



НАПИСАНИЕ на ЗАКАЗ:

1. Дипломы, курсовые, рефераты, чертежи...
2. Диссертации и научные работы
3. Школьные задания

Онлайн-консультации

ЛЮБАЯ тематика, в том числе ТЕХНИКА

Приглашаем авторов

УЧЕБНИКИ, ДИПЛОМЫ, ДИССЕРТАЦИИ -
На сайте электронной библиотеки
www.учебники.информ2000.рф

Содержание

Предисловие	6
Глава 1	7
Первое правило	8
Второе правило	10
Упражнения к главе 1	12
Упражнение 1	12
Упражнение 2	12
Упражнение 3	12
Упражнение 4	13
Глава 2	14
Сбор фактуры (информации)	15
Ищите подход	16
Наблюдайте	17
Будьте настойчивы	18
Правда выгодна вам...	19
Правда восторжествовала	20
...но кому нужна вся правда?	21
Упражнения к главе 2	22
Упражнение 1	22
Упражнение 2	22
Глава 3	23
Заметка	24
Информационная корреспонденция	25
Блиц-опрос	26
Вопрос-ответ	27
Репортаж	28
Информационный отчет	29
Аналитический отчет	30
Аналитическое интервью	31
Беседа	32
Социологическое резюме	33
Анкетирование	34
Мониторинг	35
Рейтинг	36
Рецензия	37
Статья	38
Журналистское расследование	39
Обозрение	40
Прогноз	41
Версия	42
Эксперимент	43
Очерк	44
Легенда и житейская история	45
Игра	46
Некролог	47
Упражнения к главе 3	48

Упражнение 1	48
Упражнение 2	48
Глава 4	53
Упражнения к главе 4	58
Упражнение 1	58
Упражнение 2	58
Упражнение 3	58
Глава 5	59
Ваше собственное СМИ	59
Ваша политика в социальных сетях	61
Начало и финал	62
Упражнения к главе 5	63
Упражнение 1	63
Упражнение 2	63
Упражнение 3	63
Глава 6	65
В режиме правки	65
Великий и могучий хороший язык	69
Слова, слова, слова...	70
«И говорит, как пишет...»	71
Долго ли, коротко ли	72
Канцеляризмы	73
Прилагательные	75
Достучаться до читателя	76
Упражнения к главе 6	77
Упражнение 1	77
Приложение.	78
Числа, знаки, сокращения	78
Географические названия	79
Прописные («большие») / строчные («маленькие») буквы и кавычки	80
Названия, связанные с религией	83
Названия, относящиеся к военной тематике	84
Документы, произведения печати, музыкальные произведения, памятники искусства	85
Условные названия товаров и сортов растений	86
Корабли, поезда, самолеты, машины	87
Знаки препинания	88
Разное	89
Послесловие	90
Благодарности	91
Об авторе	92

Предисловие

В детстве я любила рисовать. Ровно до тех пор, пока в школе не попала к художнице, дела которой шли так плохо, что ей пришлось работать учителем. Она объясняла нам, как сложно научиться живописи и как плохо мы рисуем. Иногда учительница подходила к моей парте, оставляла пару штрихов на листе, и начиналось волшебство – рисунок оживал. Но она никогда не объясняла, в чем секрет. Так ученики начали верить, что умение рисовать – дар, доступный очень немногим. Как хвост павлина: он или есть, или его нет.

После школы я много лет мечтала начать рисовать, но долго запрещала себе даже покупать альбом и акварель. Время летело. И прошлым летом я сказала себе: тебе тридцать шесть, ты все еще мечтаешь, может быть, пора разрешить себе пачкать бумагу красками? Так я попала на курсы правополушарного рисования.

Возможно, вы о них слышали. Там за считанные часы детей и взрослых не столько учат рисовать, сколько показывают, что на это способен любой. Никто не обещал сделать из меня Ван Гога или Матисса, но теперь я вполне сносно могу изобразить то, что приходит в голову.

Во время занятий не происходит чуда. Если не считать чудом то, что художники понимают: холст грунтуют вот так, а так смешивают краски; этот прием позволит мне нарисовать цветущий луг, а вот в такой технике можно изобразить море. Нет предела совершенству, конечно, но навыки, объяснение на пальцах помогают осознать самое важное: рисовать может каждый.

На уроке правополушарного рисования я поняла, что точно так же на своих семинарах объясняю на пальцах, как научиться писать. Статьи, заметки, рассказы и даже книги пишут по определенным простым правилам и схемам. За двадцать лет работы журналистом и редактором я собрала множество практических упражнений и инструкций.

Вначале по своей методике я учила авторов в издательстве, а затем – слушателей курса «Писать легко». В результате появилась эта книга и сборник упражнений.

Мои преподаватели говорили: писать даже о самых сложных вещах нужно настолько просто, чтобы смысл был понятен первокласснику. Я создавала самоучитель для тех, кто хочет научиться писать, следуя этому правилу. Читая главу за главой и выполняя упражнения из каждого раздела, вы самостоятельно научитесь составлять план, узнаете о жанрах в журналистике и о том, как использовать их на практике. Вспомните, что такое стилистические ошибки и как вам стоит писать, чтобы выработать собственный стиль, «свой голос». Обещаю, вы забудете, что такое страх белого листа, и сможете писать, не дожидаясь вдохновения.

Если верить теории десяти тысяч часов, именно столько времени нужно потратить, чтобы стать специалистом в любом деле. Возможно, поработав с моим самоучителем, вы захотите и дальше развивать навык письма. Тогда перед вами откроются десятки других книг, вузов и курсов. Главное, как обычно, сделать первый шаг, написать первое слово. Я желаю, чтобы оно далось вам легко.

Глава 1

Прощай, страх белого листа

Довольно давно, когда мои дети еще даже не ходили в детский сад, я работала три дня в неделю с 6 утра и до 10 вечера. Однажды ранним утром я переписывала заметку для корпоративного журнала в своем кабинете, а в это время уборщица пылесосила вокруг меня ковровин.

Я писала, останавливалась, чтобы перечитать абзац, и снова стучала по клавиатуре. Шум пылесоса стих в тот момент, когда я бубнила себе под нос, проговаривая весь текст.

– Что, не пишется? – поинтересовалась уборщица, ногой подталкивая пылесос к двери. – Вдохновения нет?

Я так растерялась, что даже не знала, как ответить. Написание текста, на мой взгляд, такое же занятие, как приготовление борща или составление годового отчета. С каждой из этих задач можно справиться без вдохновения. Особенно если соблюдать определенную последовательность действий.

Кто-то пишет лучше, кто-то хуже. Великие писатели рождаются по несколько человек на столетие. Не знаю, претендуете ли вы на то, чтобы войти в историю мировой литературы; возможно, что и нет. Однако с ясным изложением информации в виде текста может справиться каждый – во всяком случае тот, кто в состоянии внятно изложить свои мысли вслух.

Откуда берется точно подобранное слово и логика повествования? Из ясной головы.

Первое правило

Первое правило победителей страха «белого листа» звучит так:

начинайте писать, только если уже знаете,
о чем станете рассказывать, —
от первой мысли до последней.

Я скептически отношусь к журналистам, которые говорят: «Главное – начать, а там посмотрим, что выйдет», или к писателям, чьи персонажи «живут на бумаге самостоятельной жизнью». И вот почему.

Представьте себе, что завтра утром вы встанете в 4:30, быстро соберетесь, прихватите чемодан с вещами, вызовете такси. Вы выйдете на улицу, сядете в машину и скажете водителю: «Я отправляюсь в путешествие. Оно будет захватывающе интересным, но я еще точно не знаю, куда еду».

Как вам такое начало? Куда должен отвезти таксист пассажира, еще не знающего даже примерный маршрут? Вероятно, и билет путешественник еще не купил. Можно ли доехать из пункта А в пункт Б, если вы не определились, что это за пункт Б? Я себе этого не представляю.

Позволю себе предположить, что достаточно разбираюсь в предмете – хотя бы потому, что двадцатый год пишу и редактирую, а также разработала оригинальную программу обучения журналистов и слушателей курсов.

Вот мой маршрут: приступая к первой главе, я вначале продумала, о чем буду в ней говорить. И поэтому знала, например, когда объяснять, чему можно поучиться у Владимира Набокова, и чем закончить главу.

Запомним на будущее: профессиональные журналисты очень часто используют слово «материал» как синоним «текста». Делается это для того, чтобы не смешивать разные жанры журналистики (их различиям и особенностям я посвящу отдельную главу) и определять их все одним общим термином.

Предположим, что с газетным материалом объемом в тысячу знаков можно кое-как справиться (с помощью редактора или коллеги), последовательно излагая информацию абзац за абзацем. Однако спонтанное сочинение статьи (курсовой работы, рассказа) в десять тысяч знаков обречено на провал.

Знаете, как появляются плохие сценарии? Писатель решает, например, рассказать историю одной семьи. От влюбленности до развода. Он сочиняет сцену за сценой, добросовестно следует за героями, выстраивает диалоги, оставляет комментарии оператору. Недели складываются в месяцы. Через полгода работа готова.

