЛИДЫ, а вводки в новость, из которых сама новость не понятна. Но зачем писать вводки, когда можно начать с новости?

Плохой вариант:

Прошлой ночью в одном из жилых домов Сабунчинского района Баку произошло нападение вооруженных людей в масках. В результате вооруженного нападения был убит хозяин дома, 73-летний Али Алиев. Как сообщили «Тренд» в Сабунчинской районной прокуратуре, жители дома Рубаба Гулиева и Ровшан Гулиев с тяжелыми ранениями были доставлены в больницу.

Лучше:

Семидесятирехлетний пенсионер был убит прошлой ночью в Сабунчинском районе Баку вооруженными людьми в масках, сообщили в полиции. Двое других жителей дома с тяжелыми ранениями были доставлены в больницу.

12.5.6. НЕ ПЕРЕГРУЖАЙТЕ ЛИД.

Например, следующий ЛИД из двух предложений имеет слишком много цифр, подробностей и официальных выражений:

Тринадцать гродненских журналистов были схвачены милицией за участие в несанкционированных пикетах в пятницу 5 апреля. В тот же день шестеро из них были приговорены к административному аресту от 3 до 10 суток. Один – Стас Почебут – после объявления приговора объявил голодовку.

Этот ЛИД можно легко упростить, при этом, детали будут упомянуты в статье чуть ниже – в СУТИ:

Например:

Шестеро гродненских журналистов арестованы и восемь – задержаны и оштрафованы за участие в акциях протеста в прошлую пятницу. Один из заключенных объявил голодовку.

А подробности можно дать в СУТИ.

12.5.7. НЕ НАЧИНАЙТЕ ЛИД С ЦИТАТ.

Избегайте начинать ЛИД с цитаты. Это, как правило, не работает по одной простой причине – **цитаты** редко бывают самодостаточными, то есть их трудно понять без дополнительных пояснений.

Плохой пример:

«Заместители председателя ДПА Сардар Джалалоглы, Ягуб Аббасов и председатель Верховного меджлиса Акиф Шахбазов перешли границу дозволенного», заявила член Верховного меджлиса оппозиционной Демократической партии Азербайджана (ДПА) Замина Дуньямалыева.

Из этой цитаты непонятно, в чем именно эти люди перешли границу дозволенного, и какая в этом проблема. А ведь ЛИД должен быть самодостаточным.

Исключения из этого общего правила есть, но они редки. Такие исключения – это очень короткие выразительные цитаты, которые содержат основную мысль статьи и нацелены на то, чтобы вызвать сочувствие и сопереживание. Фактически такое начало – это своего рода «ШОКИРУЮЩИЙ ЛИД».

Например, статья, в которой рассказывается о начале общественных слушаний о трагедии в Западной Виржинии, когда 12 шахтеров погибли под обрушившейся шахтой:

(Associated Press, 2 мая 2006) – «Должен ли был наш отец умереть?» Это хотела знать Пегги Коэн во вторник, когда сотрудники агентства по обеспечению безопасности на шахтах открывали эмоциональные общественные слушания по вопросам январской трагедии, до сих пор остающимся без ответа.

12.5.8. НЕ ДАВАЙТЕ В ЛИДЕ ГОЛЫХ ЦИФР.

Голые цифры ничего не говорят узким специалистам, которые не владеют материалом для сравнения. Если журналисты хотят, чтобы их новости читали многие читатели, а не только профессионалы по конкретному вопросу, то нужно искать тренды.

Даже статистические отчеты можно показать в динамике основных показателей.

Плохой вариант ЛИДА:

Более трех тысяч молодых азербайджанцев получают образование в высших учебных заведениях иностранных государств.

Три тысячи – это много или мало? Больше или меньше, чем раньше? Новость в этой информации – не в голой цифре, а в тренде, в динамике этой цифры, **В КОНТЕКСТЕ, на фоне которого эта цифра должна быть осмыслена.**

Что, если в этом году за границу уехало в три раза меньше студентов, чем в прошлом? В этом случае, ЛИД можно было бы дать так:

В три раза меньше азербайджанских студентов обучаются в этом году в зарубежных вузах при поддержке правительства Азербайджана.

В прошлом году, по данным министерства образования, эта цифра составляла девять тысяч.

Чтобы решить, что важнее – тренд или сама цифра – смотрите на саму новость – если ее смысл в цифрах, давайте в ЛИДЕ цифры.

Но бывают ЛИДЫ, где сравнение бессмысленно, потому что приводится уникальная в своем роде цифра. Например:

(Financial Times, 5 октября 2002) – Вчера суд Лос-Анджелеса постановил, что компания Филип Моррис должна выплатить \$28 миллиардов в качестве компенсации жертве рака легких.

12.6. РАЗНОВИДНОСТИ ЛИДОВ.

В журналистике существует множество разновидностей ЛИДА. Здесь я опишу только самые распространенные в новостях, построенных по принципу «перевернутая пирамида».

12.6.1. ЛИДЫ В СТАТЬЯХ, КОТОРЫЕ ПИШУТСЯ С МЕРОПРИЯТИЙ ИЛИ ПО ДАННЫМ ОТЧЕТОВ.

В этом пособии уже много говорилось о необходимости навсегда расстаться с привычкой писать ЛИДЫ по типу «состоялось мероприятие», поэтому дам один плохой и один хороший пример и закончу на этом:

Вчера, 16 января 2006 года, в пекинском отеле «Бин Инн» состоялось открытие международной научной конференции, в которой приняли участие 598 делегатов из 26 стран мира.

Как раскрывать такой лид? Написать о том, что за три дня состоялось 18 выступлений, дебаты проходили бурно, а в конце была принята резолюция конференции? Это – информация на маленькую заметку о прошедшем мероприятии. В этом ЛИДЕ нет существа проблемы конференции, нет никакой новостной фактуры.

Хороший ЛИД:

(Reuters, 17 января 2006) – Международная конференция по птичьему гриппу, во время которой Мировой банк намерен собрать 1,2 миллиарда долларов, открылась сегодня в Пекине. Делегаты говорили, что надо бороться с вирусом, не теряя времени.

Обратите внимание, как ясно и четко в этом ЛИДЕ выделена новость, которую журналист посчитал основной – что во время этой конференции Мировой банк намерен заниматься сбором средств на борьбу с опасным вирусом. Такой ЛИД можно раскрыть в статье по существу проблемы.

А вот несколько примеров того, как можно выделить новость и написать хороший ЛИД в региональном СМИ («изюминка» ЛИДА подчеркнута):

С КОНКУРСА ПАРИКМАХЕРОВ (НЕ ПРОСТО «СОСТОЯЛСЯ КОНКУРС):

Из более трехсот участников республиканского конкурса парикмахеров «Золотой локон», мастер глазовской парикмахерской «Шарм» Василий Савчук признан лучшим в номинации «Авангард». За тридцать минут он успел не только постричь свою модель, но и сделать ей сногшибательную прическу.

С ВЫСТАВКИ-ШОУ (НЕ ПРОСТО СОСТОИТСЯ ОТКРЫТИЕ ВЫСТАВКИ):

(Acron Beacon Journal, Ohio – 9 марта 2006) – Каждая девушка мечтает о своей свадьбе, о том, как она будет идти в церкви в струящемся белом платье. Но модели платьев за время существования свадеб много раз менялись. Президентская библиотека и музей Вильяма МакКинли предлагает шоу нарядов невест за последние 100 лет – «Я беру тебя в жены: 100 лет моды на свадебные платья».

Показ пройдет в субботу, 8 апреля, в музее, начиная с 11 утра. Чтобы показать изменения моды, свадебные платья для него достанут из сундуков.

С ПИКЕТА (НЕ ПРОСТО «ПРОШЕЛ ПИКЕТ»):

Матери и близкие учеников средней школы № 4 в селе Базаркоргон 8 июня вышли перед зданием госадминистрации Базаркоргонского района Джалалабадской области, с требованиями встретиться с руководителями администрации и районного Кенеша.

Их оскорбили и унизили подарки, розданные детям к празднику международного дня защиты детей – поношенное женское белье, рваные шапочки и другая старая одежда.

С премьеры спектакля (не просто «состоялась премьера»):

В премьеру спектакля Карла Гольдони «Къеджинские перепалки», которая состоялась в Джалалабаде в Международный день Театра на прошлой неделе, играла смешанная труппа. Артисты – узбеки и киргизы – играли каждый на своем языке. Судя по взрывам аплодисментов в зале, зрители понимали все.

О выходе отчета (не просто «вышел в свет отчет»):

(International Herald Tribune, 29 октября 2004) – Более 100 тысяч иракцев, возможно, погибли как прямое или косвенное следствие возглавляемого США вторжения в Ирак, согласно исследованию группы ученых школы общественного здоровья при университете Джона Хопкинса в Балтиморе. Их отчет был напечатан на веб-сайте британского медицинского журнала «Ланцет».

Об открытии музея или выставки (не просто «откроется выставка». Здесь тоже помогает **выделение чего-то важного, любопытного или интересного на открытии. Это может быть какая-то особенная погода, любопытный экспонат на выставке или посещение открытия интересными людьми):**

(Boston Globe, 19 ноября 2004) – Четверо мужчин, бывших хозяев Овального кабинета и его нынешний, поднялись вчера на сцену для инаугурации президентской библиотеки Билла Клинтона. Поливаемое дождем действие было немного патриотическим представлением, немного – политическим пикником.

12.6.2. ЛИДЫ С ОТРИЦАНИЕМ.

ЛИД, содержащий отрицание, применяется редко, потому что событие, которое не произошло, редко может считаться новостью, например:

Бывший председатель партии Национальной независимости Азербайджана Аяз Рустамов сказал такому-то СМИ, что основные причины его отставки не связаны с ухудшением здоровья.

Лучше дать вариант ЛИДА, в котором сообщить, что же все-таки является причиной отставки:

Бывший председатель партии Национальной независимости Азербайджана Аяз Рустамов сказал такому-то СМИ, что основные причины его отставки – это слабость, разрозненность и несамостоятельность оппозиции, что делает невозможным реальное противостояние властям.

Но, в конкретных случаях, когда было много разговоров, или слухов, или ожиданий, или даже сообщений СМИ о чем-то, что может случиться (извержение вулкана, затопление территорий, налет смерча) и некие ожидания (выигрыш на выборах конкретного политика, неожиданный проигрыш в суде) – **но этого не произошло** – именно такой ЛИД и следует использовать.

Например:

Журналист Григорий Пасько, чей приговор к заключению на четыре года за государственную измену вызвал серьезный международный протест, не воспользуется предложением президента Владимира Путина и не будет просить о помиловании, заявил адвокат Пасько.

Иногда такой ЛИД целесообразно делать при описании счастливо закончившегося происшествия. В таких ЛИДАХ также следует давать ответ на вопрос «КАК ЭТО ПРОИЗОШЛО» или «ПОЧЕМУ ЭТО ПРОИЗОШЛО?» Например, после того, как жители города целый день наблюдали страшный пожар, можно написать:

Никто не пострадал от вчерашнего пожара на фабрике музыкальных инструментов, который возник из-за попытки украсть электродвигатель.

Но чаще всего следует подумать – а может быть в том, о чем вы пишете, есть какая-то новость? Прочитайте данный ЛИД о том, что не состоялся семинар. Вообще-то даже ЛИД о том, что он состоялся – это не новость, но если он не состоялся – это не новость вдвойне.

В среду утром у здания Брестского горисполкома начали собираться предприниматели. В десять часов в круглом зале исполкома должен был начаться очередной семинар-учеба. Но, как выяснилось позже, семинар был перенесен на следующую неделю, однако, никого из собравшихся (а пришло к горисполкому около 50 человек) об этом своевременно не проинформировали.

Но в этой же статье содержалась информация, которая вполне могла бы использоваться в качестве истинной новости – ведь читателям новость важнее, чем оплошность бюрократа, забывшего сообщить участникам о переносе мероприятия:

На первом в Бресте аукционе по продаже прав аренды, который состоится через два месяца, предприниматели смогут приобрести права на торговые площади в таком-то помещении. Однако предприниматели обеспокоены тем, что при приобретении прав аренды через аукционы им придется платить в несколько раз больше, чем сейчас.

Не теряйте новости, смотрите глубже в происходящее. Новость часто не лежит на поверхности, ее надо откапывать, опрашивая людей, прислушиваясь к разговорам, осматриваясь вокруг.

12.6.3. ЛИД КАК СЛОЖНОСОЧИНЕННОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ.

Бывают ЛИДЫ, состоящие из двух или нескольких связанных новостей.

(Associated Press) – Строители откопали 130 скелетов в монастыре на Украине и чиновники правительства утверждали во вторник, что они обнаружили свидетельства массовых захоронений, сделанных советской секретной службой после второй мировой войны.

Такие ЛИДЫ часто даются как комбинация основных обсужденных вопросов:

(Washington Post, 21 февраля 2008) – Сенаторы Хиллари Клинтон и Барак Обама резко разошлись во взглядах на здравоохранение для всех, спорили о том, кто из них наиболее подготовлен быть верховным главнокомандующим, и о том, что сможет лучше изменить страну, обращаясь за помощью избирателей в преддверии предварительных выборов в Техасе и Огайо.

Каждый из смысловых элементов таких ЛИДОВ должен быть детализирован в тексте новости (обычно дается столько частей блока СУТЬ, сколько таких новостей содержится в ЛИДЕ).

12.6.4. ЛИД ИЗ ДВУХ ИЛИ НЕСКОЛЬКИХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ.

Такой ЛИД, как и предыдущая разновидность, тоже может содержать две важные взаимосвязанные новости. Но они разделены на отдельные предложения, чтобы избежать причастных и деепричастных оборотов, например:

Не менее 25.000 животных пало от голода в свиноводческом хозяйстве «Южное» на юге Беларуси начиная с мая прошлого года. Часть этих туш была продана на мясо ничего не подозревающим людям.

Еще один пример, в котором во втором предложении даются немедленные последствия новости:

Милиция задержала вчера троих подростков, которые в начале сентября ограбили церковь Рождества Христова в центре Тернополя и, украв \$8.000, две недели тратили деньги на проститутку, сауны и покупки. Теперь им грозит не менее трех лет заключения, а их родители будут отрабатывать украденное.

12.6.5. ДВОЙНОЙ И ТРОЙНОЙ ЛИД В СТАТЬЯХ О КОНФЛИКТЕ ИЛИ ПРОБЛЕМЕ.

В сложных конфликтах в ЛИДЕ могут выделяться две основные стороны. Например, открывается производство нового продукта. Но потенциальные потребители вряд ли в нем заинтересованы – то есть в новости есть явный конфликт:

Пуск новой линии по производству современной, легкой бутылки для шампанского, пива и вина на Гродненском молокозаводе намечен на 20 апреля. Однако новая продукция может остаться невостребованной у отечественных виноделов и пивоваров. Они теперь в основном разливают напитки в бутылки, которые возвращает население.

Двойные и тройные ЛИДЫ иногда могут быть достаточно изобретательными. К их составлению надо относиться творчески. Вот, например, интересный ЛИД, построенный на контрасте – две стороны новости чередуются два раза:

(«Ведомости», 22 ноября 2004) – Президентом Украины стал Виктор Янукович. Так считают он сам, украинский Центризбирком и Владимир Путин. США, Евросоюз и запад Украины уверены в победе Виктора Ющенко. Янукович готов к переговорам с оппонентами, а Ющенко исключает возможность компромисса с «бандитами при власти».

12.6.6. КЛАССИЧЕСКИЙ ЛИД ПРЕДВАРЯЕТСЯ ШОКИРУЮЩИМ, ИНТРИГУЮЩИМ, ЭКЗАЛЬТИРУЮЩИМ ИЛИ ШУТОЧНЫМ НАЧАЛОМ.

Некоторые журналисты загромождают ЛИД, пытаясь всунуть в него все подробности мытарств людей. Но такие ЛИДЫ читаются с трудом из-за обилия подробностей, например:

Вот уже около 3 лет во всем доме по улице Брестской 228Б из обоих кранов течет только горячая вода, и на прошлой неделе жители дома обратились в газету как в последнюю инстанцию, потому что жилищно-эксплуатационная служба (ЖЭС), по их словам, на протяжении всего этого времени отказывалась им помочь, отделиваясь обещаниями.

Этот ЛИД еще и довольно зануден, хотя тема даже очень курьезная – конечно, не для жителей этого несчастного дома, а для читателей, у которых с водой все в порядке. Можно попробовать поинтриговать читателей так:

Представьте себе, что Вы открываете в ванной кран, чтобы помыть ребенка, а из него течет кипяток. И на кухне – только кипяток. И даже из бачка в туалете. И так – три года.

Измученные таким долгим отсутствием холодной воды, 250 жителей дома по улице Брестской 228Б обратились на прошлой неделе в «IP» и городской совет депутатов за помощью, обвиняя свою жилищно-эксплуатационную службу (ЖЭС) в бездействии.

