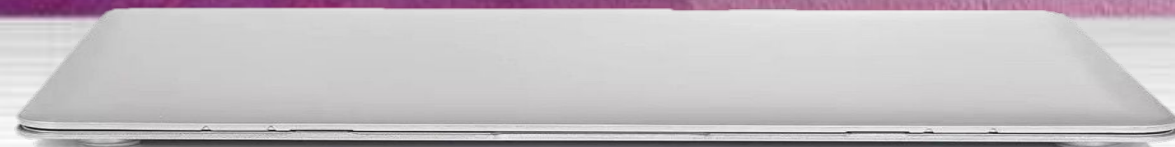
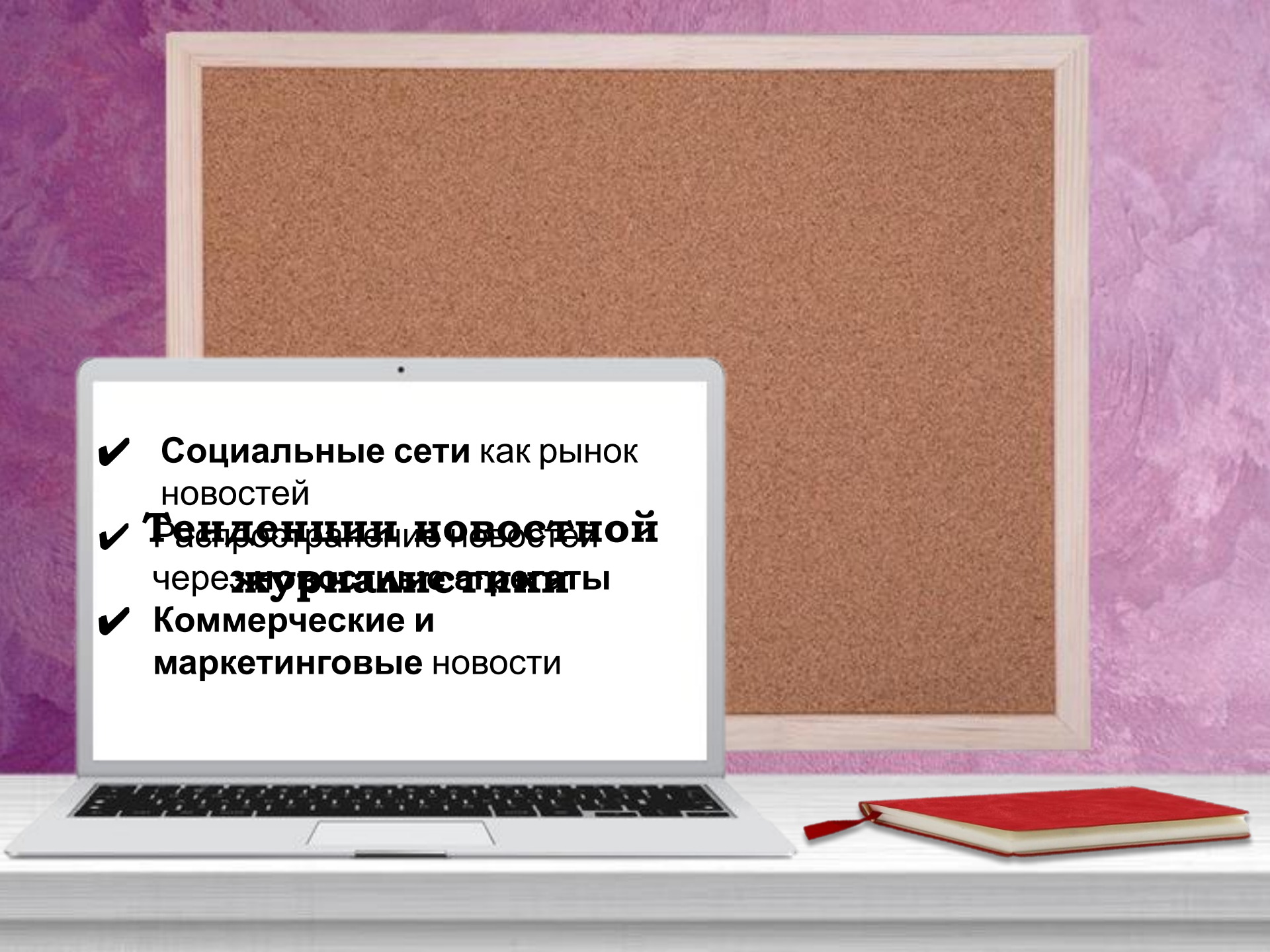