Писатель открывает бутылку шампанского и распечатывает несколько экземпляров сценария. Парочку – ближайшим друзьям, один – литературному агенту. Наступает нетерпеливое ожидание. Проходит несколько недель. Друзья, наконец, говорят примерно следующее: «Знаешь, очень неплохо. Особенно та сцена, когда ребенок приходит ночью в спальню родителей за молоком. А еще, знаешь, когда героиня рассказывает о своей матери. И их первая поездка на море. Но я еще не дочитал до конца».

Настроение сценариста портится. Особенно когда агент признает, что ему не удалось пристроить рукопись. Сценарист мысленно или вслух называет агента разными словами. Переживает. Возможно, пьет. Потом наступает переломный момент: писатель готов переделать сценарий. Он начинает со сцены... когда ребенок приходит ночью за молоком. Затем меняет хронологию повествования, вводит парочку новых героев, усиливает те места, в которых герои впервые едут на море и т. д.

Прошло еще полгода. Сценариста оставила жена. Друзья никак не могут найти время прочесть новую версию сценария. Литературный агент сбрасывает звонки. Занавес.

Теперь давайте посмотрим, как пишутся отличные сценарии или книги.

Вы придумываете историю от начала и до конца. Берете стопку карточек максимальным размером десять на десять сантиметров. На них набрасываете в двух словах сцену за сценой. Возможно, где-то вам захочется записать реплику героя. На другой карточке – цвет платья героини. В какой-то момент вам захочется часть карточек выбросить, а другие поменять местами. Сделать это легко – карточки ведь не детально прописанные сцены или главы.

Подобная проработка сюжета занимает от нескольких часов до недели.

Затем вы приглашаете друзей на кофе. По одному за раз. Садитесь с каждым напротив друг друга и всего за полторы минуты рассказываете вашу историю. При этом внимательно смотрите, какую реакцию вызывает сюжет. Если собеседник утвердительно кивает в такт вашим словам, наклонился вперед и, когда вы сделали паузу, чтобы вдохнуть, торопит, просит продолжать, – можете смело приступить к созданию произведения.

Пометьте на карточках те места, на которых собеседник отвлекался, чтобы сделать глоток кофе или прикурить сигарету. Это те части истории, которые нужно переделать. Если друзья зевают, если им скучно, смело выбрасывайте карточки и ищите другой сюжет. Рано или поздно он найдется.

Владимир Набоков писал черновики своих книг на каталожных карточках, а затем его жена Вера перепечатывала готовый текст. Так последний недописанный роман автора «Лаура и ее оригинал» занял 138 карточек. Примерно по 150 слов на каждой. Для сравнения, черновики «Ады» разместились на двух тысячах карточек.

И Набоков, и Хемингуэй работали стоя – оба страдали неприятной болезнью, из-за которой больно сидеть. Первый вариант Эрнест Хемингуэй делал всегда от руки на бумаге. Затем сам перепечатывал рассказ или диалоги романа на печатной машинке и в то же время редактировал текст.

Симона де Бовуар, прежде чем садиться за стол, находила имена персонажей в телефонных книгах, а образы героев «списывала» с людей, которые привлекли ее внимание в кафе или в магазинах.

Марафонец Харуки Мураками сравнивает труд писателя с бегом на длинную дистанцию. По его словам, тут финишная черта важнее стартовой.

Теперь понятно, почему, начиная создавать текст, так важно знать, чем вы его закончите. Вспомните моменты, когда вы уже писали статью, письмо или пост в социальной сети и пальцы летали над клавиатурой. Позволю себе предположить: это происходило тогда, когда вам было что сказать и вы знали, зачем пишете.

Давайте сделаем небольшое упражнение. Выгляните в окно, посмотрите, какая стоит погода. Теперь напишите информационное сообщение в десять строк – заметку о сегодняшней погоде.

Было ли вам легко писать? На что похоже ваше сочинение – на информашку в газете, текст диктора из телевизионного прогноза погоды, ворчливый пост в Facebook? С трудом ли далось вам первое предложение?

Второе правило

Второе правило победителей страха «белого листа»:

писать по плану.

Даже журналисты со стажем составляют план заметки хотя бы в голове. Некоторым не приходит в голову задуматься, делать его или нет, – настолько естественным кажется, что «да». Если расспросить такого автора, как он будет писать текст, он скажет примерно следующее: «Я начну вот с этого, потом приведу мнение всех участников, слова экспертов рынка и конкурентов и в итоге выйду на подтверждение моей мысли о том, что...»

Я, к примеру, прежде чем взяться за первые строчки, составила оглавление всей книги и план первой главы.

Давайте еще раз прервемся на небольшое упражнение.

Вы еще не забыли написанное недавно информационное сообщение о сегодняшней погоде? Теперь постройте его по следующему плану:

1. Новость: краткое содержание, место события, при необходимости – источник. Максимум две строки. (Одно предложение о том, что собираетесь рассказать.)

2. Суть новости, интрига, что предшествовало событию. Пять строк. (Объясните в нескольких предложениях, почему читателю необходимо продолжить чтение.)

3. Статус материала (эксклюзив, эмбарго до такого-то времени, есть в агентствах, завтра будет у всех и т. д.). От определения статуса материала зависит интонация, с которой вы будете передавать информацию. Например, тон сообщения Советского информбюро 22 июня 1941 года о вероломном нападении фашистской Германии очень отличается от тона заметки о появлении в магазинах нового ночного крема. Три-четыре строки.

4. «Говорящие головы» – ньюсмейкеры и эксперты. (Определитесь с выбором людей, чьи слова приведете в тексте, соберите их комментарии. Поскольку вы тренируетесь, найдите мнения экспертов в уже опубликованных коллегами материалах.) Три-пять строк.

5. Планируемые дополнительные элементы: выносы, блиц-интервью, графика, фото и т. д. (Современный мир переполнен словами. Все, что можно превратить в картинки и графические элементы, лучше в таком виде и подать.)

Надеюсь, вам все удалось. А теперь имейте в виду, что примерно по такому плану пишут информационные заметки в газете «Коммерсантъ».

Как это было? Проще, чем раньше? Как пошло первое предложение? Легче ли писать, когда имеется план заметки? Как вы узнали, что пора написать последнее в информашке предложение?

Припомните, при каких обстоятельствах приходится сидеть перед пустым монитором. Некоторые пишут первую строку, стирают и сочиняют, и так снова и снова. Так бывает, когда информации нет или мало или... когда ее слишком много и автор не знает, чему отдать предпочтение. План помогает в любом случае.

О выборе первого и для многих самого важного – первого предложения – мы подробно поговорим в шестой главе. Сейчас же для тех, кто никак не может начать писать заметку, я расскажу, что в таких случаях помогает моим авторам. Начните текст словами: «Здравствуй, дорогая бабушка» – и затем последовательно излагайте события. Завершив работу, сотрите обращение и поблагодарите (мысленно) бабушку за помощь.

Как и обещала, заканчиваю первую главу планом, который я составила, прежде чем взяться за написание текста.

- История: иллюстрация того, о чем я буду рассказывать в первой главе
- Мое отношение к писательскому ремеслу
- Первое правило победителей страха «белого листа»
- Как пишутся провальные и успешные сценарии и книги
- Известные писатели: их способы работы над текстом
- Пишем заметку о погоде
- Пишем заметку о погоде по плану
- Преимущество написания текстов по плану
- Второе правило победителей страха «белого листа»
- Если первые два правила не помогают, воспользуемся уловкой
- План первой главы

Упражнения к главе 1

Упражнение 1

Составьте план для материала, над которым сейчас работаете, по следующему образцу:

1. Новость: краткое содержание, место события, при необходимости – источник. Максимум две строки. (Одно предложение о том, что собираетесь рассказать.)
2. Суть новости, интрига, что предшествовало событию. Пять строк. (Объясните в нескольких предложениях, почему читателю необходимо продолжить чтение.)
3. Статус материала (эксклюзив, эмбарго до такого-то времени, есть в агентствах, завтра будет у всех и т. д.). От определения статуса материала зависит интонация, с которой вы будете передавать информацию. Три-четыре строки.
4. «Говорящие головы» – ньюсмейкеры и эксперты. (Определитесь с выбором людей, чьи слова приведете в тексте, соберите их комментарии. Поскольку вы тренируетесь, найдите мнения экспертов в уже опубликованных коллегами материалах.) Три-пять строк.
5. Планируемые дополнительные элементы: выносы, блиц-интервью, графика, фото и т. д.

Напишите заметку по своему плану.

Упражнение 2

Предположим, вы описываете историю успеха человека, продукта, услуги или компании. Если использовать линейное повествование, план может быть такой:

- Новость – краткое содержание (о чем узнает читатель)
- Суть новости, интрига, что предшествовало событию (почему об этом стоит читать)
- Рождение героя материала (появление продукта, услуги или компании)
- Родители, основатели или изобретатели: кто были эти люди
- Основные вехи взросления героя, развития продукта, услуги или компании
- Главное событие в жизни героя, пик и причины популярности продукта, услуги или компании
- Трудные времена
- Что происходит с героем, продуктом, услугой или компанией сейчас

Составьте по пунктам план вашей статьи.