Всегда думайте, на чем можно построить интересное начало к ЛИДУ. Например, можно придать ему игровой характер:

(New York Times, 18 августа 2004) – Собираетесь разбивать стекла и переворачивать машины во время проведения недельного национального съезда республиканской партии (Republican National Convention)?

Подумайте дважды – из-за этого вы лишитесь сниженной цены на куриный салат из Эплби [известный фастфуд типа Макдоналдса] или дешевого билета на [популярную в Нью-Йорке оперу] «Свадьба Тони и Тины».

В попытке предотвратить коммерческим способом протесты на улицах против проведения съезда республиканцев, который начнется в конце этого месяца, администрация [мэра Нью-Йорка, республиканца] Майкла Блумберга предложит «мирным политическим активистам» скидки на размещение в некоторых гостиницах, более дешевые билеты в музеи, сниженные цены в магазинах и ресторанах во время проведения съезда.

Экзальтирующий лид можно построить на внутреннем конфликте. Например, между бывшим финансовым могуществом и неприглядным настоящим:

(The Financial Times, 29 ноября 2004) – Пятнадцатый этаж скучного серого послевоенного здания в невеселых окрестностях Паддингтонского вокзала Лондона – неподобающее пристанище для завершения агонии борьбы за Юкос, российского нефтяного гиганта.

Офис «Джон Браун», небольшой британской инженерной компании и бывшего дочернего предприятия Юкоса, в последние несколько дней стал местом работы менеджмента российской нефтяной группы в изгнании.

Кстати, в этом ЛИДЕ обратите внимание на краткие характеристики компаний, которые даются как бы между прочим.

Или другой конфликт – например, между бывшими, настоящими и будущими титулами человека. Трудно себе представить, чтобы королева красоты, которая утратила свой трон на полпути, объяснив это необходимостью защиты диссертации в России, вдруг решила

все это променять на место ведущей детской программы, например:

Действующий офицер милиции и бывшая Мисс Вселенная в пятницу станет хозяйкой самого популярного детского телевизионного шоу.

Оксана Федорова, которая лишилась своей короны всего через несколько месяцев после того, как стала первой российской Мисс Вселенной, примеряет новый головной убор в качестве ведущей программы «Спокойной ночи, малыши».

Шокирующий ЛИД, обычно, бывает короче. Вот, например, ЛИД одной газеты в Арканзасе, США, о торнадо (цитируется по www.asne.org):

(The Memphis Commercial Appeal, 17 апреля 1998) – Сначала он убил, а потом вошел в город

Практически без предупреждения, торнадо обрушился с неба на северо-восточный Арканзас незадолго до 3 часов дня в четверг, и размазал по земле сборно-щитовой домик, где жили 5-летняя Бриттани и 2,5-летняя Кейси Ломакс в тот момент, когда еще только завывали предупреждающие сирены.

Или:

У нее не было имени. Свидетельством ее рождения стала запись в милицеейской сводке о ее гибели.

Залитый кровью туалет, в яме которого лежал труп новорожденной девочки, обнаружил в субботу 18 января житель одного из домов переулка Гвардейского в собственном дворе.

12.6.7. ВВОДКА.

Во многих российских газетах, и даже в газете «Ведомости», исповедующей, в основном, западный стиль, любят начинать ЛИД с короткой вводки. Однако в отличие от вводки типа «наступила осень и стали опадать листья», «Ведомости» дают вводку, которая определяет ВАЖНОСТЬ или ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ. Хорошая вводка в новостной текст мало чем отличается от шокирующего или экзальтирующего ЛИДА, описанного в предыдущем разделе. Разве что накал страстей поменьше.

Я не знаю, откуда пришла вводка типа введения в газеты. Возможно, из телевидения и радио. Ведь когда человек смотрит или слушает новости, он воспринимает то, что пронеслось в эфире и исчезло. Этого больше нет. А ведь он мог отвлечься, задуматься о предыдущей новости и упустить следующую. Поэтому ведущие и используют такой трюк как введение – не сразу начинают излагать следующую новость, а говорят какую-то промежуточную фразу. При чтении газет такого момента отвлечения не существует. Человек всегда знает, что он читает, и может перечитать. Поэтому

занимать место в газете на изложение избыточной информации нецелесообразно.

В некоторых СМИ вводки приняты, а в некоторых – нет. Вот пример из газеты, которая всегда использует вводки, причем в ней они почти всегда являются контекстными блоками ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ или НАПРЯЖЕННОСТЬ СИТУАЦИИ.

ВВОДКА/НАПРЯЖЕННОСТЬ СИТУАЦИИ

(Los Angeles Times, 16 ноября 2004) – Битва за Эль-Фалуджу позволила американскому военному командованию получить картину сопротивления страны, в которой, как оказалось, доминируют иракцы, а не иностранные боевики.

ЛИД

Из 1000 мужчин в возрасте от 15 до 55, задержанных во время интенсивных боев на прошлой неделе, всего 15 оказались иностранными боевиками, сообщил в понедельник генерал Джордж Кейси, командующий наземными силами в Ираке.

В этом ЛИДЕ обратите внимание на количество цифр. Их – целых четыре, в то время как в одном предложении обычно не рекомендуется использовать более трех цифр: это затрудняет восприятие. Конечно, можно было бы убрать возраст задержанных, но, обратите внимание, что технически этот ЛИД – не первое предложение. После вводки он уже фактически начал детализировать новость.

Иногда вводка может содержать короткое описание, которое дается как контраст новости, которая последует в ЛИДЕ. Такая вводка должна быть очень короткой и сфокусированной. Обратите внимание – это тот же тип, что и экзальтирующий ЛИД, но степень экзальтации не так высока:

ВВОДКА

(International Herald Tribune, 17 ноября 2004) – Традиционно, английские пабы ассоциируются с рядами низких балок, теплым элем и клубами ядовитого табачного дыма, но, возможно, этой традиции скоро придет конец.

ЛИД

В проекте, поданном в парламент во вторник, правительство Тони Блэра предложило ввести практически полный запрет на курение в большинстве баров и других перечисленных в проекте местах, начиная с 2006 года.

12.6.8. ОЧЕРКОВЫЙ ЛИД.

Задача очеркового ЛИДА – создать эффект присутствия читателя в конкретном месте и заставить его эмоционально пережить си-

туацию, в которой оказывается один из основных ньюсмейкеров статьи. Очерковый ЛИД – это чаще всего маленькая история – основной факт статьи или пример, иллюстрирующий статью. После него обычно следует классический ЛИД, сообщающий новость. Сравните:

КЛАССИЧЕСКИЙ ЛИД:

Вчера в полдень в гостинице «Амбассадор» Лос-Анджелеса был убит выстрелом в голову сенатор Роберт Кеннеди, брат убитого 4,5 года назад президента Джона Кеннеди.

ОЧЕРКОВЫЙ ЛИД

(Daily Mirror, 6 июня 1968) – Сенатор Бобби Кеннеди лежит, вытянувшись на полу гостиницы и к нему тянутся руки друзей, чтобы помочь ему. Но в его глазах уже отражается неверие и безнадежность. Всего несколько секунд назад пуля убийцы настигла его в момент его политического триумфа – победы на первичных выборах в Калифорнии. Сейчас, все еще в сознании, он неподвижен среди хаоса и гама вокруг.

«Нет! Не может быть! Опять!» – кричит один из его друзей, видя, как лежит Бобби – так же, как и его брат Джон несколько лет назад.

Время в Лос-Анджелесе было 12.15 дня. Место – столовая гостиницы «Амбассадор». И дата, которую Америка будет помнить со стыдом – среда, 5 июня, 1968. Всего 4,5 года после Далласа.

Обратите внимание как мастерски журналист (автор этого лида – будущий лауреат Пулитцеровской премии Джон Пилджер) отрабатывает в ОЧЕРКОВОМ ЛИДЕ две взаимосвязи, только что произошедший политический триумф и недавнее убийство брата, президента. Он не просто излагает это как ряд последовательных фактов, а вплетает их в эмоциональную ткань материала.

Не только события самого высокого накала можно подавать под таким эмоциональным соусом. На любом уровне общества имеются свои проблемные новости, и они могут быть описаны с таким проникновением в душу, что у читателей еще долго будет стоять картинка перед глазами и возникать дрожь при воспоминании.

Вообще, все хорошие ЛИДЫ строятся на множестве интересных, может быть, даже очень мелких деталей, подмеченных журналистом. Иногда это просто изменившийся цвет лица, иногда – жест, иногда – предметы обстановки. Описание, создающее атмосферу события, можно построить на чем угодно. Надо только учиться не просто смотреть, но и видеть эти детали, не просто слушать, но и слышать то, что вокруг говорится. И записывать. Записывать все подмеченные любопытные, курьезные или противоречивые детали, потому что никогда не знаешь, которая из них сработает в ЛИДЕ лучше всех после того, как будет собрана вся информация для статьи.

Именно из мелкой фактуры, или из внутренней связи или противоречивости этих деталей, на что обычные люди не обращают внимания, могут быть построены прекрасные ЛИДЫ. Например, в следующем примере журналисту не надо говорить о том, что совершено жестокое убийство. Журналист **показывает** это своим описанием:

(Savannah Morning News, 1 сентября 1999) – Конни Смит наклонила голову и больше ее уже не поднимала. Сидя в первом ряду зала судебных заседаний в Монро во вторник, окруженная семьей и друзьями, она не могла смотреть на телевизионный экран.

Он показывал изнутри дом ее сестры, Ким Даниелс, в Санта-Клаус, утром 4 декабря 1997 года, примерно через семь часов после того как Ким, 33 года, ее муж Дэнни, 47 лет, их двое детей, Джессика, 16 лет и Брайант, 8 лет, умерли от ружейных выстрелов во время сна в своих постелях.

Далее идет описание сцены, которое уже воспринимается не просто как описание некой кровавой бани, а которому читатель сопереживает, потому что журналист подал эти описания через призму переживаний ближайшей родственницы убитых.

Вот другой пример, который тоже заставит читателя начать сопереживать:

Представьте себе, что ваш пятилетний ребенок никогда не спал в кровати.

Что на него, как и на всех остальных ваших четверых детей в маленькой однокомнатной квартирке, где вы живете, приходится всего три квадратных метра жилой площади.

Представьте, что отец ваших детей умер от сердечного приступа пять лет тому назад, в тот день, когда он получил отказ горисполкома в предоставлении семье квартиры большей площади. Что у вас нет образования и вы работаете уборщицей. Что бюджет вашей семьи – всего около 15 [белорусских] рублей в день.

Нет, слава Богу, это не вы.

Это – Наталья Лещун, мать пятерых детей, которая позавчера, в числе девяти матерей Светлогорска, родивших и воспитывающих пятерых и более детей, получила орден Матери.

Сравните еще два ЛИДА:

ЛИД КЛАССИЧЕСКИЙ

Восемь детских садиков крупнейшего химического предприятия республики объединения «Азот» в ближайшее время перейдут в ведение городской администрации Гродно. Специалисты управления образования горисполкома считают, что этот переход ухудшит положение и работников садов и их воспитанников.

ОЧЕРКОВЫЙ же ЛИД дает возможность начать с проблемы одной семьи и перейти на системный контекст, переключиться на мас-

совую проблему, показав, что частная проблема характерна для достаточно большой группы людей. Это как в видеосъемке – показать крупным планом детали персональной трагедии, например, изуродованное взрывом лицо и бесформенную массу, оставшуюся от человека, рядом с которым взорвалась граната, и тут же отъехать зумом назад и показать поле, усеянное трупами. Наш пример, конечно, более мирный:

ОЧЕРКОВЫЙ ЛИД

Когда год назад Ирине Миклаш, маме трехлетнего Юры, удалось перевести сына в ведомственный садик №40, который принадлежал крупнейшему химическому предприятию республики – объединению «Азот», она вздохнула спокойно.

Ей, правда, пришлось вставать на полчаса раньше и везти ребенка в садик через полгорода, но она была довольна. Ребенок был здоров, сыт и ухожен.

Тем страшнее для нее и родителей еще 960 детей восьми детсадов «АЗОТА» стало известие о скорой передаче их на баланс города – городские садики известны нищенским существованием и содержанием детей на полугодным пайке.

Далее статьи могут быть совершенно одинаковыми. Однако обратите внимание на один интересный нюанс – при **ОЧЕРКОВОМ ЛИДЕ** обычно **и конец статьи бывает про тех же людей (или людей с аналогичным опытом), и в нем должна содержаться эмоциональная развязка ситуации, или, наоборот, безысходность. Развязка и положительная эмоция в финале читается лучше, но иногда ситуация действительно безысходна.**

Конец статьи:

Еще четыре белорусских нефтехимических предприятия, предназначенные на продажу российским компаниям, после распоряжения премьер-министра начали избавляться от своих социальных объектов.

Это неизбежно, – сказала заместитель председателя Ольга Цекаленко. – Экономическое положение этих гигантов стремительно ухудшается. Прошлый год пять из шести закончили с убытками.

Здесь статья с **КЛАССИЧЕСКИМ ЛИДОМ** заканчивается, но у статьи с **ОЧЕРКОВЫМ ЛИДОМ** следует продолжение:

Но Ирине Миклаш экономическое положение гигантских предприятий не так важно, как здоровье ее 4-х летнего сына.

«Ребенок за год поправился, щечки появились – а теперь и здесь концлагерь начнется!» – с ужасом сказала она.

Главное в **ОЧЕРКОВЫХ ЛИДАХ** – это сфокусированность: точное описание человеческих эмоций, основной драмы, какой-то необычной интриги и самых основных деталей, тесно связанных с ново-

стью. Подходите к написанию таких ЛИДОВ с творчеством, исходя из реальной ситуации.

Я уже обращала ваше внимание на то, что в ОЧЕРКОВЫХ ЛИДАХ персональная история должна выходить на общественно значимую новость или социальную проблему, которая раскрывается статьей. Один из способов – дать системный контекст этой новости или проблемы. Хорошо работают на поддержку такого ЛИДА и вплетенные в него цитаты.

Но стремление дать слишком много персональных деталей иногда может излишне растянуть ЛИД. При слишком длинном ОЧЕРКОВОМ ЛИДЕ читатель может бросить читать статью раньше, чем дойдет до основной социально важной новости, решив, что речь в ней пойдет о какой-то конкретной истории.

Обычно такой ЛИД не бывает длиннее, чем три абзаца, но иногда журналисты используют интересный прием – персональный пример разрывают, перемежая другой информацией, чаще всего контекстом, цитатами и КЛАССИЧЕСКИМ ЛИДОМ. Посмотрите, как три абзаца персональной истории сплетены с другими блоками информации:

(Boston Globe, 24 февраля 2005) – Сегодня, в день, когда ее мужу должно было исполниться 54 года, Пегги Огоневски положит цветы на его пустую могилу в Дракуте. Джон Огоневски, пилот и капитан рейса №11 Американских Авиалиний – один из более 1100 жертв атак 11 сентября 2001 года, чьи останки так никогда и не были идентифицированы.

Офис медэкспертизы Нью-Йорк Сити только что начал извещать семьи, что все возможности для идентификации останков погибших во Всемирном Торговом Центре использованы, подтвердив худшую информацию для тысяч родственников, которые хотели получить хоть что-то, если оно есть, чтобы похоронить.

В течение 3,5 лет после атаки, из 2800 жертв спасатели обнаружили менее 300 тел, а медэксперты идентифицировали останки более чем 1600 человек. Но теперь семьям говорят, что возможности технологии идентификации по ДНК исчерпаны.

Горечь Огоневски смешана с ее благодарностью усилиям города и с надеждой, что по мере развития науки когда-нибудь станет возможным опознать те останки, которые сейчас оставили на хранение.

«Их души должны быть спокойны, они сделали все, что могли, – сказала она. – Они были очень внимательны, заботливы, добры и уважительны. Я думаю, что с прогрессом науки, у них появятся новые возможности. Я думаю, это изумительно, что они смогли идентифицировать так много».

Конец этой новости персонифицирует другой случай по этой же теме и выходит на позитивную эмоцию о том, как можно бороться с чувством утраты:

Как и много других важнейших событий после 11 сентября, окончание работы медицинских экспертов – это «послание некоторым из нас, чтобы мы помнили членов наших семей за то, какими они были, когда были живы, и чтобы мы продолжали жить, помня о них таких», – сказал Роберт Фазио, отец которого, Рональд, погиб во время атаки. Единственное, что после него сумели найти, была искореженная кредитная карта.