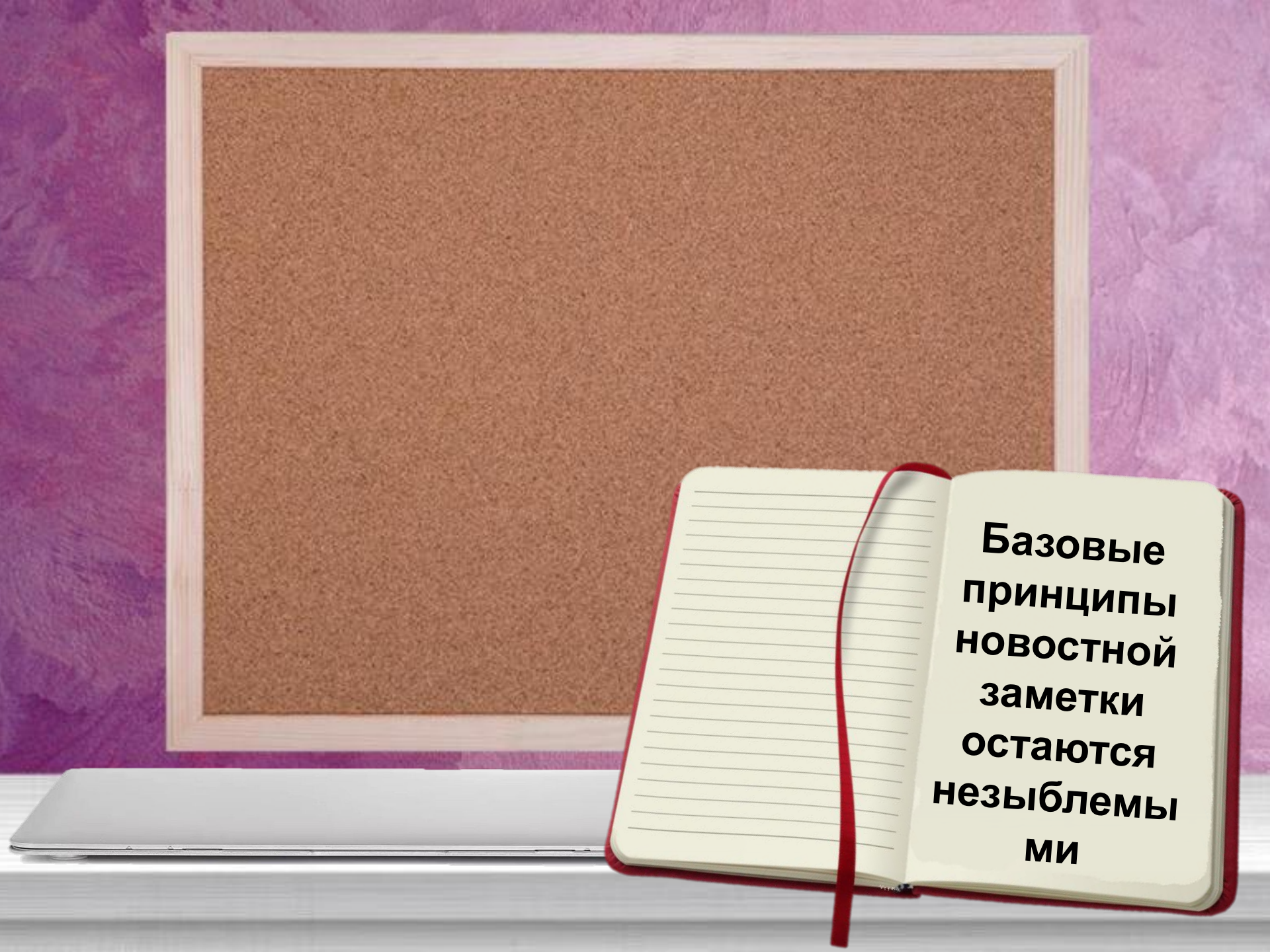