Упражнение 3

Авторы, которые мастерски справляются с линейным повествованием «от рождения через расцвет к смерти», могут перейти к инверсии, то есть к изменению порядка событий таким образом, чтобы сделать необходимые акценты, усилить знаковые моменты. В таком случае план может выглядеть, например, вот так:

- Новость – краткое содержание (о чем узнает читатель)
- Суть новости, интрига, что предшествовало событию (почему об этом стоит читать)
- Главное событие в жизни героя, пик и причины популярности продукта, услуги или компании
- Рождение героя материала (появление продукта, услуги или компании)

- Родители, основатели или изобретатели: кто были эти люди
- Основные вехи взросления героя, развития продукта, услуги или компании
- Трудные времена
- Что происходит с героем, продуктом, услугой или компанией сейчас

Или вот так:

- Новость – краткое содержание (о чем узнает читатель)
- Суть новости, интрига, что предшествовало событию (почему об этом стоит читать)
- Трудные времена
- Что происходит с героем, продуктом, услугой или компанией сейчас
- Рождение героя материала (появление продукта, услуги или компании)
- Главное событие в жизни героя, пик и причины популярности продукта, услуги или

компании

- Родители, основатели или изобретатели: кто были эти люди
- Основные вехи взросления героя, развития продукта, услуги или компании

Используйте прием инверсии и составьте план материала.

Затем перейдите к написанию заметки. Помните, что вам потребуются логические связи, позволяющие сделать цельным инвертированное, нелинейное повествование. Это могут быть обычные сочинительные и подчинительные союзы, риторические формулы и вопросы, повторы слов. Однако помните, что злоупотреблять ими нельзя. Избегайте также чрезмерного употребления слов «вот», «именно», «даже», «еще» и т. д.

Упражнение 4

Если тема заметки – конфликт, план выглядит следующим образом:

- Новость – краткое содержание (о чем узнает читатель)
- Суть новости, интрига, что предшествовало событию (почему об этом стоит читать)
- Рассказываем о событии более подробно
- Регуляторы рынка, представители госструктур или другие эксперты объясняют, почему конфликт произошел именно сейчас
- Мнение одной стороны
- Мнение другой стороны (по очереди всех сторон, если их несколько)
- Реакция общественности, конкурентов, мировых лидеров и т. д.
- Прогноз экспертов
- Отношение автора

Опираясь на конкретные факты, составьте план заметки, в основе которой лежит конфликт.

Глава 2

Выбор сюжета, или Кому нужна ваша правда

В предыдущей главе мы определились, о чем будем писать, и составили план. А дальше? Как подступиться к выполнению?

Сюжет – вот одна из самых главных вещей, о которых необходимо знать, если вы всерьез собираетесь заниматься любым видом писательского труда, от журналистики до литературы. Выбор сюжета начинается с темы, а раскрыть тему можно, только собрав фактуру.

Сбор фактуры (информации)

Редакторы новостных изданий говорят начинающим авторам: если ты собрал информацию, все равно, насколько хорошо она будет изложена. Переписать заметку можно всегда. Главное – было бы из чего переделывать. Если не пишется который час, посмотрите, чем вы располагаете, кроме прилагательных в превосходной степени.

Конечно, когда автор или редактор хорошо знаком с предметом, о котором предстоит писать, он может придумать сюжет до того, как начать собирать информацию. Рискуя, правда, тем, что материал получится вымученным, а сюжет – надуманным. У жизни фантазии побольше, чем у многих авторов. Я глубоко убеждена: лучший способ найти выигрышный сюжет – это собрать наиболее полную информацию и только тогда решать, с какой точки зрения рассказывать о событии читателям.

Но не стоит себя обманывать. Если не удалось узнать ничего интересного, если журналисту скучно писать, читателю будет так же скучно читать. Из ничего выйдет ничего.

Вспомните, когда в последний раз вы читали о том, что вас совершенно не интересует. Что вы ощущали? А попадались ли вам статьи другого плана, когда тема, с вашей точки зрения, скучная, но текст написан с таким запалом, что не оторвешься? Бывало такое?

Часто пиарщики рассказывают мне, как сложно им написать пресс-релиз или заметку. Почти всегда оказывается, что информация, которая у них есть, настолько скучна, что даже сделать из нее текст не получается – настолько бессмысленно это занятие. Единственное, что может помочь в такой ситуации, – новый сбор фактуры. Горящие факты мгновенно складываются в пресс-релизы, из которых журналисты готовят публикации.

Не обязательно быть журналистом, чтобы качественно собрать информацию. Другое дело, что каждому полезно научиться находить данные так, как умеют профессионалы. Этому учат в вузах, но можно научиться и самому, и основное здесь – умение вызвать собеседника на разговор, а затем внимательно слушать его.

К тому же журналистская профессия сегодня несколько изменилась: появилось представление о «специфике». Не так давно журналисты стали специализироваться на определенной тематике, и спецкора отдела культуры вряд ли отправят на митинг или футбольный матч. Однако предполагается и то, что автор может быть новичком в данной теме, дилетантом (но не в основной профессии!). Главное – быстро определить, кто из ньюсмейкеров наиболее компетентен и является авторитетом в нужной области, и отправиться к нему за информацией.

Чем выше статус «говорящей головы», тем большим объемом знаний она обладает. В моей практике бывало, что начальник давал интервью, а пресс-служба боялась его визировать. Слишком откровенными слова руководителя казались подчиненным.

Ищите подход

Пригодится автору и навык находить аргументы, с помощью которых он уговорит экспертов уделить ему время и даже поделиться секретами. Одному приятно чувствовать свою значимость, другому – внимание красивой девушки, третьему нужен пиар. Сколько недоступных экспертов, столько и причин, по которым они вдруг захотят с вами поговорить. Но если министр или нобелевский лауреат категорически отказались встречаться, помните: у каждого есть помощники и заместители. Им многое известно. А сколько всего знают персональные водители и конкуренты – вам и не снилось. Главное – уметь разговорить собеседника.

Кстати, статус «дилетанта» освобождает от страха задать слишком простой или глупый вопрос. Пользуйтесь этим. Наиболее интересную информацию я получаю, когда прикидываюсь глупее, чем есть. Иногда слушаешь собеседника и думаешь: «Неужели он считает, что я совсем ничего не понимаю? С чего он выбалтывает мне секрет за секретом?»

Чем меньше вы говорите, тем больше узнаете. Репортеру необходимо уметь заинтересованно слушать. Естественно, в начале разговора стоит обсудить темы, на которые вашему визави поговорить приятно. Профессиональный журналист – хороший психолог. Он знает, как расположить к себе собеседника.

Наблюдайте

Я знаю авторов, которые гордятся... украденными со стола документами. По ним были написаны сенсационные материалы. Другие любят подслушивать на официальных приемах. Кому-то интереснее всего то, что ньюсмейкеры хотят скрыть. Каждому свое. Возможно, вам больше подойдет поиск информации в иностранных источниках. Или даже поход в библиотеку. А кому-то достаточно освоить другой жанр... но об этом в следующей главе.

Будьте настойчивы

Однажды коллеге нужно было согласовать интервью с руководителем департамента банка первой десятки. Ньюсмейкер тянул с ответом, по телефону отвечала секретарша. Она снова и снова просила перезвонить. Я сидела у соседнего компьютера и невольно слушала. Через час, когда журналистку попросили позвонить еще через сорок минут, я взяла номер, позвонила и попросила соединить меня с шефом.

– Как вас представить? – спросила секретарь.

– Жена, – ответила я.

– Одну минутку.

«Черт! Что ты делаешь? Я так не могу!» – закричала коллега и сбросила вызов. Я тут же снова набрала номер, и, как можно было предположить, ответил сам начальник департамента. Надеюсь, он и вправду был женат. Хотя иногда это не важно.

И еще одного неуловимого ньюсмейкера мне удалось поймать, опять-таки представившись женой. Он подошел к телефону, потому что совсем недавно и с трудом развелся: ему стало любопытно, кто же это может представиться его второй половиной.

Ставя перед собой легкие задачи, вообразите, сколько вокруг людей, которые поступят так же, как вы. Наберитесь смелости рискнуть, сделайте невозможное, и вы окажетесь один на один с успехом. Действительно интересные вещи получаются, только если отважиться на невыполнимое. Моя работа в газете когда-то такой и была.

Надеюсь, российскую журналистику в будущем ждут лучшие времена, чем сейчас. Но в любом случае даже во времена цензуры репортерская профессия дает множество ценных навыков. Например, принимать ответ «нет» только в том случае, если он вам подходит. Или искать другие пути. Журналисты настроены работать на результат, а не процесс. Они знают, что дедлайн – вещь реальная, а не относительная.

Однажды я была на тренинге для продавцов. Оказывается, они работают в состоянии постоянного жуткого стресса. Быстро выгорают. Мне было интересно узнать, что, как выяснилось, продавцам рекомендуют вести статистику, на сколько «нет» приходится одно «да» – чтобы не расстраиваться, когда им отказывают. Бедные нежные создания!

Знаете, скажу прямо: в сравнении с репортерами продавцы работают в санатории. Отказал один клиент, второй, десятый. Ничего страшного – это статистика. А журналист должен получить комментарии у участников события, и только у них. Мнения вторых, третьих и десятых лиц никого не интересуют. Как он уговорит уволенного вице-премьера дать первое интервью именно его изданию, мало кого волнует. Главное – результат. И если продажник получает серьезные проценты с каждой сделки, то журналист, как правило, – только чувство удовлетворения и зависть коллег. И так каждый день: украл, выпил, в тюрьму. Нервы нужны стальные. Или – огромная любовь к профессии.