Основной ошибкой **ОЧЕРКОВЫХ ЛИДОВ** является отсутствие целевой концентрации материала. Такие **ЛИДЫ** часто содержат лишнюю фактуру и не содержат необходимой. Пример, который берется для **ЛИДА**, должен быть строго по теме, и из этого примера надо убрать абсолютно все, что не работает на **ОСНОВНОЙ ЛИД**. В то же время все, что работает на **ЛИД**, должно иметь мельчайшие необходимые подробности, работающие на **КЛАССИЧЕСКИЙ ЛИД**. Очень важно также и то, что **ОЧЕРКОВЫЙ ЛИД** должен строиться на оригинальном примере, а не на банальном. Рассмотрим неудачный пример **ОЧЕРКОВОГО ЛИДА**:

Таксист Евгений Щелоков подъехал 8 апреля заправиться на бензоколонке по проспекту Космонавтов напротив стоматологического центра «Каури». Он быстро подбежал к окошку кассы, сунул туда деньги и пошел к машине. Однако голос кассира из репродуктора заставил его вернуться: цена на топливо выросла, нужно доплатить. Ухтинец безропотно это сделал, а потом сказал: «Я и так львиную долю заработка отдаю на бензин. Теперь, наверное, повысится стоимость проезда для пассажиров, иначе невыгодно будет работать».

Нельзя сказать, что драмы тут нет вообще, потому что говорится, что стоимость такси для людей повысится. Но, во-первых, непонятно, насколько: а может всего на пять копеек? И, во-вторых, много ли ваших читателей регулярно пользуются такси и могут начать переживать из-за повышения стоимости на 10-20 рублей?

А вот таксисту читатели могли бы начать сочувствовать, если бы на передний план вышла его личная проблема: к примеру, у него не оказалось бы денег, чтобы заплатить за залитый бак, а отлить бензин назад невозможно. Например, **ЛИД** мог быть таким:

ОЧЕРКОВЫЙ ЛИД

Таксист Евгений Щелоков 8 апреля торопился встретить пассажира с утреннего рейса из Москвы. Он подъехал заправиться к бензоколонке напротив стоматологического центра «Каури», подбежал к окошку кассы, сунул туда деньги и пошел к машине. Однако голос кассира из репродуктора заставил его вернуться: цена на топливо выросла, нужно было доплатить за бак бензина на 108 рублей больше, чем обычно. Но, как на грех, лишних денег у Щелокова не оказалось – он только что выехал на линию. В тот день ему повезло – он увидел заправлявшегося неподалеку знакомого и занял недостающее.

ЛИД/СИСТЕМНЫЙ КОНТЕКСТ

Но тысячам других ухтинских автомобилистов будет полезно знать заранее, что с 7-го апреля цены на топливо поднялись на 10-13 процентов на всех «стольки-то» автозаправках Ухты кроме «стольки-то» лукойловских.

12.6.9. ОСОБЕННОСТИ НАПИСАНИЯ ЛИДОВ В СТАТЬЯХ ПО БИЗНЕСУ И ЭКОНОМИКЕ.

ЛИДЫ в таких статьях часто не отличаются от обычных. Главное – увидеть новость и дать ее в ЛИДЕ. Разве что в таких ЛИДАХ чаще дается цена вопроса.

(Financial Times, 5 октября 2002) – Вчера суд Лос-Анджелеса постановил, что компания Филип Моррис должна выплатить \$28 миллиардов в качестве компенсации жертве рака легких.

ЛИДЫ в статьях о бизнесе могут состоять из двух связанных новостей:

Вчера пресс-служба Минсельхоза объявила о создании в России новой отраслевой организации – Ассоциации операторов евразийского рынка мяса птицы. Ее президентом стал бывший вице-премьер правительства России Юрий Маслюков.

В статьях о конфликтах они могут быть двойными или тройными. Их частью может быть небольшое предложение, которое говорит о трудностях, ожидаемых другой стороной. Обычно это та сторона, новость для которой меняет ситуацию:

С 1 сентября в России вступают в силу санитарные нормы, обязывающие производителей и импортеров маркировать продукты питания, содержащие генетически модифицированные компоненты. Участники рынка уже прикидывают, как нововведение может отразиться на ценах.

Однако сам Госсанэпиднадзор подтверждает, что в стране пока нет признанных тест-систем, позволяющих обнаруживать ГМ-компоненты в продуктах.

Если новость сложная, часто целесообразно начать ее **с вводки, которая дает ВАЖНОСТЬ новости, ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ, или НАПРЯЖЕННОСТЬ СИТУАЦИИ.** Короткие энергичные вводки помогают понять новость.

ВВОДКА

«ЮКОСу» нет покоя от миноритарных акционеров даже в Литве.

ЛИД

Вчера миноритариям Mazeikiu Nafta удалось доказать в суде незаконность эмиссии акций литовского нефтеконцерна, без которой у «ЮКОСа» не будет контрольного пакета компании.

Такие вводные предложения могут состоять всего из нескольких слов и могут отвечать на следующие вопросы:

- **Что** происходит особенного?
- **Что** происходит странного?
- **Кому** что удалось или не удалось?
- **Что** может произойти?
- **Что** с кем может случиться?
- **Какое** новшество придумано?
- **Кто** на что пошел?
- **Кто** на какой новый рынок выходит?
- **Кто** что согласился сделать?
- **Кто** чем будет/больше не будет управлять?
- **Кто** с кем вступил в альянс?

В статьях о бизнесе используются и ОЧЕРКОВЫЕ ЛИДЫ.

Это помогает ввести в проблемы, да и частные примеры всегда по-человечески интересны. Но каждый раз надо хорошо думать об изюминке такого ЛИДА: на каком конфликте его построить?

Пример:

ОЧЕРКОВЫЙ ЛИД

(The Moscow Times, 28 мая 2001) – Усман Масаев приехал в Аргун 11 марта и увидел тела четырех человек, только что убитых федеральными войсками. Эти люди чинили забор вокруг местной котельной, когда пришли солдаты, которые искали виновников взрыва мины, который произошел неподалеку.

КЛАССИЧЕСКИЙ ЛИД

Но эта вспышка насилия не остановила чеченского бизнесмена, и в конце прошлого месяца он решил инвестировать несколько миллионов долларов в чеченскую экономику, чтобы восстановить предприятия, разрушенные во время войны.

Этот ЛИД построен на том, что всегда привлекательно в людях – преодолении человеком трудностей и опасностей, конфликте между все еще продолжающейся войной и параллельно идущим мирным трудом по восстановлению разрушенной республики.

Еще один пример. Журналисту удалось найти жертву подделки банковских чеков. Это иногда очень трудно, но обычно, с помощью друзей и знакомых, всегда удается найти подходящую кандидатуру. Этот ЛИД построен на раскрытии деталей подделки.

ОЧЕРКОВЫЙ ЛИД

(Washington Post, США, 19 июля 2004) – Когда Ширин Грин недавно просматривала выписку со своего банковского счета, она обнаружила, что ей пришел счет на 139 долларов от компании, о которой она никогда не слышала – Pharmacycards.com.

По чеку, который она отказалась оплатить, было понятно, что он – подделка. На нем была ее девичья фамилия, которой она не пользовалась семь лет. Адрес был пятилетней давности, а ее подпись отсутствовала. Вместо подписи была короткая записка: «авторизовано вашим клиентом. В подписи не нуждается».

Однако номер на чеке был настоящим номером ее банковского счета, и это было все, что требуется для автоматизированной системы обработки чеков.

КЛАССИЧЕСКИЙ ЛИД/СИСТЕМНЫЙ КОНТЕКСТ

Грин – одна из последних жертв подделок банковских чеков. Она оказалась владелицей одного из 90 тысяч банковских счетов, с которых злоумышленники пытались снять общим счетом около 12 миллионов долларов. Эта схема содержалась в исковом заявлении, которая в мае подала в суд Федеральная торговая комиссия.

Ну а в региональных газетах акцент на человеке в ЛИДЕ даже деловой статьи – это как раз то, что позволит журналистам завоевать внимание читателей.

Посмотрите, как ваша новость влияет на конкретную категорию людей и попробуйте на этом построить ШОКИРУЮЩИЙ, ЭКЗАЛЬТИРУЮЩИЙ или ОЧЕРКОВЫЙ ЛИД. Например, в городе приостановили подачу газа для ремонта газопровода. Вы говорите с женщиной, матерью пятерых детей, которая торгует на рынке пирожными:

ОЧЕРКОВЫЙ ЛИД

Когда после изнуряющей летней жары в Джалалабад пришла прохлада, мать пятерых детей Рита Михайлова, которая зарабатывает на жизнь продажей пирожных на базарах города, почувствовала, что интерес к ее кремовым изделиям резко возрос.

«Наконец-то я смогу купить электроплиту и не буду зависеть от постоянных перебоев в снабжении газом», – сказала она в интервью «Фергане». Но радовалась она всего несколько дней. Сейчас каждый день она теряет около 2000 сомов. [Один доллар – примерно 45 сомов].

ЛИД

С 6-го сентября примерно на 10 дней газовое хозяйство Джалалабада приостановило подачу газа для ремонта и подготовки к зиме газопровода. Об этом «Фергане» сообщил начальник АО «Джалалабадгаз» Кылыч Юсупов.

Другая ситуация – резко вырастают цены на квартиры. Конечно, можно сказать просто:

ЛИД

В марте цены на квартиры в Малиновске выросли на 15 процентов, превысив рекорд роста в 10 процента, установленный в декабре прошлого года.

А можно начать с ЛИДА, который напрямую апеллирует к интересам людей, показав им типичную ситуацию. Люди будут сочувствовать конкретному пострадавшему человеку.

ОЧЕРКОВЫЙ ЛИД

Ирина Иванова уже почти расставила мебель в еще не купленной трехкомнатной квартире по улице Цветочной. До регистрации покупки оставалось два дня.

Но телефонный звонок от агента недвижимости поверг ее в шок: ей предлагалось заплатить за новое жилье на полторы тысячи долларов больше – настолько возросла цена новой квартиры за тот месяц, пока агентство искало покупателей на ее старенькую «хрущевку». Сделка сорвалась. У Ивановой просто не было таких денег.

ЛИД/СИСТЕМНЫЙ КОНТЕКСТ

Пострадала не одна Иванова. По сообщению Ассоциации агентств недвижимости Малиновска, в марте было заключено в два раза меньше сделок, чем в феврале, потому что цены на жилье всего за один месяц выросли на 15 процентов.

12.7. ХОРОШИЙ ЛИД – ЭТО ПОЛСТАТЬИ.

В заключение еще раз сфокусируем внимание на том, **что основная задача ЛИДА – это максимально полно, но, в то же время, максимально коротко и ясно развернуть основную новость статьи так, чтобы у читателя, по большому счету, не осталось ни одного вопроса и возникло желание читать дальше, чтобы узнать подробности.**

Не пытайтесь ничего спрятать в туманных выражениях, словесной эквилибристике, не интригуйте (исключение – маленькая интрига в очерковой или шокирующей частях ЛИДА). Не пытайтесь натолкнуть в одно предложение ЛИДА огромное количество информации, особенно названий, должностей и цифр. Помните, что ЛИД – это выражение основной идеи статьи.

Хороший ЛИД – это полстатьи, так же как хорошая идея – это половина дела. **Для того, чтобы суметь написать хороший ЛИД, нужна долгая тренировка, которая развивает умение видеть в новости главное.** Один основной прием, который позволяет усовершенствоваться в нахождении новости для ЛИДА, и который часто рекомендуют западные тренеры по журналистике – это включать в ЛИД то, что вы крикнете другу под грохот уходящего поезда. Но такие короткие ЛИДЫ, в основном, используют информационные агентства. В ЛИДЕ для газетных новостей надо научиться умело совмещать краткость и интересные, важные детали.

Еще один прием – **напишите ЛИД прежде, чем начнете писать все остальное и далее пишите статью, группируя содержание по структурным блокам.** Если это не получается и вы видите, что объясняете что-то совсем не то, это значит, что вы неверно определили новость и вам надо менять ЛИД. Статья должна выглядеть как логическая цепочка и система взаимосвязанных и вытекающих

друг из друга блоков информации, даже несмотря на то, что принцип пирамиды предполагает ее построение от главного к второстепенному, а не по хронологии или какой-то иной логической схеме.

Все блоки основной части новости должны быть очень четко увязаны между собой и вытекать из ЛИДА.

Выпускница одного из тренингов, журналистка из Читы, сказала в отзыве, что работа над новостями по принципу перевернутой пирамиды напоминает ей игру в кубик Рубика.

«Вертишь словами, фразами, предложениями и когда все встанет на свои места – получается красивый текст».

ГЛАВА ТРИНАДЦАТАЯ.

Структура и фокус новости.

«Лунную сонату» не написать, если сложить ноты в шапку и затем вытаскивать их вслепую. И хороший дом не построить, если сцементировать строительные материалы между собой без всякой системы. Так и из слов получается каша, а не новость, если бессистемно описывать то, что журналист видит и слышит.

Чтобы новость «заиграла», у нее должен быть **ФОКУС** и **СТРУКТУРА**.

ФОКУС – это луч света в темном лесу, основная тема, ракурс освещения новости. **ФОКУС** – это ответ на вопрос «**О чем новость?**»

Например, получив пленку с записью голоса Усамы бин Ладена (новость – получение пленки), разные СМИ написали разные новости. **ФОКУСОМ** одних был призыв к американцам переходить в ислам, **ФОКУСОМ** других – аутентичность пленки, **ФОКУСОМ** третьих – удивление от того, что бин Ладен перекрасил бороду, **ФОКУСОМ** четвертых – реакция американцев.

Можно найти десятки разных подходов-**ФОКУСОВ**, которые позволят написать оригинальную новость, а не просто новость типа «Усама бин Ладен выпустил очередное видеообращение...» Выбрав тему, журналисты затем должны раскрывать каждую новость в пределах своего **ФОКУСА**, следуя выбранной **СТРУКТУРЕ**.

Если каждый блок новости прямо связан с **ЛИДОМ** и подчинен единой теме, значит, в новости есть четкий **ФОКУС**. Журналисты должны иметь в голове четкую поблочную схему новости, чтобы писать быстро и в **ФОКУСЕ**. Но это – дело практики.

Главное – это помнить, что в новости должен быть ОДИН⁴¹ ФОКУС, одна главная тема, во всяком случае, именно главная тема должна быть раскрыта в ПЕРВОЙ ЧАСТИ новости.

Читателю должно быть очень четко понятно, **О ЧЕМ** новость, и очень важно, чтобы этот **ФОКУС** был **очень узким и очень специфичным**. Когда журналисты пытаются охватить многое, в результате получается каша из тем и ни одна толком не раскрывается.

⁴¹ Конечно, бывают более сложные новости, где может быть и дополнительный **ФОКУС**, но основу любой новости должна составлять только одна тема, от которой строится схема новости.

Например, если Вы пишете новость об акции протеста, то ФОКУС-СОМ могут быть:

- убийство или другие серьезные травмы, нанесенные демонстрантам;
- применение огнестрельного оружия или другой техники против демонстрантов;
- насилие, проявленное полицией;
- интересное выступление;
- интересные высказывания демонстрантов;
- интересные лозунги;
- разгон разрешенной демонстрации полицией;
- фактическое поощрение полицией действий провокаторов;
- заметное омоложение или постарение участников протеста.

В общем, ищите свой ФОКУС – я далеко не исчерпала возможные темы. На то журналисты и творческий народ, чтобы соревноваться между собой за выбор наиболее интересного фокуса. Победителем станет то издание, которое сможет систематически давать читателем интересное и полезное чтение. А если ваш ФОКУС в том, что в пятницу состоялась акция протеста, в которой участвовали 200 человек, то вашу новость никто не будет читать.

Что касается **СТРУКТУРЫ**, то из всех стандартов журналистских статей «перевернутая пирамида» имеет самую четкую схему. Этот стандарт применяется в качестве базового для написания новостей во всех мировых агентствах, газетах и онлайн-новостных ресурсах. Подавляющее большинство новостей пишется именно по этому стандарту и его вариациям.

Для раскрытия новости в этом стандарте используется условная схема из нескольких содержательных частей, или структурных блоков, большинство из которых – кроме **ВТОРОЙ ЧАСТИ**, **КОНЦОВКИ** и **СВЯЗОК** – уже были подробно рассмотрены в отдельных главах этого пособия.

ПЕРВАЯ ЧАСТЬ:

- лид;
- контексты;
- суть, цена вопроса, немедленные последствия новости, ограничения новости;
- цитата от компетентного источника, поддерживающая лид, или ЦОКИПЛ;
- почему это произошло;
- как это произошло;
- что будет дальше;
- что это значит.

ВТОРАЯ ЧАСТЬ:

- детали, второстепенная информация, аналитика, комментарии;
- концовка.

СВЯЗКИ

→ Три последних элемента мы рассмотрим в этой главе.

13.1. ВТОРАЯ ЧАСТЬ НОВОСТИ.

ВТОРАЯ часть новости обычно дается для самых важных и сложных новостей после раскрытия ЛИДА и содержит второстепенную информацию, то, что не поместилось в блоки первой части новости, аналитику, комментарии, второстепенные контексты.

ВТОРАЯ ЧАСТЬ новости часто тоже является своеобразной перевернутой пирамидой, которая излагается после ПЕРВОЙ ЧАСТИ статьи, от главного к второстепенному.

Эта часть дается в случае, если журналисту дали достаточно времени на ее подготовку. Если времени нет – пишите только ПЕРВУЮ ЧАСТЬ.