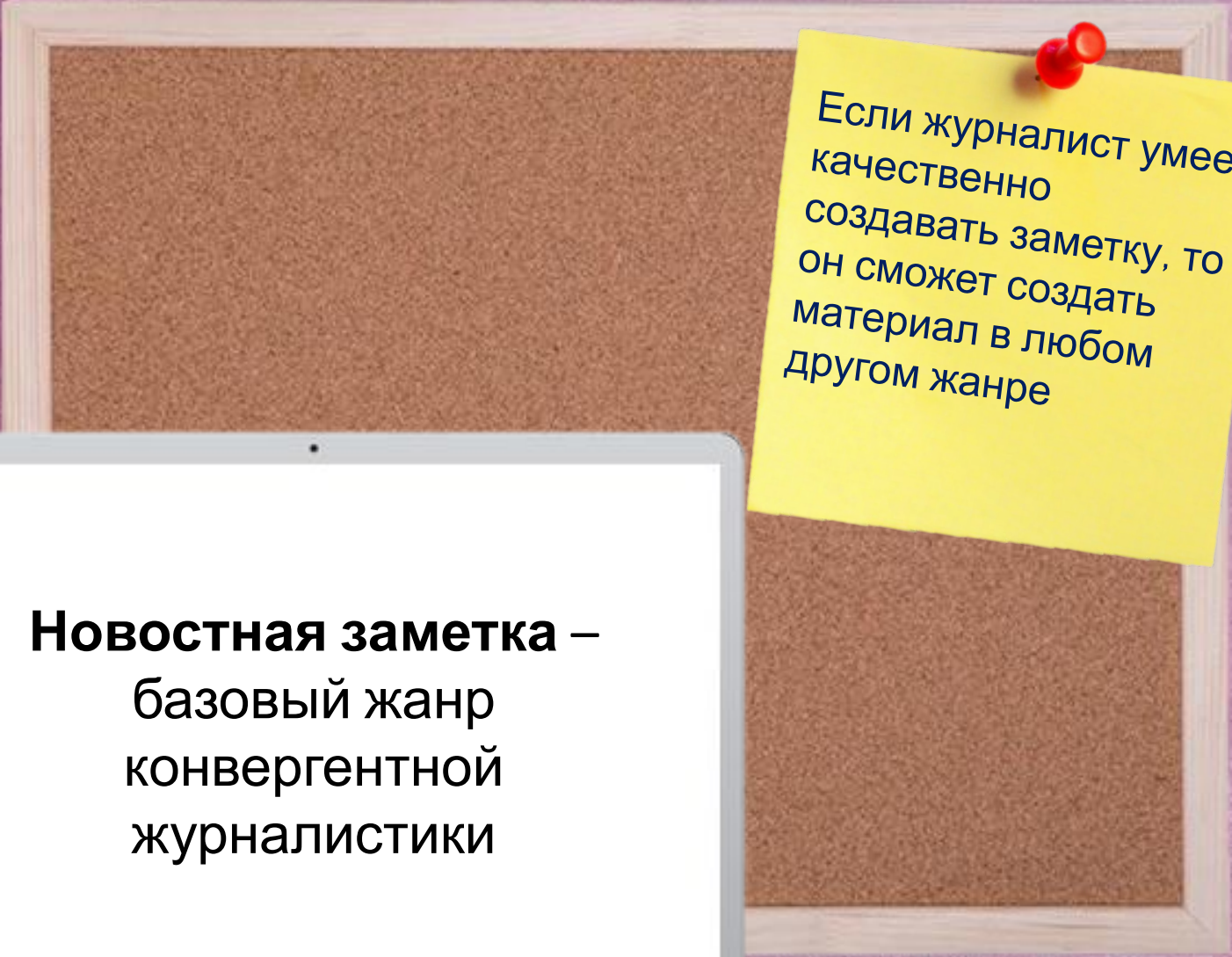
СОЗДАНИЕ НОВОСТНОГО О ТЕКСТА



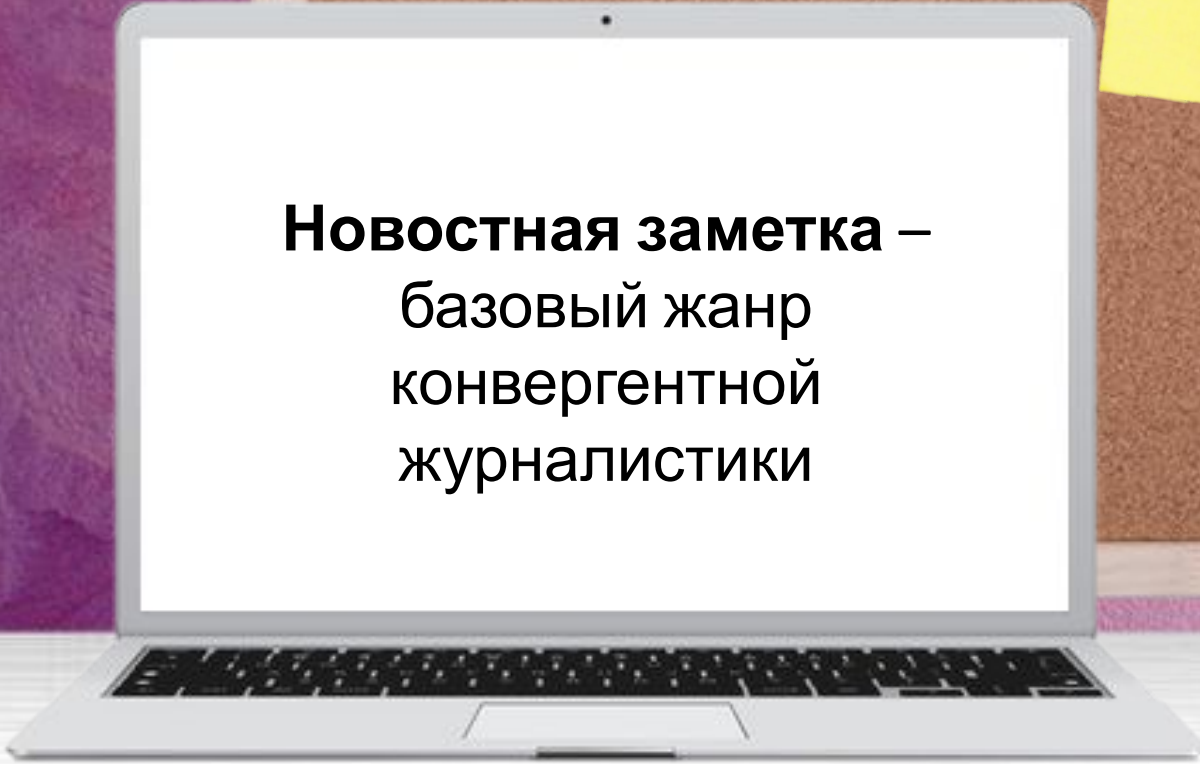
- 
- ✓ **Социальные сети** как рынок новостей
 - ✓ **Тенденции новостной журналистики**
Распространение новостей через журналиста
 - ✓ **Коммерческие и маркетинговые новости**

A corkboard with a light-colored wooden frame is mounted on a purple textured wall. In the foreground, a silver laptop is partially visible on a white surface. To the right of the laptop, an open notebook with a red cover and a red ribbon bookmark is open. The right page of the notebook contains the text:

**Базовые
принципы
новостной
заметки
остаются
незыблемы
ми**

A corkboard with a light-colored wooden frame is mounted on a purple textured wall. A yellow sticky note is pinned to the top right corner of the corkboard with two red pushpins. The note contains text in Russian.

Если журналист умеет
качественно
создавать заметку, то
он сможет создать
материал в любом