Правда выгодна вам...

Если тема заметки или новости – это предмет, то сюжет – ракурс, с которого вы на предмет смотрите. Например, новость о гибели Усамы бен Ладена можно подать и как радостную весть, и как трагедию, а между этими полюсами – десятки точек зрения. Каким будет сюжет, зависит от автора материала, политики редакции, темы, а также профессионализма и этики.

Летом 2007 года сотрудники журнала «Деньги» успешно провели эксперимент рулонного масштаба: они решили проверить потребительские свойства туалетной бумаги. Для исследования купили рулоны популярных торговых марок. Всесторонне изучили. В ходе эксперимента были выявлены противоречия между фактической длиной некоторых рулонов и метражом, указанным на упаковке. Например, туалетная бумага «Zewa Светогорский стандарт 54 метра» оказалась короче на целых 14,5 метра.

Сразу после выхода журнала в редакцию позвонили производители компании Zewa. По их словам, журналистам попалась не настоящая, а поддельная бумага их марки. Они готовы были приехать с рулонами и рулеткой, требовали опровержения и грозили судом. Редакция повторно закупила бумагу, по упаковке в крупнейших торговых сетях. Главный редактор журнала «Деньги» лично провел контрольный замер, после чего предложил производителям приехать и убедиться, что рулон коротковат. Но никто так и не приехал, до суда не дошло, а туалетная бумага теперь называется «Zewa Светогорский стандарт» без указания длины.

Правда восторжествовала

А еще через год один из номеров газеты «Коммерсантъ» неизвестные «издатели» выпустили на рулонах туалетной бумаги. Ничего удивительного, что примером послужил даже такой деликатный товар, как туалетная бумага: хороший сюжет можно придумать на любую тему и для каждой новости. Да, это почти так же сложно, как создать хлесткий заголовок. Но возможно. Кроме того, однажды запущенный удачный ход еще долго будет работать на вас, потому что хороший сюжет невозможно скопировать, не напомнив читателям оригинал.

...но кому нужна вся правда?

Проследим, какими путями авторы приходят к пониманию ценности сюжета. Каждый начинающий журналист хотя бы однажды проделывает со мной такой вот трюк.

Для новичков я сама придумываю темы статей. Затем пишу подробный план заметки. Объясняю, какой будет сюжет, и мы вместе придумываем, где и у кого журналист найдет информацию. В назначенный срок я получаю сочинение на тему «Все, что мне удалось узнать на тему заметки за отпущенный на работу срок». Вместо нужных по формату издания трех-четырёх тысяч знаков – восемь-десять. Красные глаза автора подтверждают, что работа далась ему нелегко.

Я никогда не читаю первый вариант заметки, если он существенно превышает заданный объем. Даже без чтения понятно, что на план автор не взглянул ни разу. Иначе ему не удалось бы столько сочинить.

Обычно я искренне сочувствую автору. Затем требую найти первоначальный план и строго в соответствии с ним разбить собранную информацию на части. Если какая-то часть противоречит заявленному сюжету, рекомендую оставить ее за бортом статьи. Кому нужна вся ваша правда? Главное – написать так, чтобы читателю захотелось купить газету. После того как фактура набрана под сюжет и ответы на все вопросы найдены, можно писать текст. Помня о заданном размере, конечно.

Предположим, автор написал заметку согласно плану, попал в размер, но у него осталось информации еще на три публикации. Лучшее, что можно посоветовать, – написать еще несколько заметок. Или же запомнить на будущее: избыток фактуры так же плох, как недостаток. Иначе выходит «в огороде бузина, а в Киеве дядька, а еще я жареную картошку люблю».

Упражнения к главе 2

Упражнение 1

Давайте немного пофантазируем. Ведь в теории все возможно.

Предположим, сегодня вам нужно написать заметку о том, как Моисей принес народу Израиля десять заповедей.

К кому бы вы обратились за комментариями? Напишите минимум трех ньюсмейкеров.

Будь я на вашем месте, то обратилась бы за комментариями к:

- Моисею.
- Представителям народа Израиля: а) сторонникам Моисея; б) его противникам.
- Представителям соседних народов: а) друзьям народа Израиля и сторонникам Моисея; б) друзьям народа Израиля и противникам Моисея; в) врагам народа Израиля, симпатизирующим лично Моисею; г) врагам народа Израиля, которым Моисей антипатичен.
- Представителям других религиозных конфессий по вышеприведенной схеме.

Какой сюжет будет у вашей заметки? Придумайте несколько вариантов.

С каким сюжетом вам легче всего будет написать об этой новости:

- Почему именно Моисею передали такие важные знания?
- Моисей принес всего десять заповедей. Почему именно десять, а не двенадцать или четырнадцать?
- Что думают народы Израиля о заповедях, которые им предстоит соблюдать?
- Готовы ли народы к исполнению десяти заповедей?
- Чем отличаются десять заповедей от требований к верующим в других религиях мира?

Выберите сюжет и напишите по нему план заметки, опираясь на упражнения к главе 1.

Упражнение 2

Придумайте сюжет к теме, над которой вы сейчас работаете.

Кто будет наиболее компетентным источником информации? Напишите как минимум трех ньюсмейкеров, к которым вы обратитесь.

Составьте план заметки, исходя из пунктов, рассмотренных в упражнении к главе 1.

Напишите вопросы, которые вы зададите ньюсмейкерам.

Соберите информацию. Напишите материал согласно плану.

Глава 3

Жанры в журналистике: от теории к практике

Что может быть сложнее, чем писать заметки в корпоративную газету? Пожалуй, разве что сочинять в заводскую малотиражку, на внутренний сайт, а перед сном придумывать репортажи для корпоративного радио.

В газете крупнейшей российской компании «Уралкалий» у сотрудников была как раз такая работа. Вдохновить их и вдохнуть жизнь в корпоративные издания (общим числом три) – задача, которую перед началом занятий поставили передо мной в «Уралкалии». Три дня на поиск решения.

Я не люблю изобретать велосипеды. Поэтому стала вспоминать самое ценное, что вынесла с факультета журналистики и из редакционной работы. Естественно, с сотрудниками редакции «Уралкалия» мы начали с планов заметки и поиска сюжета. А жанры журналистики принесли вдохновение. Кто бы мог подумать...

Если послушать авторов, то они всегда пишут заметку или статью, реже – готовят репортаж. Добавим интервью, и сложится впечатление, что ничего больше сочинить невозможно. Однако не каждый текст называется заметкой или статьей. Все перечисленное – жанры в журналистике, и, конечно, их не четыре, а гораздо больше.

Когда в редакции «Уралкалия» я напомнила корреспондентам о десятках жанров (всеми вас мучить не стану!), оказалось, что писать о новой форме для шахтеров в жанре расследования гораздо интереснее, чем в информационном. Блиц-опрос прекрасно подходит для рассказа о мыслях сотрудников насчет корпоративных ценностей. Игра идеальна, когда проводим анкетирование.

Каждый журналист нашел жанр по душе. Сотрудникам газеты удалось вынырнуть из рутины и почувствовать профессиональный азарт. Не суть важно, о чем писать, если за дело берется профессионал, которого захватывает сам процесс. Если профессия повара – это история о тысячах вкусных индеек, то журналист должен справляться с написанием тысяч информашек. Как не простим мы повару борщ, невкусный по причине «профессионального выгорания», так и не оправдаем халтуру автора текста.

Давайте разберем самые популярные жанры журналистики. Эту главу точно не стоит читать за один присест. Полезно пролистывать ее регулярно. Особенно в начале работы над текстом, перед тем как отправиться на охоту за информацией. Начнем, естественно, с заметки.

Заметка

Отдельный жанр в журналистике. Невелика по размеру. В этом жанре автор делится впечатлениями от знакомства с предметом. Знакомства, прямо скажем, беглого.

В заметке если и упоминается, из какого источника почерпнута информация, то очень кратко; обычно нет претензий на глубину изучения, не говорится и о том, какими методами получена информация. Не описываем ход исследования, эмоции, которыми оно сопровождалось, и т. п. Главное для заметки – кратко изложенный результат изучения вопроса, сигнал о существовании (или отсутствии) какого-то явления, события, человека, проблемы и их основных чертах. Причем события должны выглядеть для аудитории как новость.

Есть несколько разновидностей заметок: событийные, мини-рецензии, мини-обозрения, мини-истории, мини-советы. Именно заметки – главное оперативное средство сообщить аудитории о происходящем, главный способ информационного сканирования действительности. Поэтому основные требования к заметке – оперативность и актуальность. Заметка о событии, которое не отвечает интересам аудитории, вряд ли привлечет внимание. Заметка о событии, которое уже известно читателям, никому не нужна.

Для заметки очень важны точность, краткость и ясность изложения: заметил и написал.

Информационная корреспонденция

Информационная корреспонденция отличается от заметки более детальным и широким освещением предмета – единичного события, явления, действия. Публикация может включать не только фактологическое описание, но и некоторые элементы оценки, предписания, прогноза и пр. Вместе с тем автор информационной корреспонденции не ставит перед собой задачу выявить взаимосвязи описываемого предмета с другими явлениями, проникнуть в его суть. Важно только сообщить некоторые лежащие на поверхности параметры избранного объекта.

