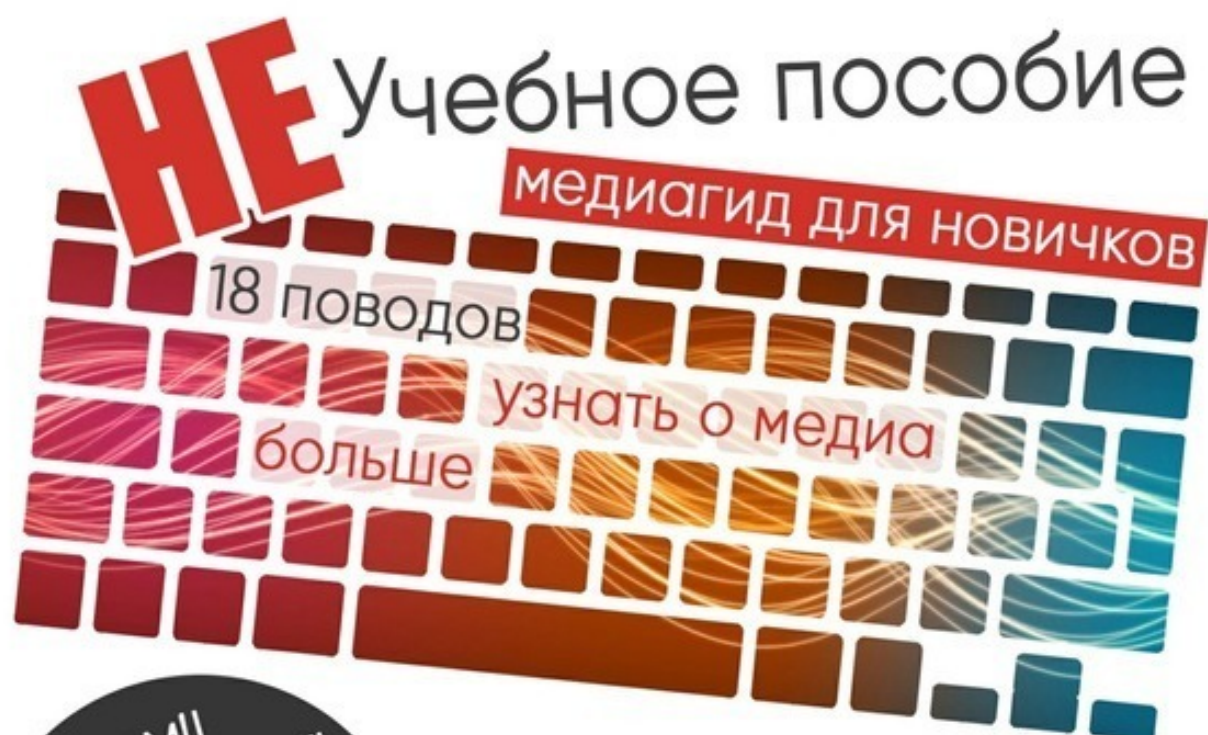


Максим Корнев
Камилла Нигматуллина
Всеволод Пуля
Александра Жуковская



схемы
заметки на полях
и даже членство
в клубе журналиста
внутри

The text is arranged in a circular pattern within a dark grey circle, with 'внутри' at the bottom and 'схемы' at the top.

рекомендует
ЖУРНАЛИСТ

The word 'ЖУРНАЛИСТ' is written in a bold, outlined font, with the first letter 'Ж' in red.

Максим Корнев
Неучебное пособие

«Издательские решения»

Корнев М.

Неучебное пособие / М. Корнев — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-859260-7

«Неучебное пособие» — это книга для тех, кто хочет разобраться в основах медиа. Статьи написаны четверкой современных журналистов-практиков и медиаменеджеров. Материалы, публикуемые в книге, можно прочитать в Клубе журнала «Журналист». Книга будет полезна абитуриентам журфаков, и тем, кто только начинает своё знакомство с этой сферой. Дельные советы практиков, доступный язык, «вкусная» подача материала, опыт экспертов — и Вы сами сможете перейти на новый уровень в медиасфере!

