

**Структура  
объединенного ньюс-рума,  
принципы планирования  
и движения  
мультимедийного контента**

**Издательский дом «Алта-пресс», 2010г.**

Подготовила Оксана Силантьева, [happy-ksu@yandex.ru](mailto:happy-ksu@yandex.ru)

журналисты отдела  
Потребитель

журналисты отдела  
Политика

Редактор отдела  
Потребитель

Редактор отдела  
Политика

Редактор отдела  
Общество

Редактор отдела  
Экономика

журналисты отдела  
Общество

журналисты отдела  
Экономика



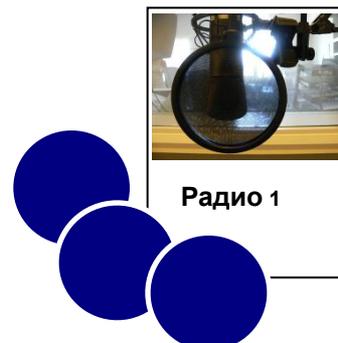
Группа  
выпуска  
издания 1



Группа  
выпуска  
издания 2



Группа  
выпуска  
сайта 1



Группа  
выпуска  
радио 1

## **На планерке тематического отдела (например, Общество)**

**Обсуждается, что на сегодняшний день  
является самым значимым, важным,  
востребованным, ожидаемым читателем**

Журналисты предлагают темы, основываясь на:

1. Предсказуемых, запланированных событиях
2. Сезонных, предсказуемых, запланированных темах
3. Собственной оперативной информации
4. Мониторинге читательской/пользовательской активности по тематике
5. Федеральных событиях в сфере, имеющих значение для нашего читателя / пользователя

# Планерка отдела Общество

Главная  
тема дня  
05

Повестка дня по сфере Общество:  
01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09

**Аналитик,  
обозреватель**

Развитие тем:  
09, 07

**Специалист по  
сообществам**

Темы, наиболее  
обсуждаемые в  
сфере: 01, 02

**Журналист-агрегатор**

Предсказуемые события  
(из календаря):  
03, 06

2 месяца назад  
обещали: 04

Главная тема дня:  
08

# На общей планерке NR

Редакторы изданий участвуют в планировании и распределении тем,

ибо ближе всего находятся к целевой аудитории изданий, лучше всего понимают её ожидания и потребности

# Редакторы тематических отделов

- \* знать всё, что происходит в подконтрольной сфере,
- \* понимать причинно-следственные связи,
- \* уметь выстраивать контекст событий

# Редакторы изданий

- \* знать всё, чем живет целевая аудитория,
- \* понимать её информационные потребности,
- \* уметь выбирать из всего многообразия информации и форм её представления самые оптимальные для ЦА

## Повестка дня:

**Политика:** Главная тема Пол1,  
Актуальные темы Пол2, Пол3, Пол4,  
Пол5, Дискуссионные темы Пол6,  
Пол7, Пол8

**Экономика:** Главная тема Э1,  
Актуальные темы Э2, Э3, Э4, Э5,  
Дискуссионные темы Э6, Э7, Э8

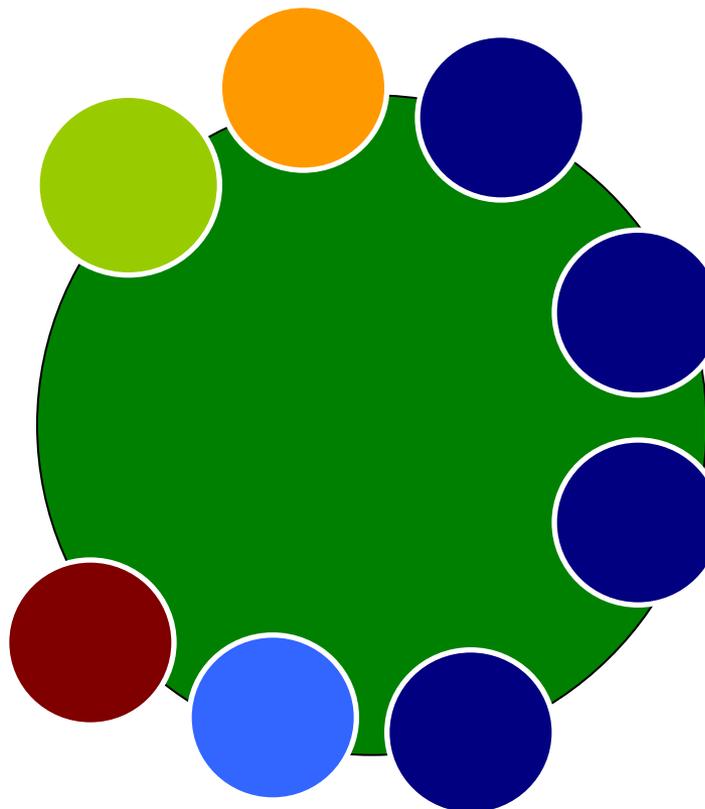
**Общество:** Главная тема О1,  
Актуальные темы О2, О3, О4, О5,  
Дискуссионные темы О6, О7, О8

**Потребитель:** Главная тема П1,  
Актуальные темы П2, П3, П4, П5

Нашим читателям важно  
узнавать о....