Информационная корреспонденция близка к репортажу, однако не является таковым в силу ряда причин. Дело в том, что автор корреспонденции, как правило, не присутствует на месте события. Кроме того, он не ставит перед собой задачу дать подробное, эмоционально насыщенное описание (часто это и невозможно сделать, раз он не побывал на месте события). Кроме того, репортаж больше подходит для описания необычных происшествий. Корреспонденция же чаще описывает рядовые явления, а также какие-то локальные ситуации, процессы. Для корреспондента главное – в общем изложить суть дела, для репортера – изложить ту же суть экспрессивно, наглядно, эмоционально, чтобы при чтении репортажа у аудитории возникал эффект присутствия.

Блиц-опрос

Опрос – это сходный с интервью метод получения информации. В отличие от интервью, цель которого – получить ответы на несколько (порой много) разных вопросов от одного человека, в ходе опроса журналист получает ответы на один и тот же вопрос (или на список вопросов) от множества людей.

Как правило, жанр блиц-опроса используют, когда нужно привлечь внимание читателей к существованию определенных мнений.

Если журналист делится не только ответами, но и своими впечатлениями, реакцией на вопросы людей, публикацию можно отнести к жанру опроса, вполне самостоятельному в журналистике.

Вопрос-ответ

Соединим вопрос и ответ и получим отдельный жанр. Настоящий бум публикаций вопросно-ответной формы продемонстрировал в наше время еженедельник «Аргументы и факты». Редакторы угадали, что именно заинтересует аудиторию. Краткие по форме, вопросы-ответы выигрывают перед информационными материалами других жанров, если новостного повода нет. Выигрышность заключается в «сфокусированности» на проблемах, занимающих аудиторию.

Первая часть «вопросно-ответного» текста, собственно вопрос, задает границы предмета, о котором должна идти речь в ответе. При всей кажущейся простоте дать ответ, соответствующий сути вопроса, удается не всегда. У журналиста не всегда оказывается точная информация. Чтобы избежать содержательной и логической разобщенности двух частей публикации, журналисты иногда корректируют вопрос.

Время от времени нужно опубликовать информацию, но информационного повода нет. Создать такой повод помогает жанр «вопрос-ответ». Стартовая точка публикации – придуманный автором вопрос читателя.

Репортаж

Репортаж возник в первой половине XIX века. Латинское слово *reportare* означает «передавать», «сообщать». Первоначально жанр репортажа представляли публикации, известившие читателя о ходе судебных заседаний, парламентских дебатов, различных собраний и т. п. Позднее такого рода репортажи стали называть отчетами, а публикации, по содержанию и форме похожие на современные очерки, – «репортажами».

Чтобы создать репортаж в современном понимании, любой автор выполняет следующую задачу: дать аудитории возможность увидеть описываемое событие глазами очевидца (репортера), создав «эффект присутствия». Такое возможно, если журналист расскажет о предметных ситуациях, событиях (лучше всего – быстро развивающихся). Важно не только описать событие наглядно, но и вызвать сопереживание читателя. Цель достигается двумя способами.

Первый – передать динамику события. Хорошо, если оно быстро развивается и автору остается только фиксировать действия на бумаге. Сложнее, когда ситуация протекает вяло, неопределенно. В этом случае автора может выручить «вывод на поверхность» внутренней динамики происходящего или изложение собственных переживаний по поводу случившегося.

Второй способ – наглядность. Она роднит репортаж с некоторыми другими жанрами (особенно художественно-публицистическими): автор рисует картины событий. Но в репортаже наглядность нужна, чтобы донести до читателя информацию – словами, деталями, картинками. А в очерке, например, картинки прежде всего помогают делать обобщения. Тогда как в аналитических жанрах наглядные детали применяют для оживления серьезных размышлений автора.

Информационный отчет

Его выделили в самостоятельный жанр только потому, что он рассказывает о событии, представляющем собой обмен информацией. Это всевозможные конференции, заседания, симпозиумы, семинары, собрания и др. Во время заседаний рождаются различные планы, заявления, намерения, решения и т. д. О результатах работы или о том, как она проходила, и пишут в информационном отчете.

Автор отчета обязательно проверяет и правильно называет имена, фамилии, должности героев публикации. Цитаты должны соответствовать источнику и по возможности приводиться не в пересказе автора, а дословно. Такая точность страхует от возможных неприятностей, связанных с искажением информации.

Аналитический отчет

Этот жанр долгое время существовал в форме устных сообщений. Доклады императорам, сообщение подданным о королевских приказах, заседаниях парламентов и др. – не что иное, как аналитический отчет. С появлением газет отчет перекочевал на их страницы. Смысл аналитического отчета в том, чтобы не только описать, что произошло, но и проанализировать причины, следствия и суть события или документа.

Жанр отчета активно используется в современной журналистике. Предмет аналитического отчета, как и отчета информационного, – выступления, доклады, речи участников всевозможных собраний, заседаний, съездов, слетов, конференций и т. п. Конечно, информацию можно передать читателю при помощи заметки, репортажа, корреспонденции – в присущей этим жанрам манере изложения. Но это не мешает аналитическому отчету как самостоятельному жанру.

Если произведения, выполненные в информационных жанрах, главным образом отображают внешнюю сторону предмета (пишется о ходе собрания, конференции и др.), то аналитический отчет показывает, как тема выступления, доклада, речи связана с реальной жизнью.

Выступления участников задают точку зрения и служат «мостиком», чтобы переключить внимание читателей со съезда, собрания или конференции на то, что происходит в их собственной жизни. Такой переход помогает аудитории аналитического отчета судить о съезде или собрании, об отдельных его участниках с позиции реальных процессов, в которые включены сами читатели, слушатели, зрители.

При этом автор аналитического отчета, в отличие от автора информационного отчета, может не ставить перед собой цель сообщить обо всех выступлениях или ораторах. Он вправе сконцентрироваться на некоторых наиболее интересных, если считает, что связь доклада с реальными делами, которую он анализирует, актуальна в данный момент или для данной аудитории.

Отбор можно производить, например, на основе тематического единства ряда выступлений. Или пусть журналист сосредоточит внимание на каком-то одном, самом значимом выступлении, примет его как наиболее соответствующее запросам реальности и с этих позиций осветит разные проблемы реальной жизни. В любом случае анализ выходит за рамки прозвучавших выступлений.

Однако свобода в выборе сюжета не дает автору аналитического отчета права искажать содержание и форму выступлений участников. Он может трактовать, интерпретировать, объяснять сказанное, но так, чтобы аудитория смогла отличить мысли автора от мыслей, прозвучавших в выступлениях участников форума, и представить себе объективную картину происшедшего.

Аналитическое интервью

Жанр интервью часто относят к информационным жанрам. На первый взгляд кажется, что информацию дает только интервьюируемый. Но от журналиста и уровня его подготовки качество интервью зависит так же сильно, как и от говорящего, потому что направление задают именно вопросы.

В зависимости от содержания интервью бывают информационными или аналитическими. Информационное – ответы на вопросы: кто? что? где? когда? Аналитическое, кроме информации, содержит и анализ факта, ответы на вопросы: почему? каким образом? что это значит? и т. д. Кроме того, информацию, которую мы получаем в интервью, можно использовать в отчете и статье или превратить в свою реплику в разговоре. Более подробно я рассмотрю интервью в одной из следующих глав.

Беседа

Чем ярче личности, тем интереснее нам читать их беседу. Наряду с интервью и опросом это важный аналитический жанр, в центре его – диалог. Данный жанр незаменим, когда предмет беседы не поддается моментальному и однозначному истолкованию, когда его нужно спокойно, всесторонне, глубоко изучить. При этом чем контрастнее позиции собеседников, чем сильнее их стремление «докопаться до истины», тем интереснее будет публикация. Правда, при одном условии: если собеседники с уважением относятся к точке зрения друг друга. Иначе выйдет обычная склока. Представьте, как интересно было бы послушать беседу Владимира Путина и Валерии Новодворской.

Социологическое резюме

Хотите узнать среднюю температуру по больнице? Проведите социологический опрос и напишите по нему резюме. Чем актуальнее тема исследования, тем оно интереснее. Хотя, как показывает практика, читатели настолько любят порядок в головах, что классификации, опросы и их результаты неизменно вызывают интерес. С одной стороны, этот жанр ближе всего к научно-популярным. С другой стороны, за глас народа можно выдать идею, которую хочется поселить в сознании людей. Для этой цели социологическое резюме тоже подходит как нельзя лучше. Например, давайте опубликуем резюме опроса москвичей на тему «понаехали тут» и затем начнем кампанию за ужесточение правил регистрации в городе.

Анкетирование

Опросы могут проводить не только социологи. Если опросить множество людей, собрать ответы, а затем их проанализировать, получатся данные анкетирования. Их можно опубликовать, снабдив практически любыми заключениями, обобщениями и выводами.

Парадокс в том, что анкета обычно содержит много вопросов. Ответы на них дают, как правило, не одинаковые. В итоге автор получает большой объем разнообразной информации, которую требуется упорядочить. Это сложно, но в ходе такой работы и возникает оригинальный по содержанию и структуре материал.