В отличие от ПЕРВОЙ ЧАСТИ новости, такой четкой структуры во ВТОРОЙ ЧАСТИ нет и блоки, которые в ней содержатся, не обязательно четко соответствуют классическим блокам ПЕРВОЙ ЧАСТИ новости. Но информация, тем не менее, и там излагается от главного к более второстепенному и соединяется логическими связками.

Содержание ВТОРОЙ ЧАСТИ зависит от самой новости. Например, новость о событии может во ВТОРОЙ ЧАСТИ содержать объемный блок, где будет подробно описано то, КАК ЭТО ПРОИЗОШЛО. А новость о планах во ВТОРОЙ ЧАСТИ обязательно должна предложить читателю доказательства того, что этот план реалистичен, обсуждение условий его выполнения и/или компетентные комментарии экспертов и профессионалов на тему о том, почему он может быть не выполнен, особенно, если сомнения в этом имеются объективно.

Во ВТОРОЙ ЧАСТИ новости может быть изложена следующая информация:

- варианты дальнейших событий и обсуждение их шансов на осуществление и реалистичности;
- доказательства того, что план или намерение будут выполнены;
- объяснения того, почему план или намерение могут быть не выполнены;
- рассмотрение конкретных препятствий к выполнению плана или намерения;
- дополнительная, более старая, предыстория и справочная информация;
- обсуждение недостатков новости или проблем, которые может вызвать новость;
- обсуждение вариантов решения проблемы;
- обсуждение того, кому выгодна эта новость/решение этой проблемы и кто проиграет?

- репортажная часть (подробное описание того, как происходило событие после того, как коротко это было сформулировано в блоке «КАК ЭТО ПРОИЗОШЛО» в ПЕРВОЙ ЧАСТИ новости);
- дополнительная, второстепенная информация по другим блокам новости, например, к вопросу о том, ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ, может быть дан комментарий эксперта об отдаленных перспективах, или об изменениях, которые могут быть произойти в связи с новостью;
- ответы на большее количество вопросов из блока «ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ?» и развитие других блоков первой части;
- варианты версий события в деталях (если статья – о преступлении или происшествии);
- менее важные примеры и интервью с заинтересованными в новости источниками;
- объяснение, почему это новое лучше или хуже, или странно;
- комментарий на тему, своевременно ли то, что произошло и почему это произошло именно сейчас?
- ответ на вопрос, откуда вообще эта проблема появилась?
- кто эту проблему инициировал и лоббирует? Почему?
- выявление, кто виноват в этой проблеме?
- как делалось раньше то, что теперь будет по-другому?
- как оно делалось в других регионах/городах/странах?
- кто в этой нише лучше всех? хуже всех?
- выявление, насколько типичен описываемый случай;
- цитаты простых людей об их ожиданиях от новости или отношения к ней;
- смешной эпизод, рассказанный источником по теме (чаще дается тогда, когда внимание читателя начинает ослабевать);
- драматичный эпизод (тоже обычно дается для того, чтобы вернуть внимание читателя);
- дополнительные проблемы на объекте;
- аналогичные примеры на других предприятиях/организациях/в других городах/странах;
- описание того, как объект дошел до такой плохой жизни/отчаянного состояния;
- информация о том, как решались аналогичные проблемы или происходили аналогичные вещи в прошлом;
- как это происходило или происходит в других странах, в других областях (для этого надо, в том числе, хорошо поискать в Интернете);
- в статьях о конфликтах следует как можно более дотошно выяснить, кто же прав?
- обсуждение того, кто виноват в возникшей проблеме;
- сообщить больше деталей конфликта, дойти до сути и момента возникновения;
- что говорят союзники? только ли хорошее?
- что говорят конкуренты? только ли плохое?
- что говорят независимые аналитики?
- есть ли альтернативное или противоположное мнение?

Однако не увлекайтесь излишней детализацией своего материала. Ведь вы пишете не роман, а только статью. Пытаясь осветить аб-

солютно все, вы рискуете погрести и себя, и читателей под горами информации, которую все равно невозможно переварить. Из того, что может содержаться во **ВТОРОЙ ЧАСТИ**, выберите один или несколько уместных для конкретной новости направлений раскрытия информации.

Особенно избегайте ненужных дополнений к основной теме, которые сделают новость длинной и тяжеловесной. В статье об изношенности троллейбусов не стоит развивать линию о безобразных дорогах, а если речь идет о недостатке рентгеновских аппаратов, не надо углубляться в то, чем плох туберкулез. Наоборот, **стройность и логичность новости достигается некоторой искусственной прямолинейностью, черно-белостью позиции, устранением второстепенных сюжетных линий.** Всегда думайте о том, что удержать внимание читателя долго очень сложно.

Новости из одной **ПЕРВОЙ ЧАСТИ** обычно содержат 300-400 слов, без глубокого анализа – до 600 слов, а с анализом – до 800 слов. Самые длинные новости, где требуется много объяснений, комментариев и деталей, которые пишутся на самые актуальные темы из жизни страны, могут содержать до 1200 слов.

Важно помнить, что **ЛИД** всегда находится в начале новости. Однако затем последовательность структурных блоков строго не регламентируется, они выстраиваются по принципу «от более важного к менее важному» и могут быть соединены содержательными связками. Чаще всего последними идут блоки «**ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ**» и «**ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ**», или справочная информация.

Определить последовательность структурных блоков помогает интуитивное «чувство новости», профессионализм и опыт журналиста. Эта последовательность является разной для разных новостей, универсальной последовательности не бывает.

13.2. КОНЦОВКА НОВОСТИ.

В короткой горячей новости концовки может и не быть. Просто надо изложить все необходимое, чтобы у читателей не осталось вопросов, и, когда информация закончится, поставить точку. Такой конец, а, вернее, отсутствие конца, в статье, построенной по принципу перевернутой пирамиды, вполне естественен, ведь печатное СМИ просто отрежет статью снизу, если для нее не хватит места.

Но если статья важная и есть время подумать, то есть несколько хороших вариантов концовок:

➔ Сильная, образная цитата от одного из основных действующих лиц новости, констатирующая основную мысль, которую новость хочет донести до читателя;

- Утверждение, которое подводит своеобразный итог основной мысли новости;
- Блок ВАЖНОСТЬ, ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ, ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ или НАПРЯЖЕННОСТЬ СИТУАЦИИ (особенно в коротких статьях);
- Блок ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ;
- Смешной эпизод, особенно для не очень серьезной статьи;
- В конце любой новости может идти ОБЩИЙ КОНТЕКСТ – чаще всего, это общая справочная информация, системный контекст или старая предыстория (более свежая может быть частью ключевого контекста);
- Практические рекомендации.

13.2.1. СИЛЬНАЯ ОБРАЗНАЯ ЦИТАТА.

Цитату для концовки выбирает не источник, а журналист. Это важно, потому что часто, когда в конце новости видишь «резюмировал такой-то источник», хочется задать вопрос, а почему, собственно, источник навязывает журналисту свои идеи насчет структуры новости?

Концовка – это место, где журналист путем подбора конкретной цитаты может влиять на восприятие читателем новости. Для концовки журналисты обычно подбирают то, что в наибольшей степени представляется им соответствующим реальному положению вещей. В статьях о конфликте это особенно сложно, поэтому наиболее справедливо выбрать в заключение мнение какого-нибудь независимого эксперта. **Это не всегда возможно, но и среди мнений сторон конфликта можно подобрать наиболее сильные, интересные и образные и наиболее подходящие в качестве своеобразного «разрешения» новости мнения, то есть уместные для подведения ее итогов или формулировки основной проблемы.**

Приведу пример концовки новости по теме нерешенной проблемы Приднестровья:

Кишинев и Тирасполь надеются на Москву, спорят о статусе

ЛИД

КИШИНЕВ/ТИРАСПОЛЬ (Рейтер, 22 апреля 2008) – И Молдавия, и Приднестровье рассчитывают, что Россия поможет им урегулировать 18-летний приднестровский конфликт, но каждая из сторон по-разному видит статус де-факто независимого региона, говорят главы делегаций Кишинева и Тирасполя на возобновившихся после двухлетнего перерыва переговорах.

[...]

КОНЦОВКА

В 2003 году при посредничестве тогдашнего заместителя главы администрации Президента России Дмитрия Козака было подготовлено соглашение

между Кишиневом и Тирасполем, по которому Молдавия должна была стать федерацией. Но в последний момент, из-за несогласия западных партнеров Молдавии и уличных протестов внутренней оппозиции, «Меморандум Козака» не был подписан.

Лицкай говорит, что с тех пор «никто не написал ничего лучше плана Козака», но и эту модель сегодня надо обсуждать заново.

«Пять лет мы не просто стояли на месте, как в холодильнике два пива. Мы расходились – наши экономики, связь, транспорт, образование, культура. Соединить это вместе тяжелее, чем пять лет назад», – сказал он.

13.2.2. УТВЕРЖДЕНИЕ, КОТОРОЕ ПОДВОДИТ СВОЕОБРАЗНЫЙ ИТОГ ОСНОВНОЙ МЫСЛИ НОВОСТИ.

Такое утверждение может быть серьезным, вызывать сильные чувства, содержать тонкую иронию или как-то по-другому завершать цикл новости.

Пример завершения, вызывающего комок в горле (из статьи о том, что австрийскому маньяку, который 24 года насиловал свою дочь в подземной тюрьме и прижил с ней 7 детей):

ЛИД

(Times, 20 марта 2009) – Джозеф Фритцл когда-то хвастался, что он – хозяин и жизни, и смерти. Сегодня австрийский суд отправил его за решетку пожизненно, чтобы убедиться, что он наверняка закончит свою жизнь за высокими стенами психиатрической клиники для наиболее опасных преступников с глубокими патологиям

Затем идет описание судебного процесса и в конце говорится:

Австрия избавилась от своего монстра. Наряд полицейских увел Фритцла в камеру, которую он делит с другим подозреваемым в преступлениях, совершенных с особой жестокостью. Но, в отличие от подземелья, в котором он держал свою дочь, в этой камере есть окно.

Пример ироничного завершения:

ЛИД

(New York Times, 6 июля 2008) – Алекс Пэйн, 24-летний инженер по интернету, разработал способ ответить на частый вопрос нашей цифровой эры: Работает ли сегодня мой любимый сайт? Недавно Пэйн создал сайт downforeveryoneorjustme.com, то есть «все не работает, или это только у меня?», который позволяет пользователям ввести нужный адрес и увидеть, доступен ли он для всех или проблема – в собственном неработающем соединении.

В конце со слов солидного эксперта говорится, что Интернет работает сейчас лучше, чем когда-либо раньше, и серьезные проблемы – редкость. После этого идет концовка:

Но, возможно, такие проблемы не такая уж редкость. Однажды утром в этом месяце сервис Google App Engine, который позволяет использовать интерактивные онлайн-программы, был недоступен несколько часов. Среди тех, на кого это повлияло, был Пэйн, который только что перенес свой сайт «все не работает, или это только у меня?» на сервер Google. Он тоже был недоступен.

13.2.3. КОНТЕКСТНЫЕ БЛОКИ КАК КОНЦОВКА.

Использование справочной информации или предыстории – самый распространенный способ закончить новость.

Например, в ЛИДЕ следующей новости использована краткая СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ-характеристика G8, которой достаточно для того, чтобы понять остальной текст новости:

Вашингтон (Рейтер) – Кандидат в президенты США от Демократической партии Барак Обама против исключения России из «Большой восьмерки» индустриально развитых стран (G8), как ранее предложил кандидат-республиканец Джон Маккейн.

А в конце новости дается более пространная ВТОРОСТЕПЕННАЯ СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ о том, что такое G8:

Группа стран G8 была образована в 1997 году, когда Россия присоединилась к «Большой семерке», в состав которой входят США, Британия, Франция, Италия, Германия, Канада и Япония. Лидеры G8 ежегодно собираются в одном из этих государств для обсуждения главных вопросов мировой политики и экономики

То, что вы выберете в качестве СПРАВОЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ в концовке, не обязательно должно быть сухой официальной информацией. Можно дать и более интересную информацию.

Например, в конце новости о смерти 99-летнего американского хирурга Майкла Дебейки говорится:

Самой известной инновацией Дебейки стала возможность аортокоронарного шунтирования, которая позволяет восстановить кровоснабжение сердечной мышцы. В России он стал широко известен после того, как в 1996 году сделал такую операцию Борису Ельцину.

Его пациентами также были Марлен Дитрих, Джерри Льюис, Аристотель Онассис и многие другие известные люди.

В конце новости можно дать СИСТЕМНЫЙ КОНТЕКСТ, показав аналогичные случаи:

Пекин (Рейтер, 11 июля 2008) – Власти Китая распорядились убрать из меню всех отелей и ресторанов страны собачье мясо в преддверии летней Олимпиады и сентябрьских Паралимпийских игр.

[...]

Аналогичная ситуация произошла в конце 1980-х годов. Критика со стороны Запада вынудила Южную Корею запретить продажу мяса собак и блюд из него во время Олимпийских игр 1988 года.

Или:

Минск (Рейтер, 4 июля 2008) – Около пятидесяти человек пострадали в Минске в результате взрыва в ночь на пятницу на праздничном концерте по случаю Дня независимости, на котором присутствовал президент страны Александр Лукашенко.

[...]

Аналогичный инцидент произошел в Белоруссии в 2005 году, когда во время взрыва самодельного взрывного устройства в областном центре Витебске были ранены также около 40 человек. Организаторы взрыва не были найдены.

А в следующем примере концовкой служит блок **НАПРЯЖЕННОСТЬ СИТУАЦИИ**:

Москва (Рейтер, 4 июня 2008) – Госдума одобрила в среду в первом чтении подготовленный «Единой Россией» законопроект, избавляющий от рутинных дел правительство во главе с бывшим президентом Владимиром Путиным.

[...]

Эксперты еще на стадии внесения законопроекта в Госдуму в апреле говорили, что появление такой инициативы свидетельствует о начале кризиса административной системы, когда власть собрала слишком много функций и теперь не справляется с ними.

Принятая мера, по их мнению, приведет к появлению новых ведомств и увеличению количества чиновников.

13.2.4. БЛОК «ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ» КАК КОНЦОВКА.

Такой вариант окончания новости применяется очень часто. Просто дается блок **ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ** и ставится точка. Этот блок может быть дан как цитатой, так и непрямой речью:

МОСКВА (Рейтер, 28 мая 2008) – Следственный комитет МВД России решил прекратить уголовное дело против главы фонда «Образованные медиа» Мананы Асламазян, обвиняемой в контрабанде около 10.000 евро, и переqualифицировать его в административное, сообщила представитель комитета Ирина Дудукина Рейтер в среду.

[...]

Асламазян сообщила Рейтер, что в ближайшее время не собирается возвращаться в Россию.

«У меня тут много дел, которые нельзя просто так бросить... Я хочу верить, что есть определенная тенденция в изменении работы нашего правосудия... Но

я думаю, что должно пройти много лет, чтобы наша система правосудия стала прозрачной», – сказала она.

Вариант с непрямой речью:

ЕКАТЕРИНБУРГ (Рейтер, 27 мая 2008) – В Екатеринбурге судят женщину, которая продала свою четырехмесячную дочь за 20.000 рублей. В придачу к ребенку покупательница получила свидетельство о рождении, памперсы, соску и смесь для кормления.

[...]

В суде пока не смогли уточнить, как долго будет идти процесс по этому делу, но сказали, что в случае вынесения обвинительного вердикта дамы могут провести в тюрьме от трех до десяти лет.

13.2.5. СМЕШНОЙ ЭПИЗОД.

Алма-Ата (Рейтер, 7 июня 2007) – Президент Казахстана Нурсултан Назарбаев в ходе своей первой интернет-конференции посетовал, что его зарплата недостаточно высока, но не сообщил ее размер.

Затем в первой части статьи раскрывается эта новость, а во второй части дается дополнительно еще одна тема, о недавнем аресте мужа дочери Назарбаева. Ответы на остальные вопросы, которые, видимо, журналист Рейтер посчитал неинтересными для своего читателя, не были затронуты. В самом конце дается этот абзац:

Назарбаев не ответил на самый популярный вопрос своей интернет-сессии: «Как пропатчить KDE под FreeBSD????» Ведущий конференции назвал этот вопрос плодом «акций флэш-моба и виртуального баловства».

13.2.6. ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ КАК КОНЦОВКА.

Это – довольно распространенная концовка в случаях, если речь в новости идет о чем-то опасном или о том, что может оказать негативное влияние. Рекомендации следует давать от имени профессионалов, но ни в коем случае не от самих журналистов.

Например, если идет эпидемия гриппа, можно перечислить рекомендации по профилактике, или в каких аптеках продаются нужные лекарства. Если надвигается ураган, то нужно дать рекомендации по мерам, которые должны принять люди, чтобы спастись. Всегда старайтесь, если по смыслу можно дать такую концовку, давать именно ее, потому что люди будут чувствовать заботу о себе.

13.3. ЛОГИЧЕСКИЕ СВЯЗКИ.