другом жанре

A silver laptop computer is open and sits on a white surface. The screen is white and displays text in Russian. To the right of the laptop, a red notebook with a white page and a red ribbon bookmark lies flat.

**Новостная заметка –
базовый жанр
конвергентной
журналистики**

! Новость должна быть новой

**! Самый важный момент в написании
новости - заголовок**

Для
создания
качественн
ой заметки
нужно четко
понимать,
что такое
НОВОСТЬ

! важно не исказить заголовком
суть происходящего события

**Заголовок –
главный
инструмент
при
идентификации
и новости в
новостном
агрегаторе.
Заголовок
делает**

Основной способ
привлечь
внимание к
заметке –
заголовок

Два типа заголовков

1.

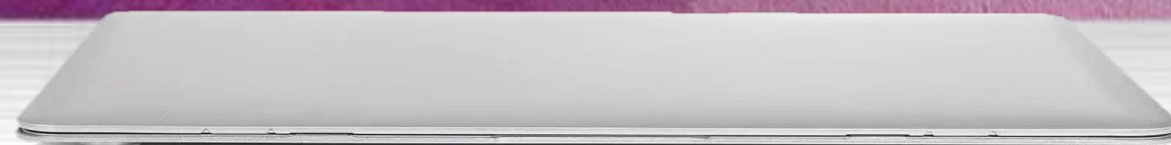
Информирующий/констатирующий

2. Метафорический/интригующий

Требования

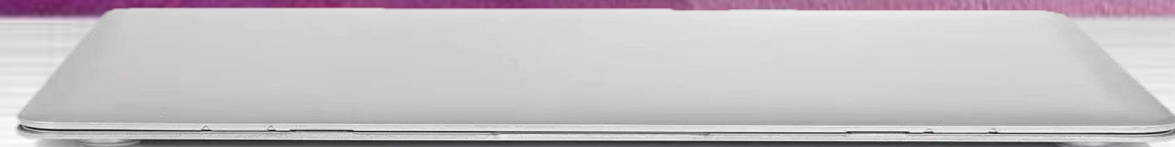
- 1. Должен быть коротким, снабжен сильными, ударными словами
- 2. Игра слов, метафора, интрига