Мониторинг

Откройте журнал «Власть» в конце года, и вы обязательно наткнетесь на мониторинг упоминаний российских политиков в СМИ. В ходе мониторинга активно применяют разные методы, особенно статистические, контент-анализ (например, подсчитывается, сколько раз на протяжении определенного времени на страницах какой-то газеты появляется имя определенного политика, по каким причинам граждане выходили митинговать) и т. д. Мониторинг дает возможность увидеть «срез» явления, которое мы изучаем, и отследить тенденции.

Рейтинг

Ранжирование по определенному признаку – это и есть рейтинг. Цель публикации в данном жанре заключается в том, чтобы распределить по значимости явления, сходные по определенному признаку. Достигается она за счет аналогии и сравнения. Социалистические соревнования, кстати, тоже рейтинги. Сравнить можно и надои молока или тонны выданного молодой республике угля, и землевладельцев, миллионеров, школы – да все что угодно. Главное – сравнивать подобное с подобным.

Обычно самое слабое место в составлении рейтинга – методология. Это составляющая, которую авторы обычно стараются скрыть от рассматривания под лупой.

Рецензия

Рецензия – не просто отзыв на ту или иную работу, обычно книгу, спектакль, статью и др. Основная задача рецензента – увидеть то, что незаметно непосвященному. Поэтому чем большим запасом специальных знаний обладает журналист, тем больше у него шансов подготовить действительно профессиональную рецензию. А это трудно сделать, не обладая познаниями в определенной сфере деятельности (кулинарии, литературе, театральной жизни, искусстве и пр.). Специальные знания не может заменить обычный жизненный опыт или интуиция, и рецензент должен тщательно подготовиться перед тем, как писать текст, возможно, посоветовавшись со специалистами.

Статья

Главный аналитический жанр. Слово произошло от латинского *articulus*, первоначальное значение – «часть целого». Поэтому мы так часто слышим это слово в журналистской среде, ведь практически любая отдельная публикация – это часть номера, а значит, статья. Но когда речь заходит о жанре статьи в узком понимании, то имеются в виду вполне определенные публикации. В статьях приводят факты и их интерпретации, размышляют, анализируют и определяют значимость (политическую, экономическую и др.) ситуаций, явлений, процессов и их закономерных связей.

Удачная статья создает реальное представление о некоей ситуации. Она должна служить источником идей и вдохновения, запускать процесс осознания. «Правильная» статья всегда связана с отображением предмета вполне определенного характера.

Журналистское расследование

Предметом привычного для нас журналистского расследования обычно становится наиболее «кричащее» негативное явление, не заметить которое невозможно.

Если негативные явления – результат действий или бездействия людей или их некомпетентности, виновники, как правило, скрывают причины происходящего. Цель журналистского расследования заключается в том, чтобы определить эти причины, обнаружить скрытые пружины, приведшие в действие некий механизм, породивший результат. Основной вопрос, который задает журналист-расследователь, – «почему?». Не менее важен для данного жанра еще один вопрос – «как?». Причем ответ на него обычно занимает львиную долю времени (в ходе расследования) и объема (в публикации). Мало найдется желающих проводить расследование причин, по которым появился ураган «Катрина». А вот причины, по которым он оказался настолько разрушительным, почему люди и здания оказались плохо готовы к его натиску, – полноценный предмет расследования.

Предметом изучения в этом жанре может быть что угодно: и поиск подходящих для младших школьников вебинаров, и то, какие начинки конфет пользуются наибольшим доверием стоматологов Дальнего Востока. Расследование может и не касаться коррупции, криминалистики или политики. Раздвиньте рамки. Между прочим, журналистское расследование может стать подготовительным этапом – сбором информации для публикации в жанрах аналитической статьи, очерка, фельетона.

Обозрение

Обозрение – другой полюс от жанра заметки. Обозреватель должен смотреть глубоко и широко, видя глубинные связи, определяя линии развития явлений и готовясь дать прогноз. Цель работы в данном жанре – помочь практическому решению задач в обозначенной сфере. Так случается в качественных спортивных обозрениях, книжных обозрениях, медицинских и других.

Наверняка вам знакомы такие названия, как «Медицинское обозрение», «Международное обозрение», «Итоги», «Панорама», «Обозреватель», «Футбольное обозрение», «Экономическое обозрение», «Зеркало», «Парламентская неделя», «Параллели». Все это издания, справедливо претендующие на полноту, глубину и объективность в своей области.

Прогноз

Предсказания или прогнозы – это предположения о будущем. Люди всегда желают знать, что будет. Они ждут нового экономического кризиса и выхода из него, жаркое лето и прохладу после жары... продолжите сами.

Интерес к прогнозам тем выше, чем меньше стабильности. Горе тем экспертам, чьи предсказания не сбываются. Гидрометцентр не в счет.

Версия

В отличие от расследования, версия строится на домыслах автора и не требует доказательств (тем более что иногда это совершенно невозможно). Если прогноз уводит нас в абстрактное будущее, то версия указывает путь развития явлений, которые имеют место в настоящем, или событий, которые уже произошли. Версия – осмысление вариантов развития с разных точек зрения.

Версия исключает категоричность. Следует быть осторожным, работая в этом жанре, ведь версия строится на «домысле» и «вымысле». Так и до сожжения на кострах ведьм, возможно, поедающих по ночам младенцев, можно докатиться.

Эксперимент

Предположим, вы сейчас прекратите читать эту главу, возьмете тему, на которую пишете, и составите план статьи во всех жанрах, о которых я уже рассказала. Затем опишете процесс, сделаете определенные выводы, поделитесь впечатлениями и решениями. Пришлите мне результат по электронной почте. Это и будет публикация в жанре эксперимента.

Эксперимент часто несет в себе определенную интригу. Она возникает потому, что мы не знаем, чем закончится затея. Бывает, что не все участники эксперимента знают, что участвуют в нем. Это добавляет эксперименту не только определенную долю риска, но и притягательности.

Помните передачу «Скрытая камера»?

Очерк

Мы добрались до короля журналистики. Это очерк, а вовсе не репортаж, как можно было бы подумать. Репортер фиксирует событие. Очеркист фиксирует события для того, чтобы раскрыть нам внутренний мир героев. Что, на ваш взгляд, сложнее?

Очерк, конечно, уже претензия на литературу, хотя в современных очерках больше документальности, чем художественности. Большинство авторов часто выбирают для очерка темы, настолько драматичные или непредсказуемо-остросюжетные, что читателям интересно читать и без художественности. Хороших авторов мало: редакционная политика, как правило, не рассчитана на выращивание звезд, – писать от первого лица гораздо сложнее, чем может показаться на первый взгляд. «Я-автор» делает себя мишенью критики читателей и коллег.

Наиболее распространенные типы очерковой публикации – фельетон, памфлет, пародия.

Легенда и житейская история

Легенды близки сказке. Они строятся на вымысле и пришли к нам из устного народного творчества. Но одной фантазии для совершенной легенды мало. Хорошая легенда достаточно часто содержит какой-то вполне реальный исторический факт. Таковы легенды о выдающихся полководцах, героях, чудотворцах. Часто легенда рассказывает не только об определенной личности, но и о конкретном месте, событии или явлении. И при этом в ней есть место тайне. Легенда помогает увидеть эпическое и фантастическое в повседневном.

Жанр житейской истории близок рассказу в художественной литературе. В отличие от рассказа, в основе журналистской житейской истории обычно лежит обыденный, даже приземленный сюжет. Он близок документалистике, схематичен. Однако его можно «приподнять» над рутинной и превратить в доказательство теорий преемственности, эволюции, влияния взмахов крыльев бабочки на появление ураганов и торнадо.

Игра

Цель игры – заставить читателя снова купить газету или журнал. Публикация глав «Анны Карениной» в журнале – тоже игра. По этому принципу построены и сериалы, и книжные циклы с одними и теми же главными героями («Ругон Маккары» Э. Золя или «Гарри Поттер» Дж. Роулинг).

Мы развлекаем читателя, и он остается с нами. Судя по тому, какими темпами растет мировая индустрия развлечений, зрелища становятся все популярнее. Люди идут за теми, кто рассказывает интересные истории. «Родственниками» данного жанра являются хорошо известные кроссворды, чайнворды и т. п.

Некролог

В отличие от криминальных сообщений некрологи информируют читателей о смерти людей (прежде всего известных). Они обязательно включают в себя краткую биографию умершего, информацию, где, когда и как он работал, каковы его достижения, награды. Иногда в некрологе говорится о причине смерти, месте похорон. Завершается некролог словами прощания, выражением скорби.

Некрологи на звезд очень преклонного возраста, так же как и документальные фильмы о них, журналисты готовят заранее. О ком, как вы думаете, в редакциях есть некрологи сейчас?

Упражнения к главе 3

Упражнение 1

Если вы добрались до упражнений к третьей главе, есть надежда, что вам удалось описать описание жанров в журналистике. Какие из них показались вам наиболее подходящими для работы? Ранжируйте их.

Составьте план материала, над которым вы сейчас работаете, чтобы его можно было воплотить в наиболее подходящих вам жанрах.

Как вы думаете, если вы напишете материал в жанрах, которые вам нравятся, будет ли он читаться лучше? С помощью каких приемов вам удастся раскрыть сюжет? Как правила жанра позволят изложить информацию?