13.3.1. НЕ ДЕЛАЙТЕ ТЕХНИЧЕСКИЕ СВЯЗКИ, ДАЙТЕ ЧИТАТЕЛЯМ СМЫСЛ.

Технические связи – это группа слов, которые ничего не добавляют к смыслу. Но, поскольку они не требуют от журналиста усилий, то являются самым популярным видом связей в журналистике стран СНГ. Некоторые технические связи без необходимости подключают к изложению назидательный и менторский голос автора новости:

- Отметим...
- Напомним...
- Следует отметить...
- Следует указать, что...

Это – просто лишние слова, которые надо вычеркнуть из текста.

К техническим связкам относятся вообще все связи, которые не имеют конкретного содержания, например:

Есть несколько причин...

Аналитики рассматривают три варианта...

Однако эксперты неоднозначно оценивают это явление...

Иванов по-своему расставил приоритеты в своем выступлении...

Вы должны дать квинтэссенцию этих причин и вариантов (связку-обобщение), а не просто технический намек.

Либо давайте какой-то другой, более простой – но логический переход, в котором **есть смысл**.

Этим и отличается новостной стиль от академического. Это в науке и написании эссе вы можете давать в связках количество причин, вариантов, способов решения и тому подобное. В журналистике давайте сразу смысл этих причин, вариантов и способов решения.

13.3.2. ПРОСТЫЕ СВЯЗКИ И ПЕРЕХОДЫ.

Когда абзацы новости начинаются как «один сказал то-то», «другой сказал се-то», это не текст новости независимого журналиста, раскрывающего новость. Это – манипуляция источниками журналиста. Текст не должен выглядеть как блоки интервью, стоящие друг на друге.

ПРИМЕР ЦИТАТЫ БЕЗ ЛОГИЧЕСКОЙ УВЯЗКИ В ТЕКСТЕ:

США пока не давали своего согласия на проведение трехсторонних консультаций в формате Россия – США – Азербайджан по использованию

Габалинской Радиолокационной станции (РЛС) 15 сентября в Баку, сообщил в субботу представитель посольства США в Азербайджане Джонатан Хеник.

«Мы ожидаем 15 сентября в Баку совместной работы экспертов трех стран – Азербайджана, России и США. И вот эта совместная работа покажет, каким образом будет развиваться ситуация по совместному использованию Габалинской РЛС и в целом по применению противоракетной обороны», – сказал вице-премьер правительства России Сергей Нарышкин в пятницу в Баку. Он добавил, что в ходе его встречи с президентом Азербайджана Ильхамом Алиевым обсуждалась и эта тема.

Как сообщил Хеник, США еще обдумают и согласуют дату консультаций.

Вариант связывания текста:

Между ЛИДОМ и вторым абзацем можно переделать цитату в не-прямую речь, потому что она не является ЦОКИПЛ, ведь в ней содержатся просто факты. **НАДО ПОДУМАТЬ и дать начало второго абзаца так, чтобы текст читался слитно и абзацы вытекали один из другого, например:**

США пока не давали своего согласия на проведение в Баку трехсторонних консультаций в формате Россия – США – Азербайджан по использованию Габалинской Радиолокационной станции (РЛС), сообщили в субботу в посольстве США⁴².

Эти консультации назначены на 15 сентября, сказал накануне в Баку вице-премьер правительства России Сергей Нарышкин. На них, по его словам, ожидается обсуждение экспертами трех стран возможности использования Габалинской РЛС и проведения консультаций по противоракетной обороне.

Затем надо еще раз подумать и решить, как делать переход между вторым и третьим абзацем. Здесь – противопоставление того, что говорят российская и американская стороны, поэтому целесообразно использовать связки типа «но» или «однако», куда обобщенно добавить смысл разногласия. Затем можно дать подтверждающую цитату от американского чиновника и расшифровать его имя и должность. Можно, например, написать так:

Однако эта дата не была подтверждена США, сообщил представитель посольства США в Азербайджане Джонатан Хеник. «США еще обдумают и согласуют дату консультаций», – сказал он «Агентству» в субботу.

Как видно, в этом примере даны **три основных и популярных варианта логичной связки блоков текста:**

⁴² Если ЛИД читается убедительно без загромождения его именем источника, то это имя можно дать в тексте ниже, а в ЛИДЕ сослаться на источник обобщенно.

- путем переделки цитаты – можно переделывать и части цитаты в непрямую речь, и передвигать ее элементы;
- путем вставки пояснительной логической связки;
- путем использования слова «однако».

Только не злоупотребляйте словом «однако» и аналогичными союзами, которые, в этом случае, могут стать обычной технической связкой. Давайте его только тогда, когда Вам надо сделать противопоставление.

13.3.3. СЛОЖНЫЕ ЛОГИЧЕСКИЕ СВЯЗКИ.

Начинающие журналисты иногда боятся писать текст своими словами и выстраивают его чуть ли не как «батарею» интервью или цитат от разных источников, следующих друг за другом.

Особенно часто это встречается при попытках изложить сходные точки зрения. Когда это не удается, текст иногда превращается в «батарею цитат», которые по сути повторяют друг друга – тратится место в газете, а читатели не узнают ничего нового. Этой беде поможет знание техники написания сложных логических связей.

Рассмотрим на простом примере, как можно избежать такой батареи, проанализировав однородные мнения и сгруппировав их. Такой способ группировки мнений «по кучкам» – самый распространенный при написании новостной аналитики, но он также может использоваться при написании любой части новости, где есть информация, нуждающаяся в сортировке.

Возьмем новость о том, как директор супермаркета Гунбин решил бороться с воровством, вешая фотографии воров на специальную «доску позора». Во ВТОРОЙ ЧАСТИ этой новости была представлена длинная батарея несвязанных между собой цитат⁴³:

А вот что думают посетители супермаркета, которым я задала вопрос «нужно ли вывешивать фото людей, пойманных на воровстве?»

Владимир Васильевич Колобов, пенсионер:

– Гунбин прав, с ворами нужно бороться радикальными методами. Я бы на его месте вообще им руки обрубал.

Наташа, студентка Глазовского пединститута:

– Я не оправдываю воров, но прилюдное наказание – это, по-моему, слишком. В них же потом все пальцем тыкать будут.

⁴³ Попытка опросить людей и дать в новости «глас народа» похвальна, только если этот опрос дается не отдельным форматом, а является частью новости, то его нужно органично вплести в текст.

Алевтина Николаева, воспитатель детского сада № 53:

– Ладно, взрослые. Мне жаль детей. Ребенок может быть, один раз оступился, а после наказания у него вся судьба ломается. Все от него будут шараться как от прокаженного.

Лариса Гожьянова, журналист:

– Да бросьте вы – «шараться». Сейчас психология совсем не та, что десять лет назад. Эти несчастенькие детки наоборот будут своими фотографиями похвастаться, вот, мол, я какой! Мой совет Гунбину – лупите их, и все воспитание.

Сергей Волков, слесарь ЖКУ:

– Раньше ведь все магазины были с самообслуживанием и все мы потихоньку тырили оттуда мороженое. Только кого-то ловили, а кого-то нет. Помню, одну девчонку поймали, так ее потом всей школой на линейке стыдили. Хотя сами были ничуть не лучше. Наше общество слишком лицемерно, оно не готово к публичным наказаниям.

Андрей, рабочий ЧМЗ:

– Если все фирмы, магазины и предприятия последуют примеру «Ижтрейдинга», то все заборы в Глазове будут увешаны фотографиями. Причем многие лица будут всем известны.

Чтобы эту «батарею цитат» написать слитным связным текстом, нужно проанализировать сходства и различия мнений.

Фактически надо разложить сходные мнения «по кучкам».

Представьте себе, что эти мнения у вас распечатаны, и вы можете разрезать ножницами мнения разных людей и разложить по разным группам в соответствии с **основной мыслью в каждой группе**.

Я предлагаю разложить их по трем кучкам, потому что в этом тексте явно прослеживаются **ТРИ ОСНОВНЫЕ МЫСЛИ** – например, кто-то считает, что эти меры слишком такие-то, кто-то – что другие, и так далее.

После этого надо написать **СВЯЗКУ-ОБОБЩЕНИЕ**, где все три мнения свести вместе.

А после – раскрыть каждую группу, связывая их промежуточными связками в соответствии с **основной мыслью в каждой группе мнений**.

ПРОЦЕДУРА ГРУППИРОВКИ МНЕНИЙ:

В этом наборе цитат явно прослеживаются **ТРИ ОСНОВНЫЕ МЫСЛИ**, которые мы дадим в связку-обобщение:

СВЯЗКА-ОБОБЩЕНИЕ

Однако ни один посетитель магазина из опрошенных «КЗ» не поддержал инициативу супермаркета. Одни покупатели считают вывешивание фото ворошек для всеобщего обозрения слишком жестокими, другие не верят в то, что они помогут, а третьи предлагают идти дальше и бороться с ворами радикальным образом.

Затем надо раскрыть каждую из этих групп мнений, связывая их промежуточными связками в соответствии с конкретным мнением. Причем, цитатами стоит давать только самое интересное и не надо начинать каждый абзац со ссылки на источник, нужно чередовать начало абзацев с цитаты, с непрямой речи, со связки и со ссылки на источник.

Как именно Вы определите очередность изложения? Какая группа мнений будет раскрываться первой, второй и последней?

Лучше всего начать думать с конца, где журналисты обычно дают какую-то сильную концовку, лучше цитату, которая связана с основным фокусом статьи и как бы замыкает круг. Здесь дается то, что может послужить затравкой для обсуждения читателями. Надо задеть их за живое. Сначала же можно дать что-то более мягкое.

Давайте начнем с группы мнений, построенных на естественном человеческом чувстве жалости к детям. Эта группа – Наташа и Алевтина Николаевна, которые жалеют воров. Обратите внимание, что оба – педагоги, и это общее всегда нужно использовать для связок:

ПРОМЕЖУТОЧНАЯ СВЯЗКА НА ПЕРВУЮ ГРУППУ

Покупатели-педагоги жалеют воришек, особенно детей.

МНЕНИЯ

Прилюдное наказание – это слишком серьезно, считает студентка Глазовского пединститута 19-летняя Наташа. «В воришек же потом все пальцем тыкать будут», – сказала она.

А Алевтина Николаева, воспитатель детского сада № 53, возражает против обнародования фотографий детей. «Ладно, взрослые. Мне жаль детей. Ребенок может быть, один раз оступился, а после наказания у него вся судьба поломается. Все от него будут шараться, как от прокаженного».

Затем дадим ВТОРУЮ группу – тех, которые не верят в новые меры, это Андрей и Сергей. Начнем со СВЯЗКИ, перефразировав общее в этой группе:

Некоторые покупатели считают, что проблема слишком далеко зашла, чтобы один магазин мог ее решить – воруют слишком многие и у Гунбина на стенде не хватит места для всех.

МНЕНИЯ

Андрей, рабочий ЧМЗ, сказал, что если все фирмы, магазины и предприятия последуют примеру «Ижтрейдинга», то все заборы в Глазове будут увешаны фотографиями.

А посетитель с собственным детским опытом воровства из магазинов Сергей Волков считает, что поскольку многие сами имеют этот грех за душой, они вряд ли на самом деле будут презирать пойманных за руку воришек. «Раньше ведь все магазины были с самообслуживанием и все мы потихоньку тырили оттуда мороженое, – сказал Волков, слесарь ЖКУ. – Только кого-то ловили,

а кого-то нет. Помню, одну девчонку поймали, так ее потом всей школой на линейке стыдили. Хотя сами были ничуть не лучше. Наше общество слишком лицемерно, оно не готово к публичным наказаниям».

И в заключение дадим ТРЕТЬЮ группу мнений – Ларисы и Владимира, – которые алчут еще более жестких наказаний. Опять начнем со СВЯЗКИ, а закончим самой драматической цитатой:

Но есть и те, кто предлагают более радикальные меры, чем вывешивание фотографий.

МНЕНИЯ

Например, журналист Лариса Гожьянова считает, что воришек щадить незачем, и надо идти дальше. «Эти несчастенькие детки наоборот будут своими фотографиями похвастаться, вот, мол, я какой! Мой совет Гунбину – лупите их, вот и все воспитание».

А пенсионер Владимир Колобов предлагает директору супермаркета использовать закон шариата для магазинных воров, независимо от возраста. «Я бы на его месте вообще им руки обрубал».

Такое «кучкование» мнений сначала кажется сложным, но с опытом придет умение делать это быстро и красиво. Один из способов тренировки умений, о которых рассказывалось в этом пособии, это дистанционный тренинг. Он удобен тем, что тренироваться можно без отрыва от работы, в свободное время и в любом месте.

13.4. ТЕХНОЛОГИЯ НАПИСАНИЯ СТАТЬИ ПО СТАНДАРТУ «ПЕРЕВЕРНУТОЙ ПИРАМИДЫ».

Наверно многим знакомо то, о чем написали эти две журналистки:

«Для меня трудно было написать даже простую статью. Я не знала, с чего начинать и часами, даже по несколько дней, не могла написать статью. Мне было очень трудно. А редактору газеты, где я работала, приходилось терпеть мои статьи, которые я задерживала».

Это строки из отзыва журналистки **Сурайё Кимсанбоевой из города Джалалабад, Кыргызстан.**

«Сейчас у меня все хорошо, и на работе, и с уверенностью в себе, – продолжает она. – Прежде, до тренинга, по правде говоря, я не знала что такое новость, что читателю нужно, о чем они хотят знать, о чем нужно писать, о чем – нет. Теперь мне нетрудно найти первый абзац статьи, потому что стараюсь писать о самом интересном для читателя».

А Елена Богданова из Новосибирска, Россия, вспоминала, как ее удручал стиль работы одного коллеги:

«...Наш самый авторитетный журналист писал чудовищно много. У него часто возникали лирические отступления от главной темы, после которых он делал

следующую связку: «Но вернемся к нашим баранам». Подобных связок у него бывало по несколько в одном тексте. Разумеется, это ужасно напрягало редакторов... И такой вот поток корреспондентского сознания заполнял две пятых газеты, что меня несколько удручало.

Тренинг помог сократить временные затраты на организацию текстов статей: теперь я более быстро и четко могу уложить информацию в голове и на бумаге; также методика «перевернутой пирамиды» помогает оперативно сформулировать основные вопросы к ньюсмейкерам».

Так как же научиться писать быстрее, содержательнее и логичнее?

В начале этого пособия цитируется американская журналистская поговорка: **«Писать – просто. Надо просто сесть к пишущей машинке и вскрыть себе вены».**

И это – истинная правда. Как артист, который, играя, умирает на сцене от разрыва сердца, так и журналист должен пропустить через себя статью, которая сделает его великим.

Писать каждую статью, умирая от разрыва сердца, не надо. Такой может быть одна, главная статья в жизни. Остальное должно быть просто высококачественной профессиональной работой. Но, чтобы сделать ее хорошо, надо в нее вникнуть. Распишем процедуру работы над новостью с учетом того, что вы прочитали это пособие и горите желанием начать писать новости по структуре перевернутой пирамиды.

Прежде всего, вам надо знать **объем новости, которую вам надо написать.**

Средняя новость содержит от 300 до 600 слов. Те статьи, которые публикуются на первой полосе, могут, в зависимости от своей значимости, иметь до 1200 слов и включать вторую, аналитическую, часть. Обычно статьи на первую полосу имеют от 800 до 1000 слов. Для того, чтобы сориентироваться в длине статьи, журналист должен, по мере ее подготовки, ставить в известность редактора. Если неожиданно появляется острое эксклюзивное развитие сюжета, редактор может изменить исходную оценку значимости статьи и разрешить увеличить ее объем. Если новость короткая, то все равно, для начала, ее надо распланировать. Не бросайтесь сразу полностью расшифровывать свои записи на магнитофон, таким образом вы только зря потеряете время.

Распечатайте СХЕМУ (приложение №5), повесьте ее на стену перед собой и держите ее там до тех пор, пока она не станет привычной.

Сделайте в программе Word **таблицу с названиями блоков** и, когда начинаете думать над статьей, откройте ее и сохраните в новом файле.

Представим себе, что весь нужный материал у вас уже есть. **Теперь четко определитесь с новостью.** Возможно, эта новость, в конце концов, и изменится, когда вы будете ее раскрывать, и, возможно, вам придется добирать материал, но с чего-то надо начинать. Сделайте поиск в Интернете, в архиве газеты, поговорите с редактором, с коллегами, со знакомыми (которые тоже могут что-то подсказать), позвоните компетентным источникам и сформулируйте первый вариант ЛИДА. Вы можете потренироваться в этом даже перед пресс-конференцией или разговором с ньюсмейкером, это поможет лучше сориентироваться в том, какие вопросы задавать. Возможно, на какую-то пресс-конференцию вы придете даже не для того, чтобы писать о том, что вам хотят сказать, а для того, чтобы задать свой вопрос важному чиновнику⁴⁴.