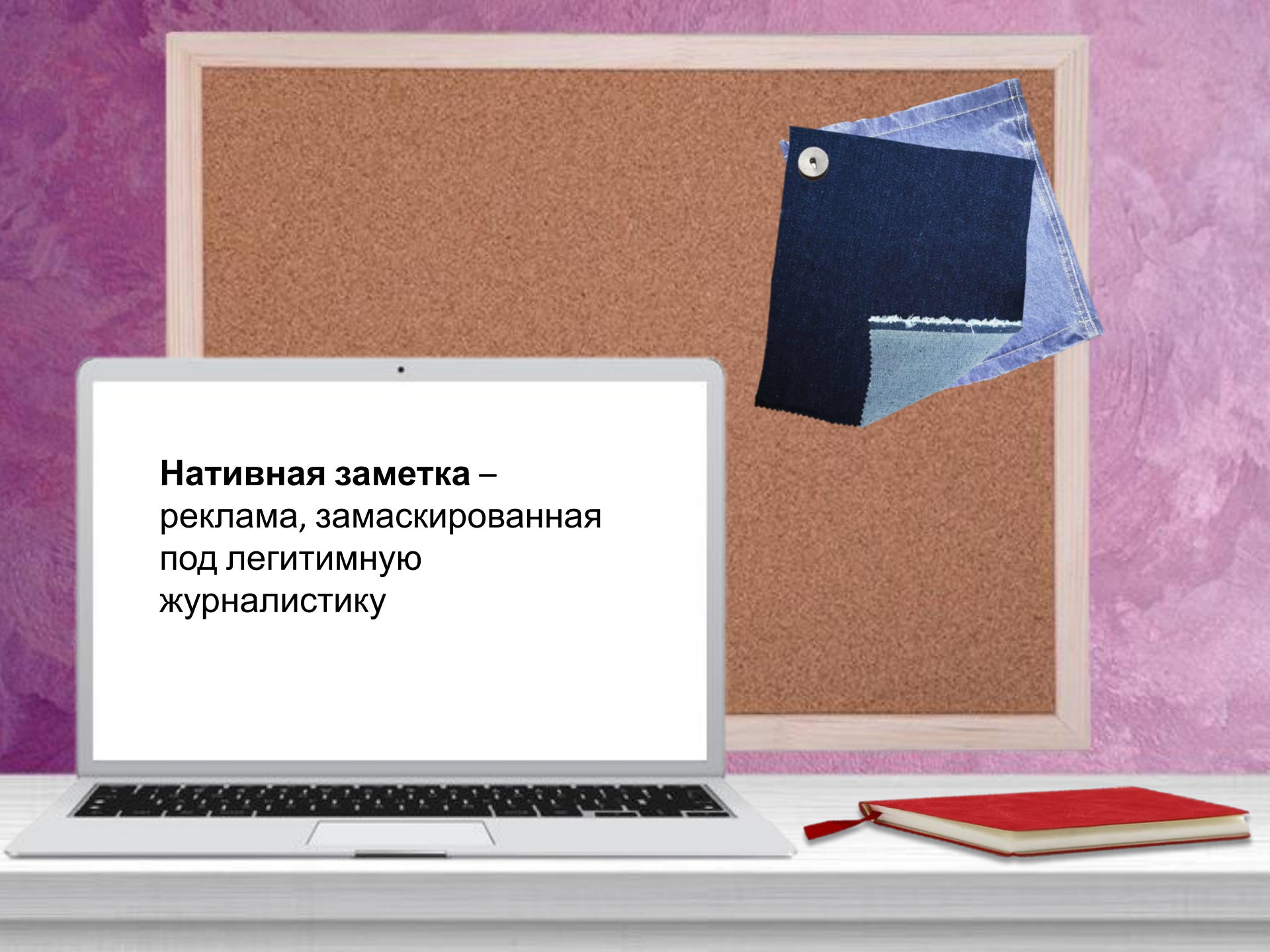
! В заголовках не следует
уходить в **желтизну**



! Новость **должна**
быть социально
направленной,
общественно-
значимой

Из новостной
заметки **должно**
быть очевидно,
почему её
написали



The image features a silver laptop on a white surface. The laptop screen displays the text: "Нативная заметка – реклама, замаскированная под легитимную журналистику". Behind the laptop is a corkboard with a wooden frame. A piece of blue denim fabric is pinned to the corkboard, with a dark blue rectangular patch torn out of it, revealing a white serrated edge. To the right of the laptop, a red notebook with a white page and a red ribbon bookmark lies on the surface.

