

Практика применения редакционного стандарта The Bloomberg Way в Интернет-версии Bloomberg News

Научный руководитель – Агафонова Мария Александровна

Лихолитов Максим Петрович

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
журналистики, Кафедра периодической печати, Москва, Россия

E-mail: maxim_likholitov_2019@rambler.ru

Редакционный стандарт главного редактора Bloomberg News – The Bloomberg Way [1]:

1. Лид из четырех частей или 250 слов
2. Время и залог
3. Профессионализмы и жаргонизмы
4. Устойчивые выражения
5. Новости из 800 слов
6. Политика и английский язык Джорджа Оруэлла (1946) [2] – рекомендованное главным редактором руководство

Новые структурные элементы новости:

1. Вторжение в структуру новости изложения, созданного искусственным интеллектом
2. Приложение к новости обновляющегося табло акций
3. Ссылки на предыдущие новости по теме
4. Искусственный интеллект пишет изложение
5. Структура текста и автономия в рамках новости интеграций Bloomberg AI

К какому выводу планирую прийти? Классический редакционный стандарт Bloomberg News, впервые опубликованный в 2011 году, претерпевает изменения в связи с возникновением и утверждением новых медиа и социальных сетей. Журналисты информационного агентства учатся работать с информацией, предлагаемой в социальных сетях, блогерами и ньюсмейкерами из числа политиков и бизнесменов.

Возникает ли конфликт между исходным редакционным стандартом Bloomberg News и новыми формами работы журналистского коллектива? В чем он, конфликт, выражается? Возможно ли его преодоление?

Источники и литература

- 1) Matthew Winkler. The Bloomberg way: a guide for reporters and editors. Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 2012. 376 p.
- 2) <https://www.orwellfoundation.com/the-orwell-foundation/orwell/essays-and-other-works/politics-and-the-english-language/>