

Инструкция для Фокусников

Данная инструкция является обязательной к исполнению всеми авторами журнала "Русский фокус". Все вопросы по применению инструкции можно задавать Дмитрию Кузнецу и Сергею Муравьеву (комната 506).

1 Наши принципы

1.1 Авторы "Русского фокуса" должны помнить, что журнал издается для Неизвестного читателя, а не для конкретных компаний и ньюс-мейкеров. Поэтому журнал не может использоваться для оказания бесплатных и тем более платных услуг ньюс-мейкерам.

1.2 Главным критерием при написании статьи должна быть объективность. "Русский фокус" никого не любит, но и не ненавидит. Это должно быть понятно читателям.

1.3 Для того, чтобы наша объективность была видна читателям, автор должен безусловно соблюдать этические принципы и применять стилистические приемы, речь о которых пойдет ниже.

1.4 Следует избегать любой платной и бесплатной работы для компаний и ньюс-мейкеров, о которых пишет автор.

1.5 Следует ограничивать связи с компаниями и людьми, которые могут повлиять на объективность автора. Под "опасными связями" подразумеваются крупные подарки, частые командировки за счет одной компании и т.д.

1.6 В статье не может содержаться бездоказательных выводов о том, что

- одна компания лучше другой
- один брэнд лучше другого
- один человек круче другого
- кто-то в чем-то прав
- кто-то в чем-то виноват
- кто-то является преступником (если нет решения суда)
- кто-то обманывает общественность (потребителей товара), конкурентов и партнеров

Эти выводы могут быть вложены в уста НАЗВАННЫХ источников. Т.е. в данном случае должно быть прямое цитирование.

Так же следует избегать оценок, типа "ведущий", "лучший", "отличный", "очевидный", "однозначный", "несомненный", "лидирующий" и т.д.

Исключением могут быть общепризнанные оценки.

Вывод, который может (и обязан) сделать автор, должен содержать аргументированные ответы на следующие вопросы: из-за чего случился конфликт\произошло событие? Кто выиграл в данной ситуации? Что будет дальше? Аргументами могут служить цитаты участников конфликта\события, официальные документы и т.д.

2 Работа с источниками

2.1 Журналист должен ВСЕГДА приводить в своей статье прямые цитаты ВСЕХ заинтересованных сторон (иногда их бывает больше, чем две. Исключением могут быть лишь следующие жанры: короткая новость (рубрики "Новости" и "Новости компаний"), короткая статья в рубрику "Тенденции", комментарий к графикам и таблицам. Во всех остальных случаях должны высказываться все стороны, даже если ситуация, описанная в статье, не слишком конфликтная. В статье должна быть хотя бы фраза "такой-то такой-то отказался от комментариев".

2.2 Не допускается цитирование от имени "множественного лица". Вместо "в правительстве говорят", "в компании считают", и "Фокусу" сообщили в фирме такой-то", следует писать "чиновник правительства сказал", "сотрудник\источник в компании считает", "сообщил "Фокусу" источник в фирме такой-то".

2.3 В сложных случаях, когда общая канва статьи и вывод автору не очевидны, следует прибегать к помощи независимых экспертов. Их мнения приводятся в виде прямой цитаты.

2.4 Допускается цитирование неназванных (пожелавших остаться неизвестными) источников. Должно быть указано, к какой компании, профессиональной группе принадлежит источник и, желательно, его положение в иерархии (один из руководителей компании такой-то, источник в компании, высокопоставленный нефтяник, источник в правительстве, источник, близкий к переговорам и т.д.)

2.5 Цитаты должны приводиться максимально близко к оригинальному тексту. Допускается небольшая стилистическая правка, не меняющая смысл фразы.

2.6 Журналист не может обещать ньюс-мейкеру, что его высказывание\мнение, будет опубликовано.

2.7 Особо важные мнения могут быть опубликованы в виде отдельного врезка в статье. Цитирование в форме "вопрос-ответ" допустимо лишь в рубрике "Интервью".

2.8 Большое интервью должно быть согласовано с интервьюируемым по его требованию. На согласование посылается только ответы (без врезки и заголовков). При этом ньюс-мейкер не может править или удалять уже заданные вопросы. Ньюс-мейкер не должен править стиль интервью.

3 Работа с фактами

3.1 Журналист обязан перепроверять весь фактический материал, изложенный в статье. Проверке подлежат графики и таблицы в ЗАВЕРСТАНОМ виде. Отсутствие фактических ошибок улучшит имидж издания. Кроме того, точное изложение фактов избавит нас от препирательств с недовольными ньюс-мейкерами.

3.2 Все претензии ньюс-мейкеров должны быть рассмотрены, если они касаются фактической стороны дела. Журналист обязан перепроверить факты и опубликовать поправку, если ошибка, на которую указывает ньюс-мейкер, действительно имела место.

4 Поводы для написания статей

4.1 Все статьи должны иметь новостной повод (исключение - статьи в рубриках "Другая история", "Технологии" и реже, в некоторых других - по согласованию с редактором).

4.2 Новостным поводом является произошедшее событие, имеющее значение для рынков, официально оформленный (внесенный) законодательный акт, выпущенное (подготовленное) постановление, ясно высказанное намерение, заявление высокопоставленного лица, которое может повлиять на рынки. Выставки и конференции (кроме крупнейших по российским и международным меркам), угрозы подать в суд, заявления о недовольстве чем-либо и т.д. новостными поводами не являются.

5 Стил ь и логика

5.1 "Русский фокус" - это не только инструмент для работы, но и чтиво в хорошем смысле этого слова. Поэтому все статьи должны быть интересно и внятно написаны и логически выстроены.

5.2 Большинство статей должны иметь лид-абзац. В нем должна быть кратко изложена интрига статьи. При этом должна сохраняться недосказанность. Лучше всего выпятить в лид-абзаце какой-нибудь парадоксальный аспект статьи или интересный факт или сыграть на противопоставлении смешного и серьезного. Не следует использовать в лид-абзаце сложноподчиненные предложения, полные названия структур и нормативных актов и т.д.

5.3 Статьи должны содержать ясные ответы на вопросы: "что произошло?", "кто заинтересован?", "кто и что сделал?", "что будет дальше?"

5.4 Следует избегать использования сложноподчиненных предложений, знаков восклицания и вопроса, троеточий.

5.5 Статьи не должны нести обличительного, презрительного, восхваляющего или какого-либо еще пафоса (см. пункт 1.2).

6 Правописание

6.1

Даты:

- 8 марта 2001 г.

- 2000-2001 гг.

Числительные:

- от 0 до 9 - как цифрами, так и словами
- от 10 до 9999 - цифрами
- от 10 000 до 999 999 - цифрами с ПРОБЕЛОМ между порядками.
- 1 миллион - 1 млн
- 1 миллиард - 1 млрд
- 1 триллион - 1 трлн (БЕЗ точки после сокращения)
- валюты указываются в рублях (руб.), долларах США \$1 (знак перед числительным). Для прочих валют в скобках указывается эквивалент в долларах США (www.xe.net/currency - конвертор).

сокращения:

- килограммы - кг
- квадратные метры - кв.м
- кубические метры - куб.м
- граммы - г (без точки)
- тонны - т

Названия компаний:

- русские пишутся в кавычках.
- иностранные (кроме СНГ) пишутся латиницей.
- в статье нужно один раз указать полное название компании, далее можно использовать сокращения.