Нашим пользователям нужна  
информация о....

В первую очередь нашим  
читателям нужно ...



### Издание 1



### Издание 2



### Сайт 1



### Радио 1

# На общей планерке ньюс-рума

Согласовываются **темы дня**,  
определяется **порядок** выдачи  
главных тем, **глубина и разнообразие**  
**форм** представления тем.

Темы распределяются **по носителям и**  
**по времени**

## Повестка дня:

**Политика:** Главная тема Пол1,  
Актуальные темы Пол2, Пол3, Пол4,  
Пол5, Дискуссионные темы Пол6,  
Пол7, Пол8

**Экономика:** Главная тема Э1,  
Актуальные темы Э2, Э3, Э4, Э5,  
Дискуссионные темы Э6, Э7, Э8

**Общество:** Главная тема О1,  
Актуальные темы О2, О3, О4, О5,  
Дискуссионные темы О6, О7, О8

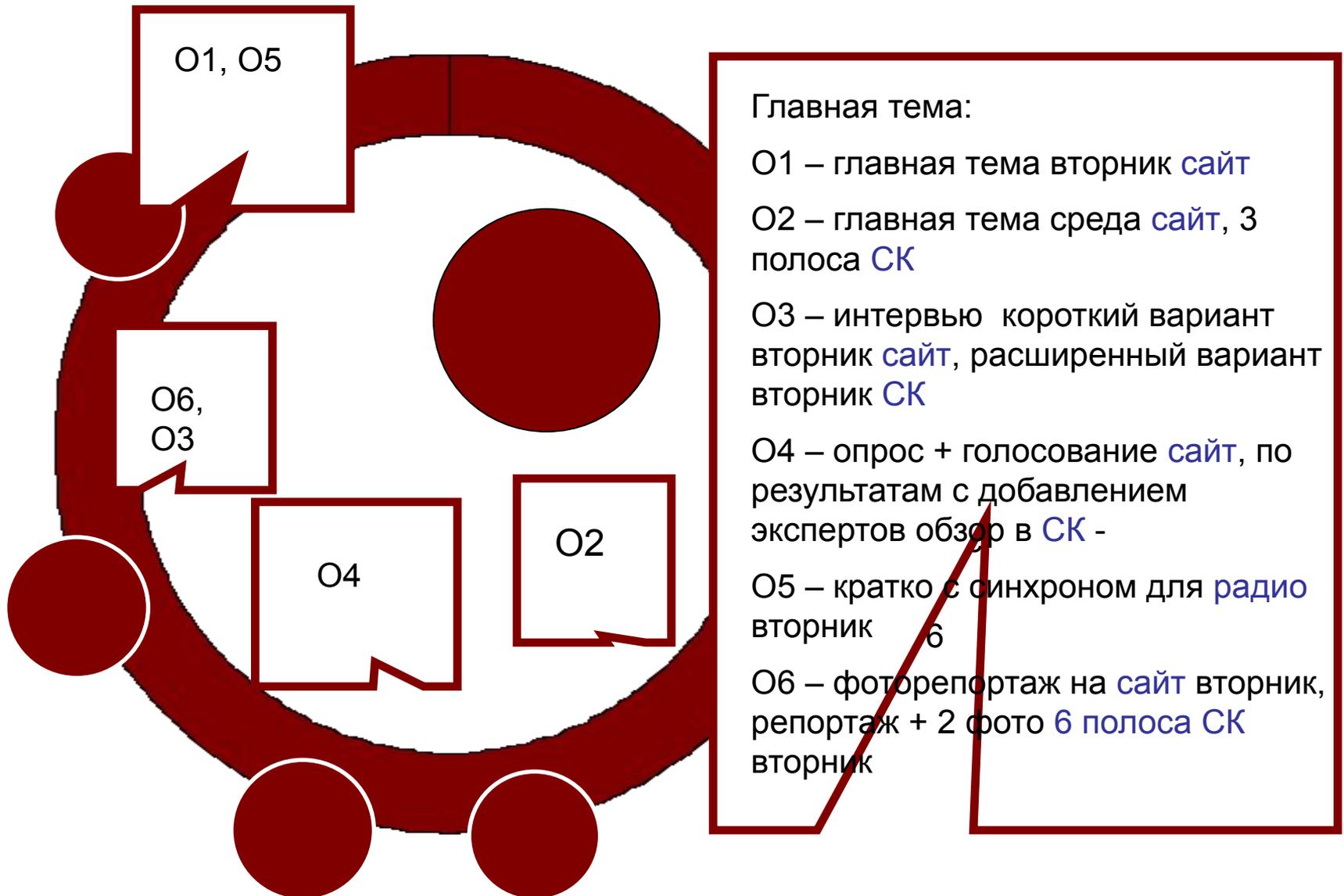
**Потребитель:** Главная тема П1,  
Актуальные темы П2, П3, П4, П5

