

Обзор видов новостей  
СМИ:  
РБК/Business Class

**Хохлова. А.В.**

# Основные разновидности новостей

# РБК

Короткая новость:

- [О закрытии Белого дома](#)
- ["Динамо" выиграло суд](#)
- [Про лидера "Христианского государства"](#)
- [Про обыски в Морской спасательной службе](#)

Расширенная новость (!):

- [О стратегии развития МТС](#)
- [Центральный банк России опять что-то придумал](#)

Новость-цитата:

- [Путин что-то сказал](#)
- [Колобков что-то сказал](#)
- [Власти Москвы что-то сказали](#)

Ежедневная рубрика - [Что случилось за день.](#)

[Главные новости РБК](#)

# Business Class

Короткая новость (!):

[Юбилей студенческих отрядов](#)

[Продажа кафе в Перми](#)

[Просто новость](#)

[Переименование остановки "Драмтеатр"](#)

Расширенная новость:

[О путепроводе по ул. Карпинского](#)

[Проект планировки площади Восстания](#)

[Про автобусы](#)

Новость о дящемся событии (!):

[Собрание в зак. собрании](#)

[Под лай собак](#) (моя статья)

[О конференции](#)

[О заседании в гос. думе](#)

# Основная структура новостей

# РБК

Первый вариант структуры  
(ТРАДИЦИОННЫЙ):

- Лид
- Первый абзац (сюжет подробно)
- Второй абзац (Позиция одной стороны)
- Третий абзац (Позиция другой стороны)
- Четвертый абзац (реакция на событие)
- Пятый абзац (Прогноз эксперта)

Второй вариант структуры (ЧАЩЕ):

- Лид
- Первый абзац (сюжет подробно)
- Второй абзац (Позиция одной стороны)
- Четвертый абзац (Реакция на событие)
- Пятый абзац (Статистика)

# Business Class

- Лид
- Первый абзац (сюжет подробно)
- Второй абзац (статистика, прогноз)
- Третий абзац (цитаты экспертов)
- Четвертый абзац (чего и когда ждать)

# Особенности стиля заметок

# РБК

# Business Class

1. Использование нейтральной, деловой лексики
2. наличие стандартных высокоинформативных элементов (официальное заявление и т.д.)
3. имена собственные
4. специальные слова, термины (в качестве дотаций, объем межбюджетных трансфертов и т.д.)
5. использование синтаксически сложных предложений

# Особенности заголовков (содержание и стиль)



# РБК

Суть новости указана в заголовке:

“Летевший из Еревана в Москву лайнер вынужденно сел в Ростове-на-Дону”

“Путин приедет на открытие трассы Москва — Петербург 27 ноября”

“В Киеве санкции США назвали инструментом в переговорах с Россией по газу”

# Business Class

Заголовок чаще всего начинается с яркой фразы. Затем объясняется суть материала:

“ПОПРАВКИ НА ЛАД. БЮДЖЕТ ПЕРМСКОГО КРАЯ НА 2020-2022 ГОДЫ ДОРАБОТАН КО ВТОРОМУ ЧТЕНИЮ”

“НЕ ВЗЛЕТЯТ, ТАК ПОПЛАВАЮТ. НОВОМУ ЗООПАРКУ МОЖЕТ ПОНАДОБИТЬСЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ДРЕНАЖНАЯ СИСТЕМА”