Определившись примерно с ЛИДОМ, подумайте, какие блоки будут важнее, какие менее важными и передвиньте более важные блоки в своей таблице наверх. Примерно, прикиньте, сколько в каком блоке будет слов, чтобы не писать много лишнего.

Если новость о конфликте, и у каких-то блоков должны быть разные стороны, то впишите их все. Например, «СУТЬ – ОФИЦИАЛЬНАЯ СТОРОНА» И «СУТЬ – СТОРОНА ПОТЕРПЕВШЕГО», или «ПОЧЕМУ ЭТО ПРОИЗОШЛО – ВЕРСИЯ МИЛИЦИИ» и «ПОЧЕМУ ЭТО ПРОИЗОШЛО – ВЕРСИЯ СВИДЕТЕЛЕЙ».

Затем начинайте писать, помня, что все это – только проект и он может кардинально измениться. Но вам это нужно, потому что **любой план лучше его отсутствия.** Не тратьте на это много времени. Возможно, 15-20 минут будет достаточно. Не забудьте подумать над контекстами – это важно, чтобы убедить себя и редактора, что новость достойна освещения.

Очень важно писать, не заглядывая в свои записи и не слушая магнитофон. Если вы продумали новость, то того, что у вас уже есть в голове, вполне хватит. **Не редактируйте.**

Сначала напишите классический ЛИД или двойной ЛИД в статьях о конфликте или проблеме. Если есть хорошая идея для ОЧЕРКОВОГО ЛИДА – интересная человеческая история, иллюстрирующая ЛИД – напишите его, не забывая, что под ним должен все равно быть классический ЛИД. Может быть, есть в новости что-то шокирующее? Экзальтирующее? Если есть – дайте эту разновидность ЛИДА над классическим. Но долго над ЛИДОМ не думайте – вы его будете еще поправлять по мере написания статьи, помня, что все структурные блоки новости должны раскрывать именно его. Если вы чувствуете, что какой-то блок не имеет связи с ЛИДОМ, то либо исправьте ЛИД, либо перепишите блок.

⁴⁴ Кстати, вопросы для эксклюзивных статей необязательно задавать прилюдно, если чиновника можно поймать до или после мероприятия где-нибудь в коридоре.

Не теряйте динамики изложения. Пишите быстро. Места, которые надо уточнить, пишите заглавными буквами, чтобы потом не спутать их с истинным текстом. В тех местах, где должны быть цитаты, напишите их примерное содержание, потом уточните по записям в блокноте или на диктофоне. Не уточняйте имена источников, просто опишите то, что помните об источнике, заглавными буквами, потом уточните. Не снижайте темп написания статьи, роясь в бумагах. Пишите, помня, что ваша задача – написать в ПЕРВОЙ ЧАСТИ статьи самое главное. Это главное и должно быть у вас в голове после сбора информации. С деталями разберетесь потом – важнейшие, которые вы упустили, восстановите в разделах ПЕРВОЙ ЧАСТИ по своим записям, а второстепенные, если будет место во ВТОРОЙ ЧАСТИ, используете именно там.

В блоках новости не превышайте тот объем, который вы определили вначале. Пытайтесь излагать мысли **кратко и емко**.

Не думайте на этом этапе о том, как связать между собой в слитный текст блоки, которые вы будете писать. Если блоки связываются сами собой, это хорошо, если нет – подумаете об этом потом. Ведь возможно, после написания полного текста, ваше понимание важности того или иного раздела может измениться, или, что бывает еще чаще, при редактировании изменится или сократится текст и связи придется переделывать. Так что не теряйте время и энергию на связи.

Тут важно не сбиться с пути и не начать по привычке излагать хронологию события или писать блоки монструозного размера. Единственное место, где можно написать чуть побольше – это внутри блока **КАК ЭТО ПРОИЗОШЛО**. В остальном же не имеет никакого значения, в какой последовательности происходила новость, или в какой последовательности вы получали информацию. В итоговой статье вся информация должна быть выстроена от главного к второстепенному. В блоках **ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ** не забудьте дать информацию о том, что значит ваша новость для тех читателей, ситуацию которых она изменит. Смотрите на свои схемы структуры новостей и перечни контекстов и думайте над каждым. Нужно не забыть ничего важного, но и не написать слишком много.

Помните и о том, что в тексте должно быть что-то интересное. Как говорят американские тренеры, раскидайте по тексту золотые слитки.

После написания блоков просмотрите свои записи и **внесите нужные уточнения**.

Начинайте **первую редакцию**. **Перенесите самое важное наверх каждого блока**, а если что-то, без ущерба для смысла новости можно убрать, смело опускайте это во **ВТОРУЮ ЧАСТЬ** новости –

возможно, вы это там потом используете, если хватит места. Блоки же ПЕРВОЙ ЧАСТИ новости ужимайте, делайте как можно короче.

Затем передвиньте самые важные блоки ближе к ЛИДУ, а менее важные опустите вниз.

Помните еще один нюанс: все блоки в новостях желательны, но в каких-то текстах каких-то блоков может не быть, потому что новость не так уж и важна, или по каким-то другим причинам. Но вы всегда должны думать над всеми блоками, когда пишете первый вариант.

Если вы решили, что каких-то блоков не должно быть, потому что в этой конкретной статье они будут смешно или глупо выглядеть, их писать не надо, просто уберите их из таблицы, чтобы они не путались под ногами.

Если вам не удалось получить информацию для какого-то **обязательного блока**, то вы все равно должны дать этот блок. Просто в нем должна быть формула отказа – то есть должно быть сказано, что такой-то компетентный источник отказался то-то объяснить или дать такую-то информацию по такой-то причине.

Когда закончите писать содержание блоков, проверьте, не находится ли у вас ПРЕДЫСТОРИЯ незаслуженно высоко? ПРЕДЫСТОРИЮ и СПРАВОЧНУЮ ИНФОРМАЦИЮ надо давать в тексте максимально низко, насколько это возможно при условии обеспечения его понимания.

Достаточно ли высоко находятся СУТЬ, контексты и ЦОКИПЛ? Достаточно ли ЦОКИПЛ эмоциональна? Поддерживает ли она ЛИД? Идет ли она от компетентного источника? Есть ли КЛЮЧЕВОЙ КОНТЕКСТ?

Можете еще раз себя перепроверить – все ли стороны новости вы осветили? Все ли нужные интервью взяли? Нет ли дыр в информации? Не упустили ли Вы чего-то важного? Поместили ли новость во все нужные контексты? Дали ли все необходимые для раскрытия новости цифры и факты? Цену вопроса? Создали ли эффект присутствия? Не являются ли Ваши цитаты простым перечислением фактов? Относится ли концовка к новости? Достаточно ли комментариев от простых людей (если, конечно, они нужны)?

Еще раз повторю: когда работаете над блоками, все время помните, что вы раскрываете ЛИД. Если вдруг вы начали чувствовать, что вы раскрываете ПРЕДЫСТОРИЮ, остановитесь, начните сначала – вы должны раскрывать новость. Если почувствуете, что раскрываете какую-то другую новость, не ту, которую заявили в ЛИДЕ, тоже остановитесь и подумайте – может быть вам стоит переписать ЛИД?

Уверены ли вы, что правильно разобрались, что в новости главное, что – второстепенное, а что – более мелкие детали? **Правильно**

расставить акценты и определиться с приоритетами – высший пилотаж журналистики и это приходит с ОПЫТОМ. Подумайте, может быть, вам стоит посоветоваться с более опытным редактором или коллегой.

Попробуйте еще раз уплотнить свой текст, вычеркивая лишние слова. Просмотрите оценочную форму – ее цель не только оценивать, а помогать видеть свои ошибки. Внесите, если надо, исправления.

Теперь выбросьте из текста названия блоков, чтобы не мешали, и начинайте в нем работать над логическими переходами – связками. Часто их можно сделать из частей цитат. Обычно, логические связки не просто содержательно связывают текст, но и помогают читателю понять, о чем говорится в следующем абзаце, особенно если текст сложный. Избегайте технических связок типа «на этот счет другие источники имели разное мнение», а также слов вроде «кстати», «впрочем», «напомним» и им подобных мусорных слов.

В процессе этой работы может произойти дальнейшее слияние блоков. Всегда помните, что ваша задача – написать слитный текст.

Редко, но бывает, что важнейшая для статьи информация, над добытием которой журналист трудился целый день или неделю, приходит в последний момент по ленте агентства, по телевидению, в виде ответов по факсу или каким-то другим образом, и кардинально меняет саму новость.

Тогда выбирайте из двух вариантов – хорошего, то есть полностью переписать статью, или плохого, то есть сделать последнюю новость в виде отдельной небольшой информации под рубрикой типа «в последний час» и поместить под статьей или рядом с ней.

Чего делать не следует никогда, так это прилеплять новость кое-как в начало или конец статьи или внедрять в текст каким-то другим образом. Такой нарыв на гладком и логичном теле статьи будет сразу бросаться в глаза.

Имейте в виду, что эта искусственная классификация информации в блоки по разделам помогает вам понять, что где должно быть размещено в тексте, избежать повторов и размазывания однородной информации в разных местах текста. Постепенно, по мере овладения «пирамидным мышлением», вы уже автоматически будете писать статью по перевернутой пирамиде, но и тогда иметь перед глазами перечень блоков будет не лишним, чтобы просто проверить себя, не забыли ли вы случайно что-нибудь очень важное.

Помните также, что ваша новость должна быть понятна любому человеку, который проезжал мимо города на поезде или автобусе и купил за свои деньги вашу газету в вокзальном киоске. Этот человек имеет право понять вашу статью так же, как и любой другой житель города. Кроме того, если у вашей газеты еще нет веб-сайта,

то он когда-то будет. Статьи на веб-сайтах газет читаются во всех уголках мира и жителям, к примеру, Владивостока или Калининграда ваши статьи тоже должны быть понятны.

В заключение еще раз повторю, что новость – это особый жанр со своими особыми законами. И не надо ее путать или смешивать с другими жанрами, особенно с очерками.

Новость отличается от очерка так же, как пирамидальный тополь зимой отличается от цветущей яблони в мае. Цветы и листья красивее, такой яблоней можно любоваться часами, если есть время, но тополь – строен и каждая его ветка ясно видна. На понимание, откуда что растет на тополе, не надо тратить время. В нем нет никаких лишних деталей, никаких загадок и лишних переплетений, и его суть схватываешь с первого взгляда, даже проносясь мимо на большой скорости на автомобиле. Таких тополей в газете должно быть много, потому что люди хотят знать новости. И инструмент перевернутой пирамиды поможет писать новости быстро и профессионально.

В стандарте перевернутой пирамиды, на самом деле, есть много плюсов. Однако абсолютизировать его не следует, и это тоже надо помнить. Ведь нельзя все время питаться тортом, как бы вкусен он ни был, так и пользоваться одним стандартом по любому поводу будет смешно и глупо.

Журналистика – это гибкий живой организм. И стандарт перевернутой пирамиды – не какой-то жесткий скелет, который надо заполнить словами, а только направления, в которых должна двигаться ваша творческая мысль. **Так что будьте творцами. Ищите самые лучшие источники и лучшую, проверенную информацию. Пишите сердцем. Пишите для людей. Будьте объективными.**

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.

Давно не секрет, что в нашем обществе СМИ часто служат орудием пропаганды вместо инструмента для информирования общества. В заключении этого пособия, я хочу на ярком примере массового одурачивания аудитории при освещении трагедии в Беслане показать как журналистская ложь, вследствие отсутствия профессиональных убеждений и чувства ответственности перед обществом, отталкивает людей от СМИ. Вообще-то, наглое вранье в первые дни после захвата террористами школы с сотнями невинных детей не было исключением из правила: на северном Кавказе правдивое освещение событий никогда не было целью большинства средств массовой информации. А в Беслане к откровенной пропаганде подключились и центральные СМИ, топая в ногу с местной прессой.

Я два раза проводила семинары во Владикавказе для IWPR (Институт освещения войны и мира, находится в Лондоне), работала с местными журналистами, поэтому знаю, что говорю. Журналисты не пишут там о коррупции, о злоупотреблениях властей, милиции. Они легко проходят мимо важнейших социальных и экономических тем. Их газеты заполнены отчетами о мероприятиях и развлекательными историями. Запретными темами являются и ненависть между осетинским и ингушском народами после осетино-ингушской войны, в результате которой сотни тысяч ингушей были изгнаны из Осетии, и страдания мирного населения соседней Чечни от обстрелов и издевательств федеральных войск, и торговля нелегальным алкоголем и нелегально произведенным бензином, который был сварен из украденной в Чечне нефти. А ведь журналисты знали или догадывались, что деньги от продажи этого бензина идут на финансирование укрывающихся в горах бандитов.

СМИ Северной Осетии практически полностью контролируются властями. Но и не контролируемые властями Северной Осетии СМИ – такие, например, как НТВ – точно так же безропотно лгали стране весь первый день трагедии в Беслане. Это они доложили публике о 354 заложниках – сославшись на цифру, которую им сообщили представители властей.

Аналитик прессы Ирина Петровская из газеты «Известия» об этом сказала так: «...какая конвенция заставляла их [журналистов] тиражировать ложь, хотя бы и закамуфлированную под «официальную версию?» http://www.izvestia.ru/petrovskaya/367451__print

Что мешало журналистам на местах, сославшись на информацию из официального источника, аккуратно подвергнуть ее сомнению, сославшись на то самое «любое здравое размышление» и списки, составленные родственниками заложников в первые же часы после захвата школы?

Для чего вообще нужны журналисты на месте событий, если не для сбора фактов и правдивого информирования о происходящем? Только для того, чтобы озвучивать официальные версии?

Бывает ложь во спасение, а бывает ложь на погибель. Именно такой, по сути, оказалась официальная ложь о числе заложников. По свидетельствам очевидцев, вырвавшихся из ада, террористы, смотревшие в школе телевизор, окончательно озверели, услышав заведомо ложные цифры, после чего перестали давать людям воду: «Они говорят 354 – так и получают 354».

В британской газете **Sunday Times** за 12 сентября (цитата по **Johnson's List, № 8362**), в статье об одном из террористов, русском по национальности, родившемся в Северной Осетии Владимире Ходове (кличка «Абдулла»), журналисты ссылаются на одну из заложниц, Залину Албегову, которая говорит:

«В первую ночь он охранял нашу сторону зала. Он и другие слушали новости по радио. Он сказал нам, что правительство заявило, что заложников было только 350. «Вы им не нужны, – сказал он нам. – Вами можно пренебречь. Они лгут, чтобы, когда они начнут штурмовать, им удалось скрыть число жертв».

Петровская продолжает: «Не меньшую злобу у бандитов вызвала и другая «официальная версия» – о том, что они де не выдвигают никаких требований. Между тем они их выдвигали и даже через мужественного Руслана Аушева передали их президенту Путину...»

В одной из телепередач из местной клиники был комментарий о том, что осетинские медики, услышав о числе заложников, не стали особенно беспокоиться – такое количество пострадавших они могли принять и без помощи извне. В итоге было потеряно время для того, чтобы по всей стране были срочно мобилизованы врачи, средства, полевые госпитали, лучшие хирурги и направлены в Беслан. Возможно, удалось бы спасти большее количество людей.

Число погибших к концу сентября достигло почти 350 человек. И люди продолжают умирать от полученных ран.

Петровская продолжает: «Журналисты, ставшие в глазах жителей Беслана одними из виновников произошедшей трагедии, виноваты в том, что СОГЛАСИЛИСЬ БЫТЬ РЕТРАНСЛЯТОРАМИ ОФИЦИАЛЬНОЙ ЛЖИ, которая на поверку оказалась куда страшнее неконтролируемой и непроверенной информации, распространявшейся ими во время «Норд-Оста».

Тем более, что ответственность в обоих случаях вешают на них. А официальные лица, принудившие журналистов сначала к самоограничениям, а потом и к откровенному вранью, вновь умывают руки. Да и того гляди потребуют еще большего ограничения СМИ в ходе освещения терактов – как, не стесняясь, требует этого Жириновский, призывая к полной информационной блокаде на момент совершения теракта и вплоть до поимки и публичной казни террористов: для этого прямого эфира как раз не жалко».

В «Московском Комсомольце» за 9 сентября <http://www.mk.ru/newshop/bask.asp?artid=92716>) напечатано интервью телеоператора РЕН-ТВ Бориса Леонова:

– Почему телевизионщиков избивали?

– Говорят, мы врем. Спрашивают: почему к камерам выходят представители власти и объявляют неверное число заложников? Только из-за этого, мы оказались крайними. Уже первого сентября народ говорил: в заложниках 1200 человек, а власть объявила – 354. Иностранцы-журналисты удивлялись: что это за число такое – 354? Почему не 600 и не 700? И я тоже удивлялся этому. **Притом, все иностранные корреспонденты говорили своим телезрителям, своему народу всю правду – они же знали реальные цифры.** Это сразу озлобило местное население против нас, как будто кто-то делал это специально, подогревал народ...