	Издание 1	Издание 2	Сайт 1	Радио 1
Э1	+	+	+	+
О7	+			
П3			+	+
Пол4		+	+	

	<p><b>Сайт 1</b></p> 	<p><b>Издание 2</b></p> 	<p><b>Радио 1</b></p> 	<p><b>Издание 1</b></p> 
<p><b>Тема О2,</b> ответственные тематические отделы: <b>Общество,</b> <b>Потребитель</b></p>	<p><b>+</b></p> <p><b>понедельник</b> Суть события, основные мнения <b>Вторник</b> Мнения экспертов и людей</p> <p><b>Среда</b> Мультимедийный информационный пакет, все материалы увязаны между собой, содержат дополнительные материал, иллюстрации, обобщены в базы знаний и т.л.</p>	<p><b>+</b></p> <p><b>Вторник</b> Материал, расширенный мнениями экспертов</p>	<p><b>+</b></p> <p><b>Вторник</b> Анонс развернутого материала ВД <b>Вторник</b> Прямая линия по теме</p>	<p><b>+</b></p> <p><b>Вторник</b> Опрос людей, которых проблема затрагивает <b>Алгоритм</b> действий для людей</p>



# Распределение задач по отделу Общество



# На планерке отдела

Согласованный список тем и форматов распределяется между журналистами.

Журналисты получают задания. Каждое задание документируется в виде тикета.