ISBN 978-5-44-859260-7

© Корнев М.
© Издательские решения

Содержание

Вместо предисловия	6
Часть 1	7
«ГРАБЛИ» ЮНОГО ЖУРНАЛИСТА	8
СТОРИТЕЛЛИНГ ВСЕМИ СИЛАМИ: КАК НАУЧИТЬСЯ МЫСЛИТЬ МУЛЬТИМЕДИЙНО	11
5 ШАГОВ К УСПЕШНОМУ ТЕКСТУ	14
Конец ознакомительного фрагмента.	16

Неучебное пособие

Максим Корнев
Камилла Нигматуллина
Александра Жуковская
Всеволод Пуля

Редактор Екатерина Голенкова

Редактор Полина Авакова

Редактор Анастасия Дзевисова

Редактор Екатерина Сырку

Дизайнер обложки Александра Митракова

Иллюстратор Анастасия Павелко

© Максим Корнев, 2017

© Камила Нигматуллина, 2017

© Александра Жуковская, 2017

© Всеволод Пуля, 2017

© Александра Митракова, дизайн обложки, 2017

© Анастасия Павелко, иллюстрации, 2017

ISBN 978-5-4485-9260-7

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Вместо предисловия

Хотите разобраться в основах медиа? Нет времени читать многостраничную литературу? «Неучебное пособие» для вас.

Эта книга вместила в себя увлекательные, структурированные, а самое главное полезные материалы, посвященные медиатрендам, виртуальной реальности, тайм-менеджменту и другим актуальным вопросам медиаиндустрии. Здесь вы найдёте инструменты, опыт и приемы, которые позволят достичь конкретных целей и выдающихся результатов. Материалы, публикуемые в книге, также можно прочитать в Клубе журнала «Журналист».

Пособие является не учебным, а практическим. В нём только реальные кейсы и проверенные рекомендации. «Неучебное пособие» – максимум актуальных знаний по самым важным темам, дорожная карта для тех, кто хочет усилить навыки и реализовать свой потенциал. Над книгой работала команда журналистов, а также группа студентов из НИУ ВШЭ.

Часть 1 Ctrl + Esc (Start)

Первый уровень, пройдя который вы узнаете, как создавать успешные материалы



«ГРАБЛИ» ЮНОГО ЖУРНАЛИСТА

Камилла Нигматуллина

Я часто бываю членом жюри на конкурсах школьной или молодёжной журналистики, готовила абитуриентов для поступления на журфак – в общем, прочитала не одну сотню текстов начинающих журналистов. Ну или тех, кто ещё грезит журналистикой. Сначала я просто вела блокнот «перлов», а потом составила два списка – заблуждений по поводу хорошего текста и рецептов по преодолению этих заблуждений. Да простят меня авторы цитируемых строк, но я оставляю это здесь в назидание потомкам.

Заблуждение первое

«Моих читателей интересую я и все, что со мной происходит. Нужно описывать мои ощущения и впечатления как можно подробнее».

Утром я мечтаю изменить мир к лучшему, посвятить себя чему-то действительно важному, а к вечеру грести лопатой деньги, живя плоскими развлечениями и не отказывая себе ни в чем.

Заблуждение второе

«У меня есть авторский стиль и именно поэтому редакция со мной сотрудничает. Я должен выделиться на фоне остальных сотрудников, которые пишут по шаблону».

В довершение всего хочу сказать, что, отдыхая, человек создаёт свой собственный мирок, своеобразный «пузырь». Иногда он объединяет его с «пузырями» других людей, а иногда остаётся в нём один, но самое главное, не стоит его разрушать.

Заблуждение третье

«Язык и стиль – прежде всего. Факт – вещь второстепенная. Журналист – человек, который главным образом много пишет. Ни дня без строчки!»

XX век сопровождался появлением множества протестантов – людей, отрицающих всякое существование Бога.

Заблуждение четвёртое

«Если тема интересует лично меня, то она неизбежно заинтересует всех остальных. Я вижу мир глазами журналиста – и это бесспорно».

Школьная столовая. Мальчики бурно обсуждают новую компьютерную игру. Некоторые мечтают «свалить»; с уроков. Некоторые интересуются, где можно достать насвай. Девочки заняты обсуждением аватаров и статусов своих друзей в социальных сетях. Некоторые фотографируются на айфон. Единицы спокойно вкушают пищу.