Нативная заметка –
реклама, замаскированная
под легитимную
журналистику

Структура новости

Первый абзац – ЛИД

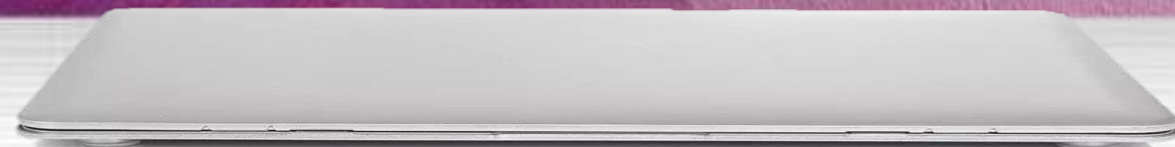
Второй абзац – КОНТЕКСТ

Третий абзац – ЦИТАТА

Остальные абзацы –
БЭКГРАУНДНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Заметка состоит
из 4-5 коротких
абзацев

Принцип
«перевернутой пирамиды»



! Заметку следует писать ясно и просто

1-й абзац – **ЛИД**

ЛИД – важная часть после заголовка.

Читатель сразу должен понять,
о чём новость: **Кто? Что?
Когда? Почему? Где?**



! Заметка должна быть понятна максимально широкой аудитории

2-й абзац – **КОНТЕКСТ**

Контекст – короткое и ясное объяснение того, почему история о событии, которую рассказывает журналист, важна или интересна

Абсолютно любую новость можно написать так, чтобы это стало интересно читателю



! При включении цитаты важен ее объем

3-й абзац – **ЦИТАТА**

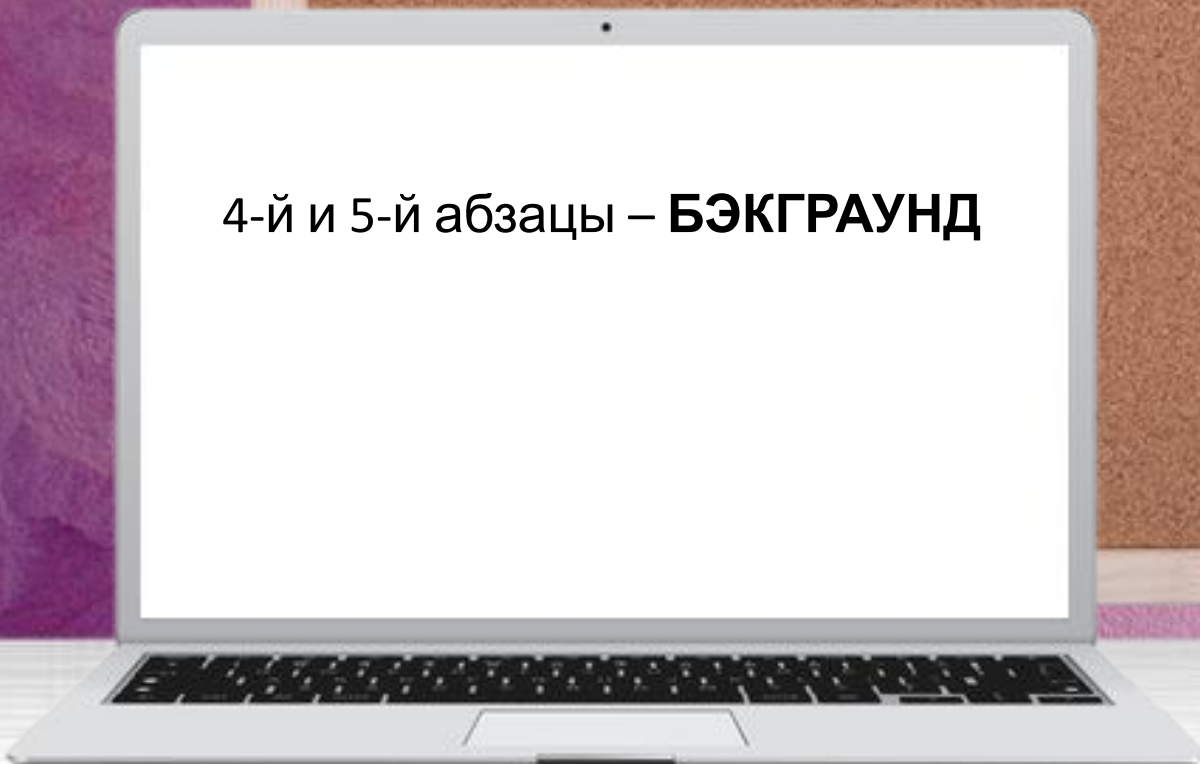
Цитата – разговорная речь, концентрирующая внимание аудитории

У цитаты, кроме информативной

Следует подбирать разговорный элемент, который бы привлекал читателей – «**ЗОЛОТАЯ ЦИТАТА**»

! Не использовать один и тот же
бэкграунд несколько раз

4-й и 5-й абзацы – **БЭКГРАУНД**



Функция «**фильтра**» в журналистике не менее важна, чем функция сбора информации

Если журналист перегрузит заметку ненужной информацией, то она станет скучной, сложной для восприятия

Перед написанием заметки следует задать себе вопросы, нужна ли эта информация широкой аудитории?