# Распределение задач среди журналистов тематических отделов

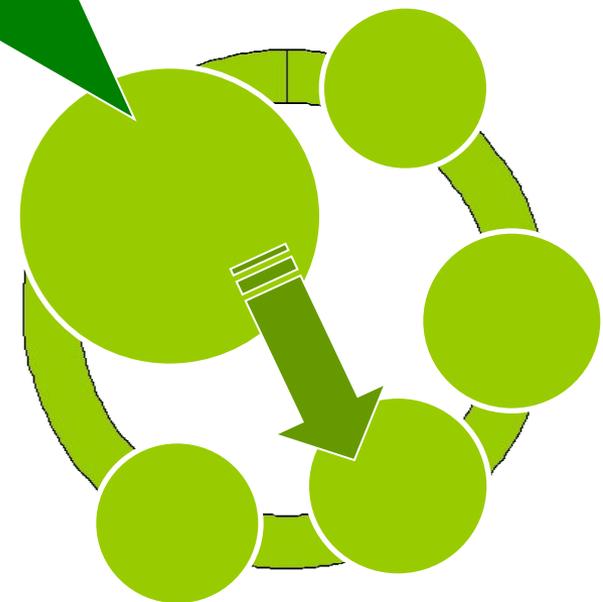
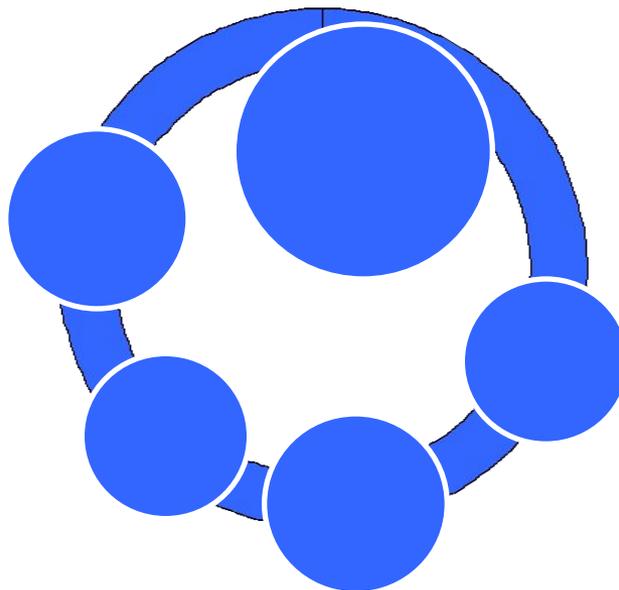
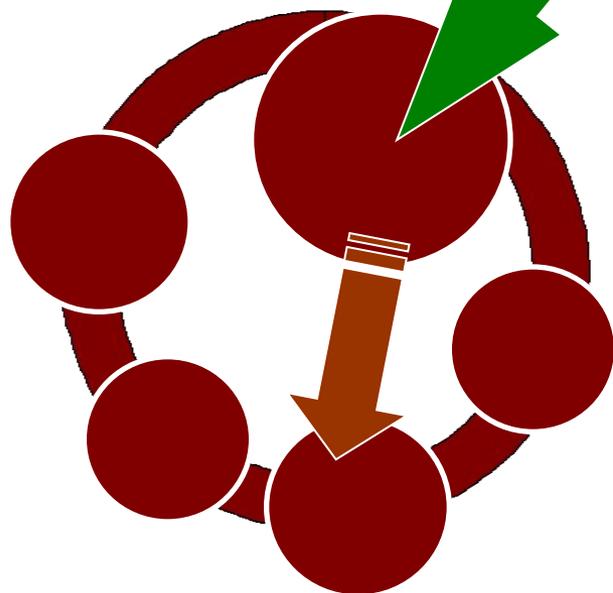
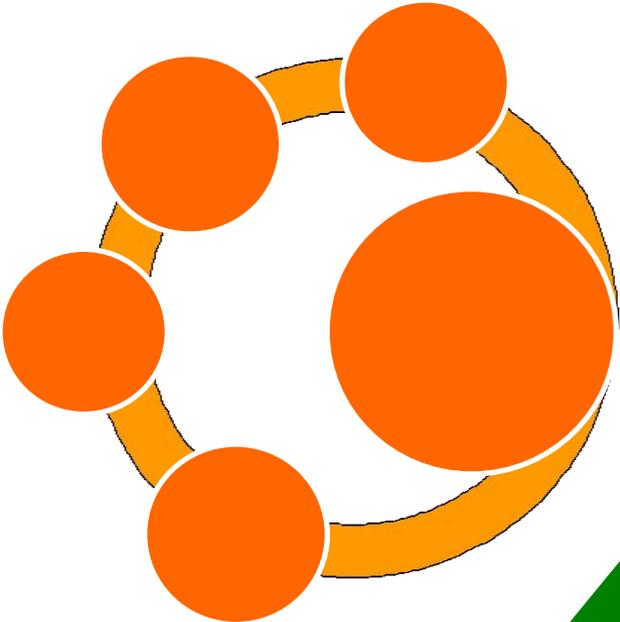
Тема О2:

Понедельник: сайт,  
фоторепортаж, суть события

Вторник: ВД, мнения экспертов,  
анонс на радио

Вторник: СК+сайт, опрос людей,  
алгоритм действий

Вторник: сайт, карты,  
инфографика, досье события,  
контекст, ссылки



# Публикация на несколько носителей

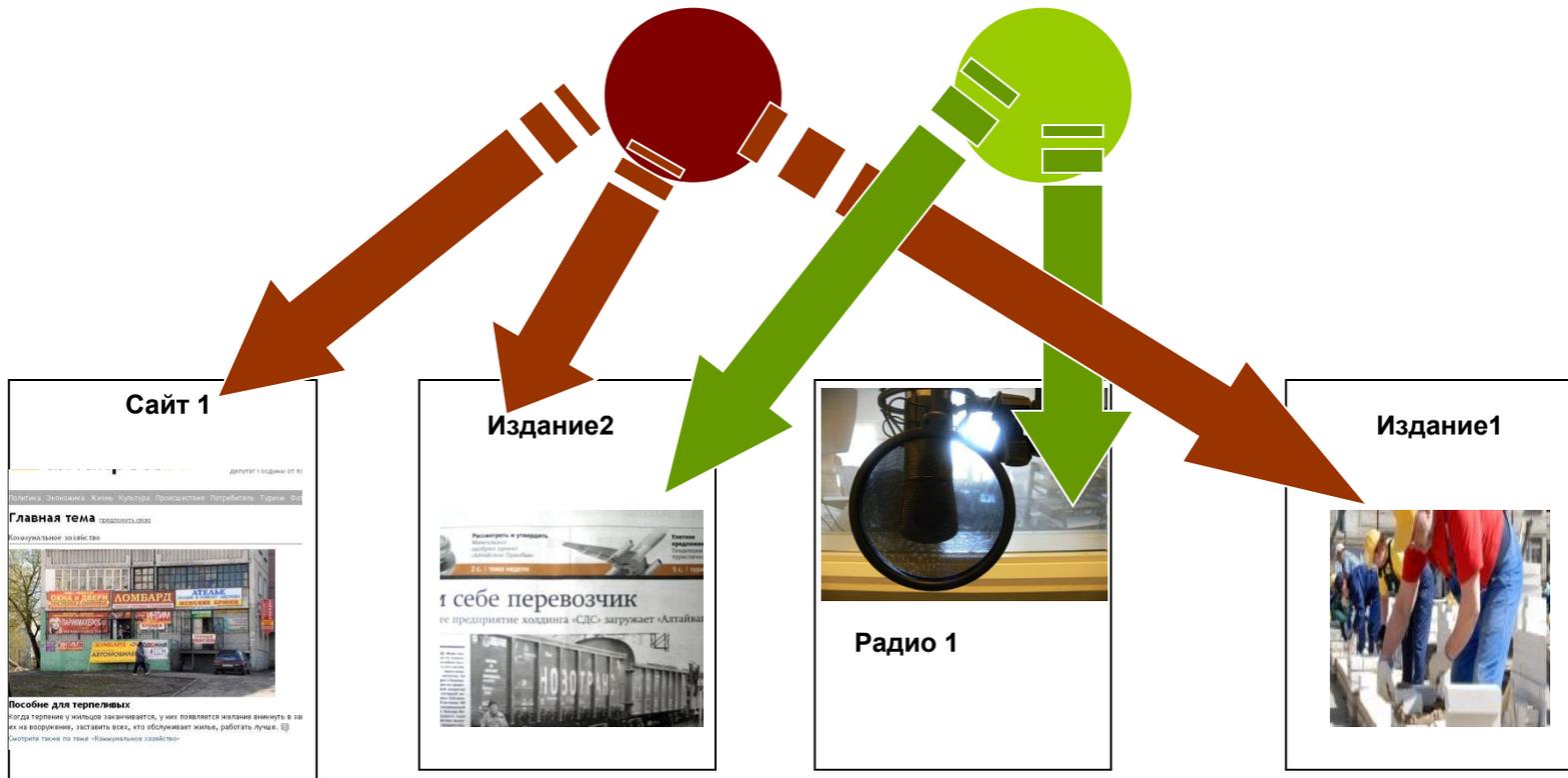
Тема О2:

Понедельник: сайт, фоторепортаж, суть события

Вторник: ВД, мнения экспертов, анонс на радио

Вторник: СК+сайт, опрос людей, алгоритм действий

Вторник: сайт, карты, инфографика, досье события, контекст, ссылки



# Со стороны изданий

Вполне возможно, что группа выпуска может создать материал специально для своего издания.

## Повестка дня:

**Политика:** Главная тема Пол1,  
Актуальные темы Пол2, Пол3, Пол4,  
Пол5, Дискуссионные темы Пол6,  
Пол7, Пол8

**Экономика:** Главная тема Э1,  
Актуальные темы Э2, Э3, Э4, Э5,  
Дискуссионные темы Э6, Э7, Э8

**Общество:** Главная тема О1,  
Актуальные темы О2, О3, О4, О5,  
Дискуссионные темы О6, О7, О8

**Потребитель:** Главная тема П1,  
Актуальные темы П2, П3, П4, П5

	СК	ВД	сайт	радио
Э1	+	+	+	
О7	+			
П3			+	+
Пол 4		+	+	
	+			
		+		
			+	
		+		+

Издание 1



Издание 2

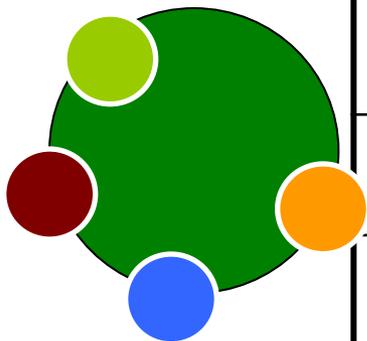


Сайт 1



Радио 1





	ск	<p><b>Ситуация:</b></p> <p>Сайт заинтересован в материале, написанном группой выпуска издания 2 специально для издания 2</p>		
Э1		+		
О7		+		
ПЗ				
Пол 4		+	+	
		+	+	
			+	

Редактор сайта обращается к редактору издания за материалом / переделкой материала под стандарты сайта