Заблуждение пятое

«Моего жизненного опыта достаточно, чтобы делать серьезные и глубокие выводы. Мой статус журналиста позволяет мне поучать всех и вся».

Иногда создаётся впечатление, что человек способен обвинять кого угодно, кроме себя, когда что-то идёт не так... Поэтому, давайте оставим ни в чём не повинных граждан Соединённых Штатов Америки в покое и будем рассуждать здраво, с чувством, с толком, с расстановкой.

Заблуждение шестое

«Неважно, будет ли текст интересен читателю или нет. Моя миссия – донести до него важную информацию».

Есть еще один момент, которого нам не хватает – это уважение. В первую очередь к себе, чтобы, и когда никто не видит вести себя с достоинством. Не пить с утра во всяких дьюти – фри, не хамить в общественных местах, вообще не хамить.

Заблуждение седьмое

«Любой журналистский жанр в своей основе близок к школьному сочинению. И нужно обязательно что-то сказать про Пушкина».

А поэты. Кто-нибудь знает такого поэта нашего времени известного на весь мир, как, например, А. С. Пушкин? Лично я нет. В произведение Александра Сергеевича Пушкина «Капитанская дочка» мы видим, как стоит делать, а как не стоит. Мы утратили уважение к тому, что некогда боготворили. Теперь Пушкин для нас всего лишь родственник африканца, своей внешностью напоминающий обезьяну.

Заблуждение восьмое

«Для доказательства факта достаточно того, что лично я это видел. Или когда-то слышал. Я же в здравом уме и трезвой памяти».

Также, с 2010 года в Санкт-Петербурге действует система регулярного сбора опасных отходов, образующихся в быту, с помощью мобильных пунктов приема — «Экомобилей». Это автомобиль, оснащенный специальными контейнерами. И это не просто сказки, экомобиль действительно существует, и в определенное время его можно увидеть на различных станциях метро, таких как: Василеостровская, Кировская, Невский проспект и др.

Заблуждение девятое

«Когда пишешь о серьезных вещах, непременно надо обратиться к возвышенному стилю. Пафос придаст моему тексту убедительность».

Россия – шесть букв, а сколько смысла! Сколько радостей, слез, кровавой славы, дорогих побед и горестных потерь! Россия – не страна, наверное, целый мир: непознанный и своенравный. И нет мира на свете роднее, чем мир, наш общий мир – Россия.

Заблуждение десятое

«О чем бы я ни писал, для аудитории это всегда будет новостью. Ведь читатели – это серая масса, которая мало о чем догадывается в этой жизни».

Люди, в большинстве своём, презирают алкоголиков. Везде, где живет человек, есть грязь, даже в самых незначительных районах. Раньше в России было очень распространено мнение: если к двадцати не нашел жениха, то считай, что уже «старая дева». Мы постоянно куда-то торопимся, бежим. И так всю жизнь! Но в конце концов всех нас ожидает... смерть.

Заблуждение одиннадцатое

«Аргументы не требуют подтверждения фактами. Зачем мне все эти истории из жизни, интересно подмеченные детали, герои и эксперты? Я художник и пишу крупными мазками».

XX век сопровождался появлением множества протестантов – людей, отрицающих всякое существование Бога. Люди всегда знали, что от солнечных лучей темнеет человеческая кожа, искрятся опалы и аметисты, портится вкус пива. А еще преимущество Интернета – это электронная почта. Это быстрая и дешевая коммуникация. У меня есть собственный электронный адрес и я переписываюсь с друзьями из других городов и стран.

Заблуждение двенадцатое

«С читателем нужно разговаривать в тексте, как с собеседником. Призывать его к ответу. Указывать на слабые его стороны. Вывать к сознательности и ковырять чертоги его разума».

Уже сейчас ведётся набор храбрых и здоровых людей в России, Китае, Индии и США для последующей колонизации Марса. Могли бы мы это вообразить 53 года назад, когда Юрий Гагарин просто вылетел на орбиту Земли? Что ученик может извлечь из предмета ОБЖ, в названии которого уже скрывается суть: Основы Безопасности Жизнедеятельности? Нас учат бояться, быть трусливыми, быть слабыми душой. Нас учат при возникновении экстремальной ситуации спасать свою жизнь различными способами.