можно ли...



Исходя из того, что
основное внимание
аудитория приходится на
ЗАГОЛОВОК + ЛИД, эти
компоненты должны
содержать максимум
информации

! Акцент на ЛИД

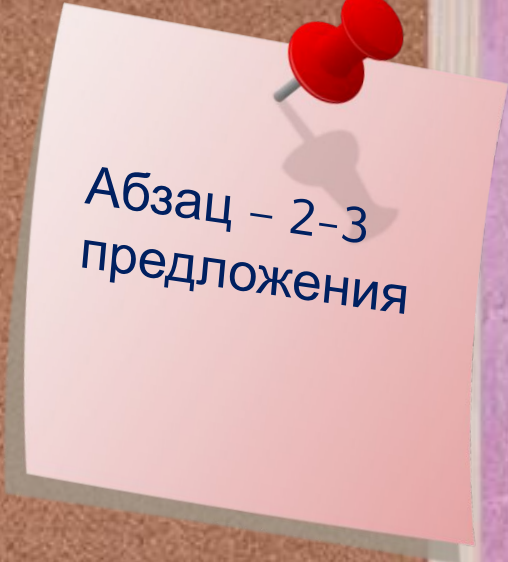
! ЕСЛИ
АУДИТОРИЯ
ПРОЧИТАЛА
ЗАГОЛОВОК И
ЛИД – ЭТО
УЖЕ
ДОСТИЖЕНИЕ



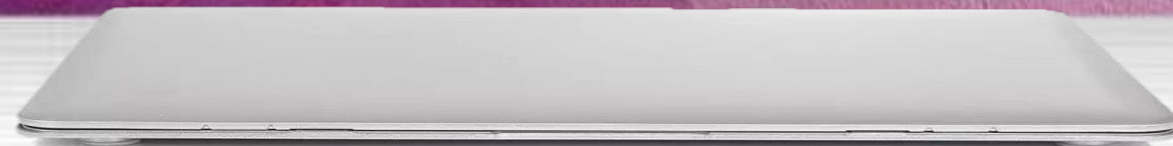
! ИСПОЛЬЗОВАТЬ ПРОСТЫЕ
ПРЕДЛОЖЕНИЯ, избегать цифр,
аббревиатур

! СОБЛЮДАТЬ ПРЯМОЙ ПОРЯДОК
СЛОВ: ПОДЛЕЖАЩЕЕ +
СКАЗУЕМОЕ + ДОПОЛНЕНИЕ.

! ИЗБЕГАТЬ ОБЕЗЛИЧЕННЫХ
ФОРМ
*“СООБЩАЕТСЯ, ЧТО В ТАКОМ-ТО
ГОРОДЕ N*



Абзац – 2-3
предложения



! НАПИСАННУЮ ЗАМЕТКУ
РЕКОМЕНДУЕТСЯ
проговаривать вслух

Задача
журналиста
при создании
заметки
заключается
в том, чтобы
затем у
читателей
остался
минимум

! Журналист задает
верные вопросы тогда,
когда хорошо
разбирается в теме

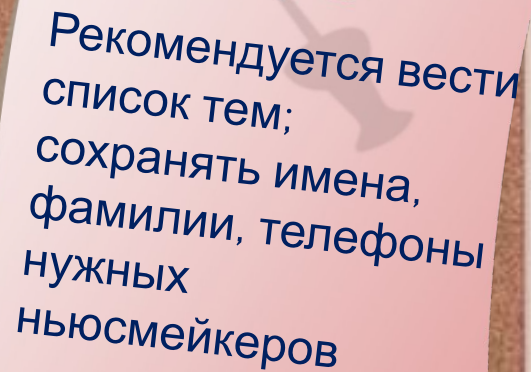
Необходимо
активно работать с
нюсмейкерами

Основной
способ
получения
информации
(эксклюзивно
й) –
ежедневные
звонки своим
нюсмейкера
м,

