

## Классификация лидов в англоязычных СМИ

Научный руководитель – Свенцицкая Людмила Петровна

*Ситникова Ольга Сергеевна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

*E-mail: olga.sitnikova1998@mail.ru*

Лид играет важную часть в создании журналистского материала. Нужно быть максимально кратким и точным, для того, чтобы выделить в пару предложений основную мысль всей новости и донести её до аудитории. Лид - это один из первых шансов привлечь внимание к статье. Журналист должен чётко соблюдать некоторые пункты, чтобы лид мог качественно выполнять свои функции. Каждый лид должен соответствовать последующей статье, поэтому универсальных лидов не существует. Я решила разобраться, на какие группы можно разделить лиды англоязычных СМИ.

### 1. Лид в новостной статье

Лид - это классическое начало новостного сюжета. Важнейшее правило в его создании - соблюдение известного принципа 5W. Он заключается в том, что содержание лида должно отвечать на 5 простых вопросов, все из которых начинаются на «w»: who, what, where, when, why. Иногда к ним добавляют вопрос how. Отвечая на эти краткие вопросы в своём лиде, журналист суммирует основные аспекты события вне зависимости от тематики.

Разберем на примере новости с сайта «The Guardian».

Новостная статья с заголовком «Aurora shooting: sacked employee kills five in Illinois warehouse» имеет такой лид:

A gunman opened fire at an Illinois manufacturing warehouse had just been fired from his job when he killed five fellow workers, authorities said. [1].

Одно предложение отвечает всем необходимым требованиям для построения качественного лида:

Who: a gunman; what: opened fire; where: an Illinois manufacturing warehouse; when: right now; why: had just been fired from his job.

### 2. Лид-ловушка

Некоторые издания используют лид в качестве ловушки для аудитории. Авторы подобных лидов редко используют правило 5W, ведь оно не оставляет интриги. В таких случаях журналисты выносят в лид одну или две интересные ключевые детали материала, чтобы таким образом «зацепить» читателя и заставить его прочитать статью. Зачастую такие лиды расплывчаты и таинственны, они намеренно упускают важные факты, чтобы читатель смог узнать их, только продолжив чтение.

Рассмотрим пример статьи с официального сайта журнала «Esquire». Она была опубликована 15 февраля 2019 года под заголовком «Star Wars Fans Think They Already Found a Spoiler in J.J. Abrams's Episode IX Photo».

В лиде журналист привлекает внимание читателей к тому, что в материале они могут увидеть ту самую фотографию:

The director shared an image celebrating the wrap of the final movie in the Skywalker saga. [2].

### 3. Особый лид

В случае если лид создаётся для художественного сюжета, то строгие правила отменяются. Тематические статьи обладают более свободной формой изложения, чем, например,

новостные, поэтому их лиды не требуют соблюдения особенных принципов. Отчасти в подобных статьях используется лид-ловушка, который позволяет автору выделить странную, причудливую или просто интересную деталь репортажа.

Одним из лучших примеров особого лида журналисты считают хоть и несколько длинный, но завлекающий читателя лид к статье «Frank Sinatra Has a Cold».

*In the winter of 1965, writer Gay Talese arrived in Los Angeles with an assignment from Esquire to profile Frank Sinatra. The legendary singer was approaching fifty, under the weather, out of sorts, and unwilling to be interviewed. So Talese remained in L.A., hoping Sinatra might recover and reconsider, and he began talking to many of the people around Sinatra—his friends, his associates, his family, his countless hangers-on—and observing the man himself wherever he could. The result, "Frank Sinatra Has a Cold," ran in April 1966 and became one of the most celebrated magazine stories ever published, a pioneering example of what came to be called New Journalism—a work of rigorously faithful fact enlivened with the kind of vivid storytelling that had previously been reserved for fiction. The piece conjures a deeply rich portrait of one of the era's most guarded figures and tells a larger story about entertainment, celebrity, and America itself. [3].*

#### 4. Пояснительный лид

Пояснительный лид напоминает предисловие или введение в книгу. Он отлично подходит для длинных тематических статей. Их большое количество слов позволяет журналисту не спеша приблизиться к сути и теме истории, чтобы вовлечь читателя и позволить ему сразу углубиться в материал. Такие лиды - полная противоположность новостным.

Обратим внимание на лид издания «The New Yorker». Статья имеет заголовок «The Spry Confessions of Ariana Grande's "Thank U, Next"» и лид:

Unlike those by other stars of her calibre, Grande's songs don't contain oblique or enigmatic references to her life, but, rather, lists of recognizable names. [4].

#### 5. Анекдотичный лид

Порой анекдот или забавный пример позволяет быстро объяснить сложную тему. Лид на их основе даст читателю визуальное представление, благодаря которому он не потеряется, даже изучая сложную тему. The Wall Street Journal - большой сторонник анекдотического повествования.

Например, их статья «Coke and Pepsi Leave Different Aftertastes», в которой разбирается химический состав напитков, возможная реакция рынка на подобные открытия. Однако заголовок вместе с лидом легко вводят даже не подготовленного читателя в тему:

Results highlight similar strains facing U.S. consumer-goods companies. [5].

#### 6. Лид-руководство

Если журналист пишет не привычную статью, а создаёт материал в формате вопросы и ответы, инфографику, диаграмму, рассылку или сообщение в блоге, который основывается на перечислении, то он должен настроить читателя к потреблению такой информации. Именно поэтому автор должен позаботиться о плавном переходе от лида к содержимому материала, вставив в первый как можно больше необходимой информации для чёткого понимания второго.

Разберем на примере статьи издания Bloomberg «Investors Are Adding Riskier Debt as Fed Pauses Rates». Лид сразу проясняет последующую инфографику:

Bond investors returned to riskier securities during the first month of 2019 as the U.S. Federal Reserve indicated that it would pause interest-rate increases. [6].

Проведенное исследование показало, что в англоязычных СМИ лид неотрывно связан с заголовком и основным текстом статьи. Именно он соединяет их между собой и позволяет читателю правильно понять идею журналиста. От того насколько качественно подготовлен лид зависит степень вовлечённости, заинтересованности читателя и осмысления им

материала. Выбор определенного типа должен быть максимально мотивирован стилистическими и смысловыми особенностями всего журналистского материала. Необходимость достичь краткости и моментально привлечь внимание читателя требует от журналистов грамотной и тщательной работы, именно поэтому за многие годы профессиональной деятельности они выработали определённые особенности в составлении лидов.

#### **Источники и литература**

- 1) 1. Aurora shooting: sacked employee kills five in Illinois warehouse // The Guardian. 16 февраля 2019г.
- 2) 2. Matt Miller, Star Wars Fans Think They Already Found a Spoiler in J.J. Abrams's Episode IX Photo // Esquire. 15 февраля 2019г.
- 3) 3. Gay Talese, Frank Sinatra has a cold // Esquire. 14 мая 2016 г.
- 4) 4. Amanda Petrusich, The Spry Confessions of Ariana Grande's "Thank U, Next" // The New Yorker. 14 февраля 2019 г.
- 5) 5. Aaron Back, Coke and Pepsi Leave Different Aftertastes // The Wall Street Journal. 15 февраля 2019 г.
- 6) 6. Carolina Wilson, Investors Are Adding Riskier Debt as Fed Pauses Rates // Bloomberg. 7 февраля 2019 г.
- 7) 7. Колесниченко А.В. Практическая журналистика. Учебное пособие. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008.