Ответьте на вопросы, а затем напишите текст по одному из планов.

Совет: возьмите вначале наиболее легкий для вас жанр.

Упражнение 2

Сегодня 29 августа 2013 года. Я открываю Яндекс и смотрю топ-пять новостей. Для первой новости придумываю, как можно ее написать в каждом из жанров, о которых рассказано в третьей главе. Итак.

Сегодня у нас:

- Путин поручил СК проверить действия чиновников при наводнении
- В. Жириновский предложил перенести столицу России в Магадан
- Против Сулеймана Керимова готовы возбудить дело в Белоруссии
- Московское «Динамо» представило очередную порцию новичков из «Анжи»
- Эксперты ООН по химоружию уедут из Сирии 31 августа

Приступим.

Путин поручил СК проверить действия чиновников при наводнении.

Заметка

900–1000 знаков. Вы прочтете заметку и узнаете, когда и кому президент поручил проверку и какие слова при этом произнес. Будут указаны имена тех, чьи действия президент поручил проверить. Этого достаточно.

Составьте план этой заметки.

Информационная корреспонденция

До 5000 знаков. Суть процесса раскрывать не будем. Более подробно, чем в заметке, расскажем, как в окружении президента и в Следственном комитете отнеслись к поручению. Опишем реакцию чиновников, которыми комитет займется.

Перечислим, чьи действия после аналогичных ЧП проверял СК. Чем закончились расследования. Дадим прогноз: вероятно, примерно тем же проверка закончится и на этот раз.

Составьте план.

Сколько «говорящих голов» вам понадобится для подготовки информационной корреспонденции? Из каких источников вы возьмете архивную информацию?

Блиц-опрос

Сформулируем вопрос и начнем задавать его разным людям. Например: «Будут ли наказаны чиновники, непрофессионально действовавшие во время наводнения?» Или: «Доверяете ли вы Следственному комитету?» Или: «Кого хотелось бы проверить лично вам?» Ответы на вопрос и лягут в основу публикации.

Самостоятельно продолжите список возможных вопросов.

Вопрос-ответ

М-да... применительно к нашему случаю мне видится такой вариант:

«Следственный комитет проверил действия чиновников при наводнении. “Что удалось узнать?” – такой вопрос адресовал следователям президент РФ».

«На вопрос президента отвечает руководитель Следственного комитета», и затем цитата – ответ должностного лица.

Репортаж

Мне сразу пришло в голову два варианта построения сюжета.

Первый – подробно рассказать о том, как проходило заседание. Для этого автору нужно там быть. Начать с того, как участники собирались. Кто приехал первым? О чем говорили? Долго ли ждали главного или начали вовремя? И так же подробно нужно пересказать заслуживающие внимания детали.

Второй – использовать новость о поручении, данном Следственному комитету, как информационный повод. Репортаж нужно писать с Дальнего Востока, где и произошло наводнение. Можно нарисовать картину того, что происходит в затопленных деревнях. Поговорить с жителями, чиновниками, волонтерами. Или же отправиться в администрацию края или города, к тем чиновникам, которыми займется Следственный комитет. Описать, что говорят, чувствуют и делают чиновники.

Придумайте свой сюжет. Какой репортаж по новости хотите написать вы?

Составьте план.

Информационный отчет

Предположим, вы были на совещании (или видели его в прямом эфире, может быть, даже не в «самом прямом», но видели) и знаете, что и как говорил президент. Каким тоном и с каким выражением лица он приказал начать проверку. Побледнел ли при этом представитель Следственного комитета? Или он быстро-быстро записывал поручение в блокнот? Как вели себя и что говорили другие участники собрания?

Если у вас есть ответы, составьте план материала в жанре информационного отчета.

Как вы думаете, если писать в жанре информационного отчета, стоит использовать цитаты или прямую речь или нет? Какое количество цитат в отчете допустимо, чтобы выдержать соответствие жанру и не переползти в репортаж?

Аналитический отчет

Помните ли вы, чем этот жанр отличается от аналитической корреспонденции и репортажа? Сюжетом для него становятся выступления и взаимосвязи. Сочиняя аналитический отчет, мы, например, проследим, давал ли президент и другим ведомствам поручения во время заседания. Или же проанализируем, существует ли взаимосвязь между поручением президента и докладами других участников совещания.

Напишите план аналитического отчета.

Аналитическое интервью

Кто может дать интервью по данному новостному поводу? Прежде всего сам президент. Глава Следственного комитета. Чиновники на Дальнем Востоке. Чиновники, которые оказались под следствием после наводнения летом 2012 года. Следователи комитета. Продолжите список.

Придумайте вопросы, которые можно задать во время интервью на заданную тему.

Социологическое резюме

Смело берем один из вопросов, который я придумала для жанра блиц-опрос. Задаем его как минимум сотне человек. Подсчитываем и анализируем ответы, создаем социологическое резюме.

Придумайте свои вопросы.

Анкетирование

Как вы, наверное, уже догадались, вопросы, придуманные для предыдущей части упражнения, подойдут и чтобы провести анкетирование. Анализ ответов, рассказ о ходе работы и составит текст публикации.

Опишите последовательность действий при подготовке публикации в жанре анкетирования.

Мониторинг

Отправляемся в архив. Собираем всю информацию о наводнениях за последний год, пять или десять лет. Не спрашивайте меня почему, но так исторически сложилось, что временные промежутки в год, пять или десять лет – самые популярные для анализа отрезки времени при подготовке публикаций. Затем собираем всю информацию о том, к каким выводам, изучая действия чиновников, приходил Следственный комитет за это время. Излагаем информацию, сравниваем, делаем выводы.

Придумайте свой сюжет для мониторинга.

Рейтинг

Журналисты – циники. Что будем ранжировать в данном случае? Самые суровые последствия, могущие иметь место после поручений президента Следственному комитету? Наказания непрофессиональных чиновников? Наводнения по степени силы?

Придумайте свой сюжет и напишите по нему план.

Рецензия

Честно говоря, этот жанр для главной новости сегодняшнего дня, по версии Яндекса, совершенно не подходит. Могу только предположить, что рецензия на серьезное мероприятие может помочь в случае, если редакция ждет от вас фельетон.

Статья

Теперь моя очередь составлять план.

- Поводом для статьи будет распоряжение президента
- Расскажем в пяти строках подробнее, что именно поручил Следственному комитету президент
- Предыстория событий: наводнение и его последствия
- В чем подозревают чиновников
- Слова представителей администрации президента

- Слова чиновников на Дальнем Востоке
 - Как в аналогичных ситуациях развивалась ситуация раньше, и прогноз
- Не согласны? Составьте свой план статьи.

Журналистское расследование

Поручение президента станет информационным поводом, который позовет автора в дорогу. Маршрутов у журналиста, как у богатыря на распутье, окажется как минимум три. Расследовать, что же на самом деле происходит на Дальнем Востоке. Расследовать, извините за тавтологию, расследования Следственного комитета по наводнениям. Расследовать, как и что чиновники пытаются скрыть на местах.

Напишите план своего расследования.

Обозрение

Можно собрать информацию о наводнениях лета 2013 года в разных странах мира. Сравнить последствия с ситуацией на Дальнем Востоке. А также посмотреть и проанализировать, по-разному ли и как именно разбираются с чиновниками в разных странах.

Придумайте свои сюжеты для обозрения.

Прогноз

На основании более ранних действий президента, комитета, чиновников на местах, поведения жителей в аналогичных ситуациях мы сможем дать прогноз, что произойдет дальше.

Поехали.

Версия

Помним, что версия – не расследование. Здесь мы вольны фантазировать и предполагать. Выкладывать идеи, которые приходят в голову, и писать о ходе размышлений.

Какие версии вам пришли в голову? Что узнает Следственный комитет?

Эксперимент

Предположим, вы президент. Сколько поручений Следственному комитету вы уже давали? Сколько из них привели к открытию уголовных дел? А сколько к эмиграции? Поговорим об этом подробнее.

Поскольку о ходе и результатах вашего эксперимента мне пока ничего не известно, я не буду предлагать вам написать план.

Очерк

Рискнете раскрыть характер президента через то, как и какими словами он давал распоряжение Следственному комитету? Дерзайте.

План составите?

Легенда и житейская история

Вы, наверное, помните долгие грузинские тосты? Найдите легенду, которую логично будет закончить словами: «И тогда Путин поручил СК проверить действия чиновников при наводнении».

Другое дело, если вы решите писать житейскую историю. Начать ее следует с рассказа о семье с Дальнего Востока, пострадавшей от наводнения. Закончить же можно словами: «И тогда Путин поручил СК проверить действия чиновников при наводнении».

Хотите третий сюжет? Пожалуйста. Опишите будни «маленького человека» – чиновника. С ним случилось несчастье: сначала наводнение, а потом еще и «Путин поручил СК проверить действия чиновников при наводнении».

План за вами.

Игра

Закончите материал о том, что Путин поручил СК проверить действия чиновников при наводнении, словами: «Мы будем следить за развитием событий». Неважно, в каком жанре все предыдущее, – игра началась.

Некролог

В этом жанре можно писать не только сообщение о смерти человека. Можно сочинить некролог на поручение. На чиновников, которыми занимается Следственный комитет, или на сам комитет.