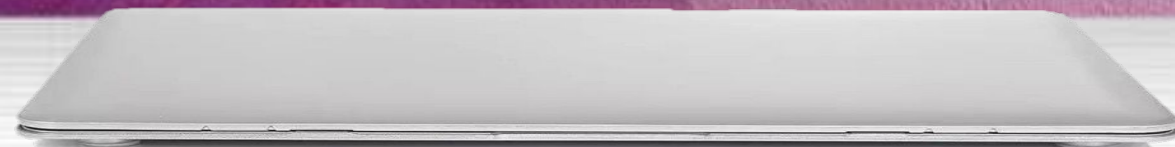
ВЫСТРОИ

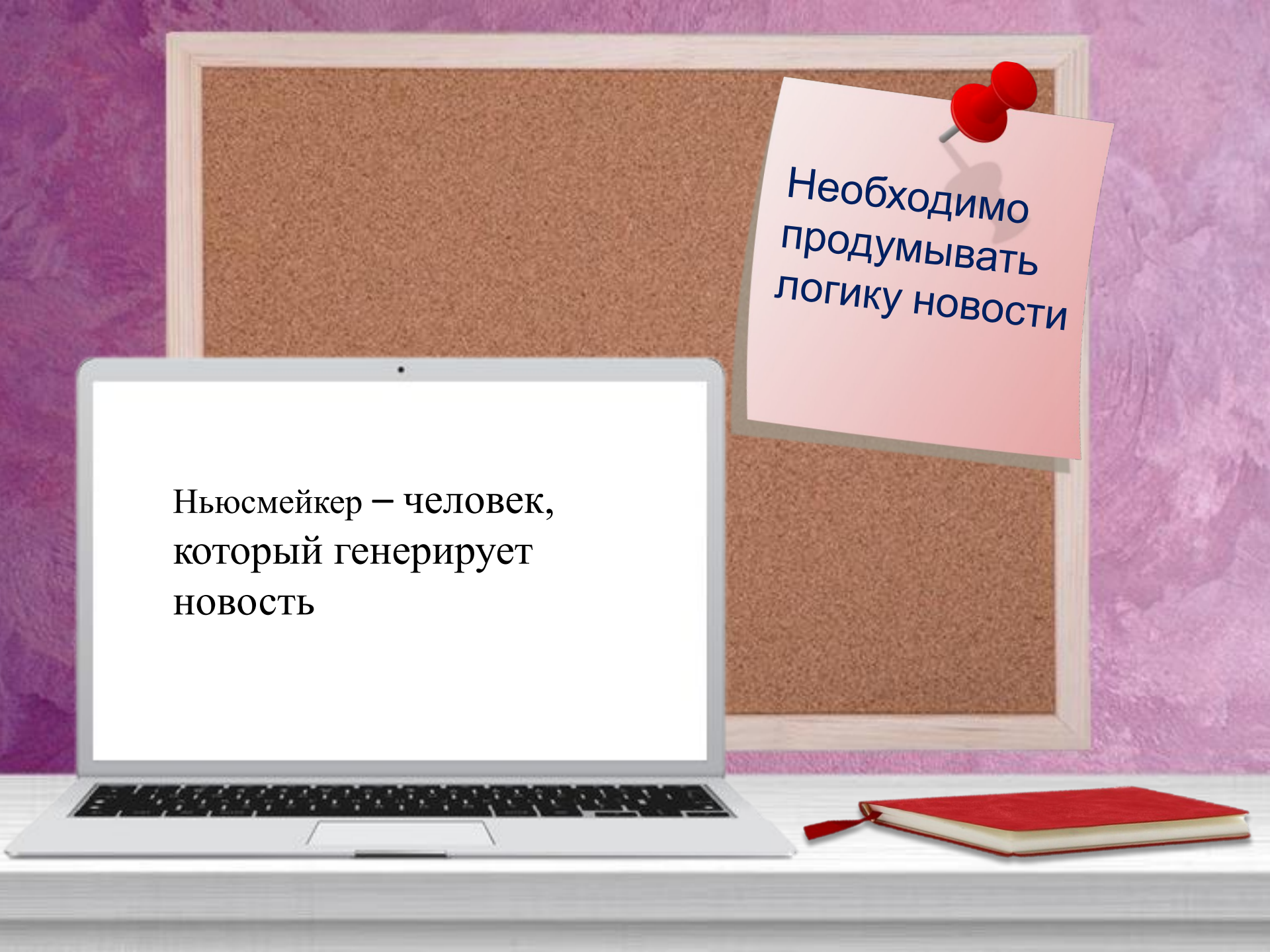
! Создание новостного текста предполагает активную работу с экспертами

! Журналист может использовать онлайн-источники, но обязан их проверить



Рекомендуется вести список тем; сохранять имена, фамилии, телефоны нужных ньюсмейкеров





Ньюсмейкер – человек,
который генерирует
новость

Необходимо
продумать
ЛОГИКУ НОВОСТИ

Выводы

Писать следует
просто, четко,
необходимо уметь работать с
важными формулами и новостями
Нужно придерживаться принципа
(работку и новостиком)
заготовить для себя новостями
предвидеть разные
«кому это»
ситуации в ходе работы
интересно?» или
«зачем это нужно?»



СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!