Заблуждение без номера, не последнее

«Работа над текстом начинается с первой же фразы. Написал – еще подумал – еще написал. Зачем мне план, аккуратно собранные факты и материалы, «причесанные» мысли»? Текст ни в коем случае не надо перечитывать и переписывать».

Говорить о России тяжело. Почему тяжело? Может, потому что здесь тяжело жить? Да нет, вроде не так уж и тяжело.

По теме:

[«Школьная правда»](#)

[«10 советам стажёрам-журналистам»](#) (Евгений Беляков)

СТОРИТЕЛЛИНГ ВСЕМИ СИЛАМИ: КАК НАУЧИТЬСЯ МЫСЛИТЬ МУЛЬТИМЕДИЙНО

Всеволод Пуля

6 советов по сторителлингу

1. Медиа + контент-ферма
2. Не “сдавать текст”, а раскладывать историю
3. Цикл внимания читателя ≈ цикл внимания аквариумной рыбки
4. Одно и то же разными способами
5. Сила и слабость каждого формата
6. Смотри и читай лучшие медиа

Начнем с дисклеймера. Чудес не бывает. Если вы не визуал по натуре, то эта заметка вас в него не превратит. Но журналистика – это ремесло, а в любом ремесле есть способ достичь мастерства, не обладая природной предрасположенностью.

1. Перестаньте относиться к медиа как к контент-ферме

Представьте свое СМИ или блог в виде шара. Уменьшите масштаб. Какой это шар в техническом смысле? Это просто сфера, набитая какими-то текстами, вокруг которой жужжат читатели? Или это фильтр, который преломляет реальность, отбирает из нее самое интересное и преподносит аудитории со словами «вот что важно»? Или что-то еще?

Занимаясь рутинной, мы забываем подумать о большой картине. Кажется, что нужно закончить день с определенной выработкой по текстам и с определенными цифрами по трафику. Это контропродуктивный подход, при котором медиа превращается в контент-ферму.

Вам нужна другая парадигма мышления: медиа в первую очередь инструмент коммуникации. Ведь без аудитории мы никто, а вещание не может быть пассивным. Даже в консервативных по своей модели вещания Телеграм-каналах появились лайки, комментарии и другие способы взаимодействия с читателями.

Вы должны задуматься над тем, как именно устроена коммуникация с вашей аудиторией. Что вы даете ей и что получаете взамен. Эти размышления приведут вас ко второму пункту нашего листинга.

2. Пересмотрите свой подход к результату труда. Вы должны не «сдать текст», а рассказать историю.

В конечном итоге все, что мы, журналисты, делаем – от новостей до аналитики – это процесс рассказа историй, сторителлинг. И очень важный элемент мультимедийной культуры – взявшись за тему, задавать себе вопрос не «что мы об этом напишем?», а «как мы об этом расскажем?». Ведь историю можно рассказать в карикатурах, подкастах, тестах, картинках-слайдерах, цифрах и много чем еще.

3. Помните, что цикл внимания у современного читателя не сильно длиннее, чем у аквариумной рыбки.

Мы определились с тем, что мы можем сказать нашей аудитории. Но будет ли она слушать нас? Чтобы читатель не отвлекался, его внимание все время необходимо подпитывать, заставляя тешить свое любопытство. Это крайне сложно достичь с помощью одного лишь текста.

Зато даже простейшие гифки – дешевый в плане трудозатрат способ расцветить свою историю и дать возможность читателю переключить фокус, удерживая его на крючке. Да что там гифки – даже смена форматирования текста, пусть и не являясь мультимедийным приемом, работает на ту же задачу.

Держите в голове: читатель готов заскучать и уйти от вас в любую секунду. Вы должны дать ему качественный продукт с внутренним разнообразием, чтобы он этого не сделал.

4. Рассказывайте одно и то же разными способами.