Юрий Вдовин, председатель НГО «Гражданский Контроль», отправил вот такой комментарий на сайт Центра экстремальной журналистики:

«...надо со всей ответственностью сказать, что значительная доля ответственности за эту трагедию лежит на средствах массовой информации и журналистах, добросовестно служивших властям, послушно вравшим и молчавшим об истинном положении в Чечне, усыпившим общественное мнение сказками о международном терроризме, о скорой и окончательной победе над боевиками. Господа журналисты, служащие властям! Вам нет оправдания! Вы тоже повинны в этой страшной трагедии – вы лгали по команде и молчали по команде. Это – не журналистика. Это – госслужба в спецорганах СМИ.

И пока власть будет находить вас для службы в гос-спец-СМИ, промывающим мозги гражданам, а не дающим им возможность получать достоверную информацию о происходящем в мире и стране, нас ждут еще и еще беды и трагедии».

Не только во времена страшных событий журналист должен быть профессиональным, честным и объективным. Часто рутинная работа требует еще большего мужества. Писать о сложных, конфликтных темах – наркотиках, коррупции, взятках, сокрытии доходов от налогообложения, – трудно, ответственно и опасно. Но и замалчивать их нельзя. Люди должны знать, в каком обществе они живут. Но и кроме этих тем есть жизнь, обычная жизнь, и задача журналистов – давать людям правдивую информацию об их жизни.

Вы должны быть честны, точны, объективны, ответственны и перед властью, и перед вашими читателями, должны непредвзято писать обо всех важнейших проблемах. Вы должны анализировать события с помощью специалистов, профессионалов своего дела, объяснять читателям суть новостей. Им необходимо не просто знать, что происходит, но и понимать, что новости для них значат, что надо делать, как жить и где искать выходы.

Любите своих читателей. Служить людям – это большая честь.

ПОСЛЕСЛОВИЕ.

Когда я работала журналистом-новостником в англоязычных газетах, я не могла понять, почему газеты СНГ, включая российские, пишут новости плохо, скучно, непонятно – так, что люди просто перестают читать СМИ. И почему это происходит, при том количестве семинаров, тренингов, обучающих мероприятий, которые проводят высококвалифицированные тренеры для журналистов стран СНГ. Объяснить это возрастающими ограничениями свободы СМИ было невозможно.

Поняла я это только тогда, когда сама начала проводить семинары для таких журналистов.

После первого же семинара в Минске ко мне подошла одна молодая журналистка со слезами на глазах. Я не шучу, слезы были настоящие. Она сказала, что собиралась уходить из журналистики, потому что редактор требовал от нее писать свое мнение о новости, а не новость. «Откуда у меня может быть свое мнение, я же не знаю новость настолько, чтобы его иметь!» – сказала она.

Другие журналисты также расширили мое понимание того, почему новостная журналистика в СНГ такая хромая. Это, в основном, **недостаток образования, плохие привычки и стадный инстинкт: ведь и другие СМИ пишут точно так же.**

Поэтому, после первых же проведенных мной семинаров я обратилась в программу Айрекс с предложением продолжать семинары последующим многомесячным дистанционным тренингом для практической отработки полученных знаний. С помощью минского офиса Айрекса, которым руководила Джин Маккензи, был разработан специальный сайт тренинга, куда журналисты отправляли свои новости, я писала на них рецензии и оценивала эти новости, а журналисты видели динамику своих результатов и стремились к победе в тренинге, а также победе над своими привычками к ленивой новостной журналистике.

Вот несколько отрывков из отзывов моих выпускников о тренинге:

Я возьму на себя смелость сказать о том, что пять лет учебы в Забайкальском университете на факультете «Журналистика» не дали мне тот багаж знаний [...] который я получила на тренинге. Честно признаться, я не сразу признала этот особый, не похожий на другие стандарт новостей. Мне было тяжело работать с текстом, иногда я откладывала из-за этого материалы «на потом». Мне было привычнее писать все подряд, все, что мне наговорили. Но где-то в середине тренинга меня словно осенило: а ведь именно эта пирамида сделала мои тексты более легкими, понятными и интересными (Настя Коптеева, Чита).

К сожалению, знания [о том, как писать новости] сегодня получить негде. Увы, главнейшим журналистским заповедям, – а новостная статья, на мой взгляд, это ключ, основа для написания и других журналистских «жанров», – сегодня не учат на факультете журналистики (замдекана факультета журналистики Белорусского государственного университета – моя однокурсница и подруга, поэтому я знакома с методологией подготовки будущих журналистов). Там все еще учат по старым, преимущественно советским лекалам. Что непростительно. Хорошо, что есть дистанционный тренинг, который «вправляет мозги» и настраивает журналиста работать в соответствии с требованиями читателя, который желает получить объективную и полную информацию (*Татьяна Маненок, Минск*).

Ну а насчет того, насколько помогает обучение на семинарах, у меня сложилось мнение, совпавшее с мнением Петра Гузаевского, главного редактора газеты из города Ганцевичи, Беларусь:

Такой тренинг является практически единственной возможностью за столь короткое время (6 месяцев) повысить свой профессиональный уровень. Прогресс роста профессионализма журналистов можно увидеть, сравнив их статьи на начальном этапе и после окончания – разница огромная. Обучение же путем проведения двух и трехдневных семинаров, на мой взгляд, малоэффективно, и, как показывает опыт, пользы от них практически никакой. К тому же это требует значительных финансовых затрат на транспортные расходы, проживание, питание и т. д. (*Петр Гузаевский, Ганцевичи*).

Так сложилась жизнь, что мне пришлось уехать из России по семейным обстоятельствам, и сейчас я живу в красивой, но очень далекой от родины стране Новой Зеландии. Однако это не повлияло на качество дистанционных тренингов, потому что их можно проводить даже с Луны, если есть доступ к интернету.

Единственное, что изменилось, это проведение установочного семинара, на который Айрекс тратил огромные суммы: на прилет участников, проживание, суточные, и гонорар тренеру. Оказалось, что все это может быть не нужно (хотя, конечно, жаль упущенного гонорара), а семинар можно заменить прочтением пособия, которое было предложено вашему вниманию, и серией вебинаров, которые ничего не стоят кроме затрат на их техническое обеспечение.

Конечно, не все журналисты привыкли к тому, что тренера нельзя потрогать. Да, собственно, меня и раньше никто не пальпировал. Современное развитие средств коммуникации позволяет использовать скайп для индивидуальных консультаций в режиме реального времени. Но работа журналиста на дистанционном тренинге – это, в основном, самостоятельная работа в свободное время с интерактивным сайтом тренинга, который явился результатом моих разработок за последние 5 лет⁴⁵. Вопросы тренеру задаются только после того, как исчерпаны возможности учебных модулей на сайте. В состав этих модулей входят короткие учебные материалы, поясняющие конкретные ошибки, учебные задания к сложным мате-

риалам, игры с выбором ответов и другие педагогические средства тренинга. Особенно нравится журналистам возможность наблюдать за своим прогрессом к заранее определенному уровню профессионализма, ведь каждая новость, посланная на мониторинг, будет и отрецензирована, и оценена.

Мне как-то сказал по аське один из моих выпускников: как было бы здорово, если бы можно было просто прочитать книжку по журналистике и стать хорошим журналистом. Но не обольщайтесь. Как бы ни был хорош учебник, это – только теория. Чтение помогает набрать первичные знания, но не помогает сформировать умения, и уж тем более не закрепляет умения в навыки. А вот серьезная работа на тренинге в течение нескольких месяцев (обычно, не менее четырех) позволяет выйти на этап начала закрепления навыков. Ну а потом все зависит от самих выпускников и их редакций. А я остаюсь их пожизненным консультантом.

Прошу тех, кто прочитал это пособие, написать мне отзыв по адресу emu@woosh.co.nz. Это позволит улучшить следующие издания пособия, в которых вам будет выражена благодарность.

⁴⁵ Тема моей докторской диссертации, выполненной в University of Canterbury Новой Зеландии – «New tools for training news reporters: an interactive scoring e-textbook based on online assessment» (Munro, 2010), что означает «Новые способы тренинга журналистов-новостников: интерактивный оценивающий виртуальный учебник, основанный на онлайн-оценке». Он находится по адресу <http://nta.alterwebs.com>, но доступ к нему ограничен паролем и логином, которые выдаются только участникам тренинга.

ПРИЛОЖЕНИЕ № 1.

Классификация источников.

Источники	Какую информацию можно у них получить	Характеристика источника и информации	Соответствие комментария теме вопроса
Медицинский документ о вскрытии	Причина смерти Анциферова	Первоисточник, факт	100 процентов по теме
Судмедэксперт, проводивший вскрытие	Причина смерти Анциферова	Первоисточник, компетентный комментарий	100 процентов по теме
Лечащий врач Анциферова	Наличие острых и хронических заболеваний, предрасположенность	Вторичный источник, ограниченный комментарий	Неполное. Комментарий о предрасположенности, а не конкретно о причине смерти
Родственники Анциферова	Наличие острых и хронических заболеваний	Вторичные источники, комментарий на уровне здравого смысла, догадки	Неполное. Могут вообще не знать о причинах, приведших к смерти, но если в семье многие больны легочными заболеваниями, то, возможно, причина смерти Анциферова с работой не связана вообще
Коллеги Анциферова	Как часто директор брал больничный, были ли у него внешние признаки легочного заболевания? Есть ли у них самих легочные заболевания и связывают ли они их с протечками	Заинтересованные источники, косвенные источники	Могут вообще не знать о причинах, приведших к смерти, но они заинтересованы в устранении протечек и потому могут преувеличить проблему. Но если у нескольких есть легочные заболевания и они могут быть связаны с протечками, то они могут стать косвенными источниками
Журналист		Некомпетентный источник, Предположения, голословные утверждения, догадки	Некомпетентен, если не интервьюировал первоисточник

ПРИЛОЖЕНИЕ № 2.

Новость типа «человеческий интерес».

Смерть девочки портясла школу

Джессика Генцел

(Winston Salem Journal, 12 мая 2004) – Ученица средней школы Маунт Эйри вчера умерла после того, как она упала в обморок во время урока физкультуры.

Одиннадцатилетняя Тэйлор Элизабет Симмонс играла в софтбол с другими учениками 6-го класса около 12.45, когда она потеряла сознание между первой и второй базой, сказал Билл Черч, методист школы Майнт Эйри.

Учитель Тэйлор, который наблюдал за игрой класса на поле, позвонил по мобильному телефону 911, а учитель физкультуры и директор школы Росс Скотт начали делать Тэйлор искусственное дыхание прямо на поле, сказал Черч. Они продолжали это до тех пор, пока не прибыла скорая помощь.

Чак Симмонс, отец Тэйлор, сказал, что учителя позвонили его жене Ким, которая работает медсестрой реанимации, чтобы попросить разрешения вызвать скорую помощь. По словам Симмонса, они сказали, что они думали, что у Тэйлор припадок.

«Я поехал прямо туда, – сказал Симмонс. – Я не думал, что это так серьезно».

Но когда Симмонс приехал в школу, Тэйлор была без сознания.

«Я просто продолжал говорить ей, что я люблю ее».

Скотт сопровождал Тэйлор в скорой помощи в Северную больницу округа Сарри, где семья Тэйлор и школьные учителя затем ожидали известий.

О смерти Тэйлор объявили в 2.05, сообщил Джон Шелтон, директор скорой помощи больницы округа Сарри.

По словам Черча, он не знал ни о какой предрасположенности Тэйлор к заболеванию, которое могло вызвать смерть. Ожидается, что ответ на этот вопрос семье и школьным учителям даст вскрытие. Предварительные результаты будут известны сегодня вечером, сказал Шелтон.

«Все на самом деле были шокированы, – сказала Кейси Уэддл, которая училась в одном классе с Тэйлор. – Она была очень хорошей, очень дружелюбной, во всем участвовала. У нее обо всем было свое мнение, и она разговаривала со всеми. [Она была] на самом деле очень привлекательной. Многие ребята думали, что она очень красивая».

Симмонс сказал, что его дочь, **блондинка с голубыми глазами**, проводила четыре дня в неделю, тренируясь быть лидером группы поддержки с СЕА – Все Звезды Экстремальной Поддержки – команды, с которой она выступала в течение четырех последних лет. В прошлом году эта команда была первой непобежденной национальной группы экстремальной поддержки.

«Это было ее жизнью – участие в группе поддержки, – сказал Симмонс. – Она никак не могла этим насытиться».

«Она была как живой электроток – любила бегать, ходить по магазинам, болтать по своему маленькому телефону. Она была как раз в этом возрасте».

Для утешения учеников и учителей школы Маунт Эйри были приглашены консультанты-психологи, сказал Черч. «Школа больше не будет той же, – сказал Черч. – **Я просто не могу поверить. Еще вчера она была здесь, а завтра ее уже не будет».**

Симмонс пытался сдержать слезы, когда он вспоминал вчера свои последние часы с дочерью. Тот день начался так же, как и все остальные дни, сказал он. Тэйлор проснулась, сделала себе четыре вафли на завтрак, и Симмонс отвез ее в школу. Когда они приехали, Симмонс сказал ей: **«будь умницей».** Тэйлор пообещала, и Симмонс ее поцеловал, сказал он.

«Она повернулась ко мне и сказала, «Папа, я тебя люблю», – сказал Симмонс. «Она в том возрасте, когда дети не любят, чтобы другие видели, как они целуют своих отцов. Но я ей всегда говорил, что я люблю ее».

Тэйлор должно было исполниться 12 лет 4-го июля.

Накануне вечером Симмонс и его жена просматривали семейные фотографии. Среди них были снимки Тэйлор – их единственной дочери – включая ту, что была сделана в первый школьный день. Когда они смотрели, Тэйлор проснулась и пришла посидеть с ними, сказал Симмонс. Они сидели, вспоминая, около 15 минут.

«Будто она знала, и просто хотела провести с нами несколько лишних минут, – сказал Симмонс. – Мы ей говорили, что она – наш маленький ангел».

ПРИЛОЖЕНИЕ № 3.

Ложь чиновника.

В статье отсутствует проверка информации

ВУЗЫ УКРАИНЫ ОТКРЫВАЮТ ДВЕРИ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ КЫРГЫЗСТАНА

Наиболее перспективные вузы Украины в этом году готовы принять студентов из Кыргызстана. Об этом заявил посол Украины в Кыргызстане В. Соловей во время своей рабочей поездки в Жалалабатскую область в начале этой недели.

После распада Советского Союза объем сотрудничества между странами СНГ уменьшился, меньше стало и возможностей для получения образования кыргызстанской молодежью за рубежом. По мнению украинского посла, это должно измениться.

«В этом году наиболее перспективные высшие учебные заведения Украины открывают свои двери для 30 выпускников школ Кыргызстана. В том числе эти возможности открываются и для выпускников Жалалабатской области», – сказал посол на встрече с активом области.

По его словам, прием в учебу и процесс обучения будет вестись так же, как в системе образования Кыргызстана, на контрактной основе, а кыргызстанцы, окончившие вузы Украины, получают возможность работать на любой работе по своей специальности в различных странах Европы.

Такая возможность очень выгодна для кыргызстанской молодежи, считает заведующий отделом образования города Ч. Дооронов.

«Молодые люди, получившие знания в вузах Кыргызстана из-за недействительности дипломов, не получают возможности работать по специальности за пределами своей страны, – сказал он на встрече. – Поэтому для них очень выгодно и перспективно учиться в вузах Украины, которые дают дипломы международного уровня».

Хорошие возможности откроются перед будущими выпускниками украинских вузов и на родине.

«Мы не сомневаемся, что студенты, получившие образование за рубежом в международных вузах по возвращении на родину станут сильными специалистами, которые внесут большой вклад в социально-экономическое развитие области, – сказала заведующая отделом социально-культурного развития областной госадминистрации А. Баркитова. – Раньше при Союзе тоже во многих крупных заводах и фабриках работали и вносили свой вклад в развитие экономики страны наши кадры, получившие образование в России и Европе. У них будут большие возможности по изучению языков и усвоению и внедрению инвестиционного опыта».

Во время встречи Соловей также отметил, что правительство Украины будет заботиться о получении образования кыргызстанской молодежью не только в этом году, а ежегодно. Об этом посол и губернатор области Ж. Шарипов подписали договор о взаимном сотрудничестве.

ПРИЛОЖЕНИЕ № 4.

Статья об американском фальсификаторе и плагиаторе.

Лос-Анджелес Таймс

11 мая 2003

ЖУРНАЛИСТ ФАБРИКОВАЛ СТАТЬИ И ЗАНИМАЛСЯ ПЛАГИАТОМ,
СООБЩАЕТ «НЬЮ-ЙОРК ТАЙМС»

Работа Джейсона Блейра – это «большая черная рана» и «подрыв доверия», сказал издатель газеты.

Джон Голдман и Джош Гетлин

Нью-Йорк. Назвав событие «глубоким предательством доверия и низжайшей точкой в 152-летней истории газеты», «Нью-Йорк Таймс» в сегодняшнем издании сообщила, что ее бывший журналист фабриковал цитаты и события, лгал о местах, откуда он вел репортажи, и списывал материал с других публикаций.

«Это – большая черная рана», – был процитирован Артур Сулцбергер, старший председатель компании «Нью-Йорк Таймс» и издатель газеты. «Это – подрыв доверия между газетой и ее читателями».

Газета напечатала статью длиной в 7.500 слов, в которой анализировалась работа 27-летнего Джейсона Блейра, который из-за этого скандала уволился. Он работал в газете четыре года.

Анализ его работы после того, как он начал получать задания для работы на национальном уровне несмотря на сомнения некоторых редакторов, позволил найти проблемы в, по крайней мере, 36 из 73 статей, которые он написал между октябрём 2000 года и его уходом 1 мая 2003 года.

Блейр готовил главные статьи на национальном уровне – от атак снайпера, который действовал в районе Вашингтона, до статей о семьях людей, которые погибли или были захвачены в плен в Ираке. Эти статьи тоже были среди тех, которые газета идентифицировала как содержащие сфабрикованный материал или плагиат.

В сегодняшней статье исполнительный редактор Хауелл Райнс назвал произошедшее «ужасной ошибкой» и сказал в дополнение к исправлениям к сфабрикованным фактам, что он собирается создать специальную группу из сотрудников редакционного отдела для того, чтобы извлечь уроки из случившегося и сделать так, чтобы больше такого не могло произойти.

«Нью-Йорк Таймс» сообщила, что расследование, проведенное группой журналистов, «обнаружило, что г-н Блейр многократно нарушал кардинальную заповедь журналистики – говорить правду».

«Инструментами его обмана были мобильный телефон и компьютер ноутбук, которые позволяли ему легко лгать о своем местонахождении, так же, как и круглосуточный доступ к датабазам новостных статей, с которых он списывал».

Группа, которая изучала карьеру Блейра, сообщила, что «его ошибки стали настолько повседневными, его поведение настолько непрофессиональным,

что редактор городского отдела Джонатан Лэндман послал по электронной почте сообщение в апреле 2002 года в администрацию редакции.

«Мы должны отстранить Джейсона от работы в «Таймс». Немедленно» – процитировала сообщение газета.

«Таймс» сообщила, что после того, как Блейр взял отпуск, объяснив его персональными проблемами, он был «серьезно предупрежден, и устно, и письменно, что он может лишиться работы, и его поведение улучшилось.

В газете сказано, что к прошлому октябрю, ведущие редакторы поверили, что Блейр изменил свою жизнь, и «перевели его в национальный отдел, где не хватало журналистов».

В статье сказано, что расследование «предлагает несколько причин того, как обман Блейра не был раскрыт так долго: отсутствие общения между старшими редакторами, недостаток жалоб от субъектов его статей, его осведомленность и его умение хорошо скрывать свое местонахождение».

Том Розенстил, директор вашингтонского проекта «Достижение Совершенства в журналистике», похвалил «Таймс» в субботу за ее прямолинейный и детализированный отчет о том, что сделал Блейр, но не посчитал, что газета «полно объяснила каким образом он дурил редакторов «Нью-Йорк Таймс»... Я не думаю, что этот отчет полно исследует, все ли «Таймс» делала, что она должна была делать, и должна ли она была поймать его [на обмане] раньше».

Марти Каплан, заместитель декана в колледже коммуникации университета Южной Калифорнии, сказал, что когда он читал отчет «Нью-Йорк Таймс», то нашел шокирующим «количество вторых и третьих шансов, предоставленных этому парню». По существу, вся его карьера была сериями предупреждающих сигналов.

«Это все прописные истины, которые изучаются в школе журналистики», – сказал он. – «Вы не имеете права использовать название города, из которого ведете репортаж, если вы там не были. Вы не можете цитировать кого-то, если вы не брали у него интервью».

ПРИЛОЖЕНИЕ 5.**Новость с множеством
контекстных блоков.**

Сотни тысяч сторонников светского государства вышли на улицы Анкары

ЛИД/ПОЧЕМУ ЭТО ПРОИЗОШЛО/РЕЛИГИОЗНЫЙ КОНТЕКСТ
(коротко)

АНКАРА (Рейтер, 14 апреля 2007) – Около 200.000 человек в субботу вышли на улицы турецкой столицы, протестуя против выдвижения премьер-министра Тайипа Эрдогана на пост президента от правящей партии АКР, имеющей исламистские корни.

ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ/РЕЛИГИОЗНЫЙ КОНТЕКСТ
(детально)/ **НАПРЯЖЕННОСТЬ СИТУАЦИИ**
ДЛЯ НАЦИИ (часть ключевого контекста)

Турецкое общество – официально светское, но большей частью мусульманское – расколосось в преддверии предстоящих президентских выборов. Светская элита Турции, куда входят армейские генералы и судьи, опасаются, что Эрдоган, заняв пост президента, попытается стереть жесткую грань между государством и религией.

СУТЬ/КАК ЭТО ПРОИЗОШЛО

«Турция – светское государство и останется им навсегда», – скандировали протестующие, размахивавшие национальными флагами и несшие портреты Мустафы Кемалю Ататюрка, основателя современной республики, разделившего религию и государственное управление.

Десятки тысяч человек приехали в столицу на автобусах для участия в демонстрации, которая стала одной из крупнейших в последние годы. Основная масса участников собралась около мавзолея Ататюрка.

**СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОБ ИЗБИРАТЕЛЬНОМ
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ** (часть ключевого контекста)

Партия АКР обладает достаточным большинством в парламенте, чтобы избрать Эрдогана или любого другого кандидата на семилетний президентский срок.

СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О СРОКАХ ВЫБОРОВ

Партия должна назвать своего кандидата 18 апреля, а парламент должен будет избрать президента в мае.

ЦОКИПЛ/ПОЧЕМУ ЭТО ПРОИЗОШЛО/ НАПРЯЖЕННОСТЬ СИТУАЦИИ ДЛЯ ЛЮДЕЙ

«Мы предупреждаем депутатов парламента. Нас беспокоит то, что светский характер государственного устройства в Турции будет уничтожен, если Эрдоган или Бюлент Аринк (еще один член АКР, занимающий пост спикера парламента) станет президентом», – говорит Хусейн Озен, учитель на пенсии.

СУТЬ – СТОРОНА «ОБВИНЯЕМОГО»

Эрдоган отрицает свои исламистские корни и говорит, что порвал с прошлым и ныне консервативный демократ.

УНИКАЛЬНОСТЬ

Накануне президент Ахмет Некдет Сезер сказал, что светское государство в Турции столкнулось с самой серьезной угрозой с момента основания в 1923 году.

ГЕОПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ/НАПРЯЖЕННОСТЬ СИТУАЦИИ ДЛЯ СТРАНЫ

Страна вела переговоры о вступлении в Евросоюз, однако в 2006 году Брюссель приостановил их из-за отказа Анкары открыть морские и аэропорты для члена ЕС Кипра, который Турция не признает.

ПРИЛОЖЕНИЕ № 6.

Схема новости.

Очень помогает для фокусировки и раскрытия новости

ЗАГОЛОВOK (квинтэссенция ЛИДА).

ЛИД (расширенный заголовок, написанный немного другими словами). (Кто? Что сделал? Когда? Где? – и обязательно, Почему? Как? Кто сообщил или как об этом стало известно – если нужно, ЦЕНА ВОПРОСА – если она велика, интересные детали, уникальность, особая важность, ИМЯ НЬЮСМЕЙКЕРА – если на слуху).

ЦИТАТА ОТ КОМПЕТЕНТНОГО ИСТОЧНИКА, ПОДДЕРЖИВАЮЩАЯ ЛИД (ЦОКИПЛ):

Сильная цитата, по смыслу тесно связанная с лидом и эмоционально поддерживающая его. Может быть одним из блоков (например, ПОЧЕМУ ЭТО ПРОИЗОШЛО/ПРОИСХОДИТ/ПРОИЗОЙДЕТ/МОЖЕТ ПРОИЗОЙТИ/ПОЧЕМУ НЬЮСМЕЙКЕР ТАК СКАЗАЛ или частью блока/блоков, например СУТИ, или контекстным разделом, или частью контекстного раздела). ЦОКИПЛ необязательно должна находиться после ЛИДА.

КЛЮЧЕВОЙ КОНТЕКСТ:

Поясняет очень коротко, то, без чего невозможно понять СУТЬ новости, а также, почему новость написана и почему она важна, особенно, необычна, уникальна, почему ее должен читать читатель и писать журналист, и почему она написана именно сейчас. Обычно это блоки: ВАЖНОСТЬ, УНИКАЛЬНОСТЬ, ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ, НАПРЯЖЕННОСТЬ СИТУАЦИИ, ПОЛИТИЧЕСКИЙ/ГЕОПОЛИТИЧЕСКИЙ/ЭКОНОМИЧЕСКИЙ/СИСТЕМНЫЙ/СОБЫТИЙНЫЙ КОНТЕКСТЫ, СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ или ПРЕДЫСТОРИЯ. Ключевой контекст может состоять из нескольких объединенных блоков – например, СПРАВОЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ+ВАЖНОСТИ, или ПРЕДЫСТОРИИ+ПРОБЛЕМНОСТИ НОВОСТИ+НАПРЯЖЕННОСТИ СИТУАЦИИ.

Далее последовательность блоков определяется их важностью для конкретной новости, блоки могут перемежаться пояснительной справочной информацией и другими видами нужных контекстов.

СУТЬ:

→ Детализация лида (подробности, конкретика, доказательства), ЦЕНА ВОПРОСА. Могут быть по необходимости добавлены блоки НЕ-МЕДЛЕННЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ и ОГРАНИЧЕНИЯ НОВОСТИ, но эти блоки необязательно даются вместе с СУТЬЮ.

→ ПОЧЕМУ ЭТО ПРОИЗОШЛО/ПРОИЗОЙДЕТ/ПРОИСХОДИТ(или ПОЧЕМУ НЬЮСМЕЙКЕР ТАК СКАЗАЛ в новости, основанной на комментарии. В этом блоке поясняется то, о чем сказано в ЛИДЕ.

→ КАК ЭТО ПРОИЗОШЛО/ПРОИЗОЙДЕТ/ПРОИСХОДИТ?

То, о чем сказано в ЛИДЕ.

→ ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ?

Для тех, на кого новость повлияет напрямую и изменит для них ситуацию.

→ ЧТО БУДЕТ/МОЖЕТ БЫТЬ ДАЛЬШЕ в связи с новостью.

Дается от первоисточников или экспертов.

→ ВТОРОСТЕПЕННЫЙ КОНТЕКСТ:

Чаще всего справочная информация и/или предыстория. Если в новости есть ВТОРАЯ ЧАСТЬ, то этот блок может идти в самом конце новости.

→ ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ:

Если надо по смыслу.

→ ВТОРАЯ ЧАСТЬ (не нужна для короткой новости):

Подробности, хронология события, менее важные детали из блоков ПЕРВОЙ ЧАСТИ, более старая предыстория, комментарии аналитиков, профессионалов, людей, депутатов, ассоциаций, правозащитников и других категорий источников.

КОНЦОВКА:

Сильная цитата раздела. ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ или ОБЩИЙ КОНТЕКСТ.

ПРИЛОЖЕНИЕ № 7.

Переписанная новость о крапиве долгов земных.

АНАЛИЗ НОВОСТИ (см. *Раздел 1.1.2*)
И ЕЕ ПЕРЕПИСАННЫЙ ВАРИАНТ

НЕДОСТАТКИ ТЕКСТА

1. Не хватает важнейших фактов – сколько времени простояли вагоны? Законно ли распоряжение начальника ТРУП? Почему «Азот» так долго не забирал вагоны? Знал ли «Азот» о санкциях? Каковы будут последствия уплаты штрафа?
2. Журналист не поговорил со всеми заинтересованными сторонами.
3. Использовались сокращения, которые не являются общепринятыми.
4. Нет лида, новость начинается с истории события.
5. Много лишних слов.
6. Стилль изложения больше подходит для фельетона, но повода для фельетона в этой информации нет.

КАК МОГЛА БЫТЬ НАПИСАНА ЭТА НОВОСТЬ (дополнительная информация выделена жирным шрифтом)

Рекордный штраф за простой

ДВОЙНОЙ ЛИД/УНИКАЛЬНОСТЬ

Хозяйственный суд Гродненской области наложил перед Рождеством **самый большой в истории Беларуси** штраф в почти 60 миллионов рублей на объединение «Гродно Азот» за слишком долгий простой вагонов на железнодорожной станции. **Предприятие считает решение несправедливым и собирается апеллировать против него.**

ПРОБЛЕМНОСТЬ НОВОСТИ/ЦИФРОВОЙ КОНТЕКСТ

Штраф, размер которого сравним с оборотом «Гродно Азот» за полгода, может обанкротить это крупнейшее в Гродно предприятие и без работы останутся более пяти тысяч работников.

ПРЕДЫСТОРИЯ/СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ (ключевой контекст)

В прошлом году «Гродно Азот», получив в свой адрес 229 вагонов серы, продержал их на подъездных путях и станции Аульс **Ивановского района**

около месяца вместо одних суток, положенных по нормативу разгрузки. Норматив был установлен начальником Барановичского отделения железной дороги собственным распоряжением. Документ также предусматривал двойную оплату за каждый просроченный день после недели простоя, оплачиваемой по однократному тарифу. **«Азот» же внес оплату за весь срок в однократном размере.**

СУТЬ/ЦЕНА ВОПРОСА – СУД

За простой, который железная дорога оценила в 20,6 вагоно-дней, судья Владимир Филипповский вынес «Азоту» штраф размером 56,6 миллионов рублей – почти по 12 тыс. рублей за вагон за каждый день просрочки.

СУТЬ/ПОЧЕМУ И КАК ЭТО ПРОИЗОШЛО – СТОРОНА ПРЕДПРИЯТИЯ

«АЗОТ» СЧИТАЕТ, ЧТО РЕШЕНИЕ СУДА НЕСПРАВЕДЛИВО

Все время простоя предприятие искало деньги, чтобы заплатить за поставленное сырье, сказал Иван Иванов, начальник отдела снабжения предприятия добавив, что никаких протестов от железной дороги после оплаты платежного поручения в однократном размере не поступало.

«Вызов на суд был для нас полной неожиданностью» – сказал он.

Иванов отказался объяснить, почему, несмотря на указание об оплате штрафа в двойном размере, полной суммы дороге перечислено не было.

Источник на заводе, который согласился на интервью на условиях анонимности, опасаясь увольнения, сказал, что с железной дорогой «договорились» о принятии штрафа в обычном размере, но потом железная дорога отказалась от устной договоренности.

ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ

Адвокат компании Петр Петров сказал на суде, что «Азот» считает распоряжение начальника отделения железной дороги о двойной оплате за простой незаконным и будет подавать апелляцию.

СУТЬ – СТОРОНА ЖЕЛЕЗНОЙ ДОРОГИ

Пресс-служба МПС Беларуси не ответила на вопросы газеты о законности этого распоряжения, отправленные по факсу 25 декабря, и не прокомментировала утверждение предприятия об устной договоренности с предприятием.

ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

«Это решение суда блокирует нам все наши и без того туманные возможности когда-либо выкарабкаться из долгов, – сказал Иванов. – Чтобы не обанкротиться, мы можем теперь надеяться только на помощь государства». Он не назвал размер долгов предприятия.

ОБЩАЯ СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

ОАО «Гродно Азот» – крупное химическое объединение на западе Беларуси, производящее аммиак, азотные удобрения, серную кислоту, метанол и продукты малотоннажной химии, товары народного потребления. **Налоги этого предприятия составляют 10 процентов местного бюджета.**

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

- Karlsson, M.** (2010). Rituals of transparency. Evaluating online news outlets' uses of transparency rituals in the United States, United Kingdom and Sweden. *Journalism Studies*, 11(4), 535-545.
- Munro, Y.** (2010). New tools for training news reporters: an interactive scoring e-textbook based on online assessment. Unpublished PhD, University of Canterbury, Christchurch.
- Randall, D.** (1996). *Universalny Zhurnalist (The universal journalist)*. Moscow: Mezhdunarodny Tsentr Zhurnalistiki.
- Scanlan, C.** (2000). *Reporting and writing: basics for the 21st century*. Ft. Worth: Harcourt College Publishers.
- Thompson, M.** (2009). An antidote for web overload. Retrieved Jan. 31, 2010, from <http://www.nieman.harvard.edu/reportsitem.aspx?id=101886>

ОБ АВТОРЕ

Имя автора пособия Евгении Манро (Борисовой), возможно, не очень знакомо журналистам СНГ. Это объясняется просто – она работала в англоязычных изданиях.

Училась журналистике в City University (Лондон, Великобритания), в 1993-2003 годах работала в Издательском доме Independent Media (Россия), в газетах The St. Petersburg Times и The Moscow Times. Публиковалась также в таких ведущих изданиях мира как Guardian, Los Angeles Times и русскоязычных «Аргументы и Факты» и London Courier.

За последние десять лет провела около тридцати семинаров и 12 дистанционных тренингов.