Ради эксперимента попробуйте одну из тем представить в нескольких разных форматах. Будет ли она смотреться как видеоролик? Удастся ли на ее основе создать сцену в виртуальной реальности? Можно ли выпустить подкаст по ее мотивам? Если вы будете подобным образом обкатывать в голове основные темы и представлять готовый продукт на выходе, качество принятия решений по использованию тех или иных форматов в редакции заметно вырастет. Но перед этим вам нужно потренироваться в пункте номер пять.

5. Поймите силу и слабость каждого формата.

Наверное, все газеты, решившие начать съемки видео, проходили этап «говорящих голов». Сажали своих журналистов перед камерой и заставляли что-то бубнить, подглядывая в бумажку. К счастью, от этой детской болезни быстро спасает счетчик просмотров, начинающий крутиться в сторону отрицательных значений.

Журналисты, которые только начинают делать дополнительный контент (помимо текста) для своих историй, быстро оказываются очарованными удобством и разнообразием инструментов. Или – осваивают хорошо только один инструмент или формат и дальше используют только его, вне зависимости от контекста.

Поэтому необходимо держать в голове (или составить на бумаге) четкий список критериев для использования того или иного формата. Например, стоит ли снимать интервью на видео? Только если важно показать его жестикуляцию, мимику, язык тела. В других случаях людям удобнее будет все-таки прочитать то, что сказал герой, в виде текста.

6. Смотрите и читайте лучшие российские и зарубежные медиа.

Равняйтесь на самых изобретательных и черпайте у них идеи. Например, в России arzamas.academy превратил изучение гуманитарных наук в занимательную игру. Кому еще до них приходило в голову изобразить отношения между российскими монархами и их фаворитами в виде приложения для знакомств?

Из зарубежных обратите внимание на Vox, которые, помимо всего прочего, филигранно используют карты в сторителлинге. По мотивам прошедшего в США недавно солнечного затмения они нанесли на карту страны все области, когда солнечное затмение можно будет увидеть в 21 веке (оказывается, их совсем немного).

А мобильное приложение издания Quartz (которое, кстати, любит длинные тексты) и вовсе сообщает все новости в виде диалогов в мессенджерах – так, как будто бы их рассказывали вам ваши друзья.

Надеюсь, что эти советы дадут вектор развития для вашего мультимедийного мышления. Может быть, у вас свои собственные методики по тому, как представить историю с помощью разных изобразительных средств? Напишите в редакцию info@jrnlst.ru.

По теме:

[«Психология сторителлинга: как воздействовать на аудиторию при помощи эмоциональных историй»](#)

[«Расскажи красиво: платформы для сторителлинга»](#)

5 ШАГОВ К УСПЕШНОМУ ТЕКСТУ

Камилла Нигматуллина

5 шагов к успешному тексту

1. Поразмышляй над темой
2. Поищи информацию по заданной теме
3. Сформулируй идею
4. Напиши текст
5. Перечитай

Шаг №1 – Размышление над темой

- Ты что-нибудь читал об этом, слышал, знаешь?
- Ты уверен, что до тебя совсем-совсем никто об этом не писал?
- Тебе лично это интересно?
- Какие чувства, ассоциации, образы возникают в голове, когда ты читаешь формулировку темы?
 - Выплесни на бумагу (в файл) все первые мысли, которые тебя посетили. Забудь их, они банальны

Шаг №2 – Поиск информации

- Если ты совсем ничего не знаешь по этой теме, можно оттолкнуться от статьи в энциклопедии и даже «Википедии». Но только оттолкнуться.
- Пушкин – наше все, конечно, но ты же журналист. Почитай, что писали твои братья-журналисты, а не Пушкин, по указанной теме.
- Поговори с людьми, которые разбираются в теме. Даже если это бабушка или младшая сестра.
- Сходи в музей, на открытую встречу, просто погуляй по улице – ищи информацию не только в интернете, но и в окружающей действительности.

Шаг №3 – Формулировка идей

– Главная идея должна быть в единственном числе. Весь текст должен на нее работать. Если идей очень много, читатель запутается.

– Не думай о том, что от тебя хотят услышать по этой теме. Думай о том, что ты сам хочешь сказать.

– Поговори о своей идее с другом. Смогла ли она его заинтересовать? Как он отреагировал? Если реакция отсутствует в живом разговоре, то, скорее всего, ее не будет и после прочтения текста.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.