Это непросто, но подобная работа расширяет границы наших представлений о журналистике и полезна для развития творческих способностей.

Напишите план некролога по одному из предложенных сюжетов.

Помните, в начале главы я взяла пять новостей из Яндекса? Прodelайте с каждой из них такую же работу, как с первой новостью.

Глава 4

Бесценный жанр интервью

Моя самая большая журналистская удача случилась в 1999 году.

Я работала корреспондентом отдела новостей газеты «Коммерсантъ». Однажды в ленте новостей информагентства появилась новость о том, что сын Владимира Жириновского Игорь Лебедев сменил отца на должности руководителя фракции ЛДПР в Думе. Впервые в новой России политическая власть перешла по наследству. Я хотела первой взять у наследника интервью.

Пресс-служба объяснила, что очного интервью не будет. Я отправила вопросы по факсу в надежде, что пресс-служба передумает.

На следующий день из факса вылезло нечто. Это были ответы на мои вопросы. Игорь Лебедев писал подкупающе искренне. Он явно не согласовал свой текст со старшими товарищами. Я выслала факс обратно в пресс-службу и пообещала опубликовать сочинение сына, сохранив орфографию и пунктуацию. Пресс-секретарь запаниковал. И, нужно сказать, было от чего. Прочтите сами:

Рабочий день руководителя фракции очень напряжен и расписан буквально по минутам. Начинается обычно с девяти утра с приезда в ГД и ознакомлением со свежей прессой...

На новом еще для меня посту руководителя фракции, а также и депутата, я считаю наличие юридического образования обязательным фактором. Ничего необычного в том, что я сменил на этом посту своего отца, я не вижу и наоборот, более логично было выбрать на должность руководителя фракции именно того человека, который находится 24 в сутки с В. Жириновским...

Не совсем верно, мне кажется, было бы направление внешней политики только на юг. Нельзя полностью поворачиваться спиной к западу и дружить только с государствами на южных границах. Мы живем в таком сложном мире, что разделить весь мир на Запад и не Запад нельзя.

Вскоре я получила приглашение приехать на интервью в Думу.

...Во фракции ЛДПР на десятом этаже Госдумы царил хаос. Фракция сильно сократилась, поэтому пришлось освободить часть помещений. Паковали вещи. Увидев незнакомое лицо, служащие ЛДПР спешили закрыть двери кабинетов. Проходя мимо меня, понижали голос и подозрительно оглядывались.

На дверях кабинета, доставшегося сыну в наследство от отца, еще не имелось никакой вывески. Кабинет мне показался громадным – метров пятьдесят. Во главе длинного стола сидел сын Жириновского. Партиец не встал и не поздоровался.

– Вот. Читаю вашу газету, – вместо приветствия сказал он, теребя номер «Коммерсанта».

– Нравится?

– Нет. Особенно статья, которую вы написали о моем назначении. Собрали все, что у вас было про меня плохого за последние несколько лет, и вывалили. Вам не помешает? – Лебедев указал на экран очень большого телевизора, по которому шла трансляция автогонок. Звук был выключен.

– Кто первым поздравил вас с новым постом в ЛДПР?

– Владимир Вольфович. Он поздравил, потом надел пальто и, уходя, сказал: «Игорь Владимирович, берегите фракцию».

– Ваше назначение не несет угрозы падения популярности ЛДПР?

– Конечно, нет. А почему вы так думаете?

– У вас же, наверное, нет желания стать фигурой в публичной политике, равной Владимиру Вольфовичу?

– Фигурой, равной Владимиру Вольфовичу, я думаю, мне вряд ли удастся стать. Такой величины, какой достиг Владимир Вольфович, трудно достичь. Но теперь, в связи с назначением, мне, наверное, придется пересматривать свои позиции по вопросу публичной политики.

– А вообще у вас есть желание стать популярным публичным политиком?

Игорь перевел взгляд на автогонки, потом на последнюю полосу «Коммерсанта».

– Нет, – с грустью ответил он после паузы.

– Политика фракции как-то изменится с вашим приходом?

– Я бы не хотел быть таким ярким антикоммунистом, как Владимир Вольфович...

– Значит, вы будете более лояльны к мнению фракции КПРФ при принятии каких-то решений в Думе?

Игорь начал подчеркивать строчки в программе телепередач. После паузы:

– Я думаю... мое отношение к компартии не будет влиять на голосование. Если принято решение голосовать так или иначе и это будет идти вразрез с тем, что делает фракция КПРФ, то мое такое немножко лояльное к ним отношение, оно не сможет переубедить нашу фракцию голосовать иначе. Просто я высказал свою точку зрения. Но поскольку теперь я как бы руководитель фракции, я высказываю не столько свою точку зрения, то вот... По коммунистам я вот это вот сказал.

Потихоньку перешли на личное. Возраст.

– Сами понимаете, в двадцать семь лет сразу становиться руководителем фракции... Вот я сижу на совете Думы, а рядом сидят... все остальные руководители... в возрасте. Они ведут себя корректно, конечно... Но вот Геннадий Андреевич, он человек немножко с юмором, он, когда здороваются, говорит: «Привет, молодежь!»

Вспомнив о Геннадии Андреевиче, Лебедев занервничал. Перешел от подчеркивания в телепрограмме к рубрике «Прямая речь».

– Почему вы носите фамилию матери?

– Когда этот вопрос решался, отец с матерью решили именно так.

Работа над «Коммерсантом» перешла в новую стадию: перо в руке Игоря Владимировича занялось фотопортретом Арнольда Шварценеггера. Для начала были отретушированы глаза.

– А помимо политики вас что-то интересует в этой жизни?

– Было раньше. Но когда из двадцати четырех часов двадцать четыре часа вы проводите постоянно с Владимиром Вольфовичем во всей этой атмосфере... Просто нет времени.

– А десять лет назад вы интересовались чем-то еще?

– Чем может интересоваться человек в семнадцать лет?

Пауза. Подсказываю:

– Девочки, кино?

– Девочки, кино, машины... – меланхолично повторил Лебедев, явно разговаривая сам с собой. – Но как машины? Только посмотреть соревнования, сходить на них. Не у каждого человека была возможность купить машину...

– А вы давно водите машину?

– Да. С пятнадцати.

У Шварценеггера нарисовались длинные ресницы. Потом рога.

– Вы часто бываете в Магадане? Или в Липецкой области?

– Я понял ваш вопрос. Я не буду на него отвечать. Потому что он глупый.

– Почему?

– Вы прекрасно понимаете. Вы же имеете в виду всю ту недвижимость, которая на меня записана. Это штаб-квартиры региональных организаций. Мы, конечно, были в Магадане, Липецке во время предвыборных поездок. Но я не посещаю эти квартиры, долго в них не живу.

– Почему такая необходимость оформлять двадцать восемь квартир на вас одного? Разве нельзя зарегистрировать их по-другому?

– Это решение Владимира Вольфовича. В нашей стране оформлять их иначе труднее. Судорожным движением Лебедев сложил разрисованный «Коммерсантъ».

– Прокомментируйте, пожалуйста, еще один факт из вашей биографии... – аккуратно начала я. Но Лебедев перебил:

– Я ничего не буду говорить. Ничего подобного не было.

– Уголовное дело [по поводу поджога подмосковного дома Лебедева, где сгорели шестьсот тысяч долларов, подаренные ему на свадьбу] было заведено просто так?

– Зачем я буду говорить? Владимир Вольфович уже не один раз рассказывал. Все равно правды не напишете.

– Почему же? У вас есть прекрасная возможность рассказать, как было на самом деле.

– Послушайте, девушка! Как вас зовут? Не важно. Я ничего об этом говорить не буду!

– Вы хотите сказать, что и заявления генеральному прокурору с просьбой закрыть дело

Владимир Вольфович тоже не писал?

– Нет. Наш разговор закончен.

Едва я ступила за дверь, пресс-секретарь зашипел на меня:

– Что же вы задавали личные вопросы? Вы меня подставляете. У меня будут неприятности.

Анонс на обложке журнала «Власть», в котором интервью опубликовали, звучал так: «Сын Жириновского написал и нарисовал для Ъ». Пресс-служба безмолвствовала. Через неделю Игорь Лебедев позвонил мне сам и оставил номер своего мобильного. Чтобы был. На всякий случай.

Больше мы с ним ни разу не говорили.

Ничего личного. У меня не было желания «топить» интервьюируемого. Способность разговорить собеседника, а порой и спровоцировать у него сильные и не всегда приятные эмоции – профессиональный прием журналистов, бесценный дар. Секрет удачного интервью – тщательно подготовленная импровизация. От личности интервьюера качество текста зависит ничуть не меньше, чем от героя интервью.

Например, когда в девятнадцать лет я должна была взять интервью у одного из двенадцати помощников президента Бориса Ельцина, я честно призналась редактору, что сделать это не смогу. От одной мысли, что я вхожу в ворота Спасской башни, иду в кабинет, в котором бывает президент, да еще и вопросы должна задавать, я впадала в транс, давление поднималось, и я плохо понимала, что мне говорят. Ничего, ответила начальница, мы напишем вопросы на бумажке, ты их просто зачитаешь. М-да... я прочла. Когда мы уже в редакции перечитывали распечатанное интервью, редактор спрашивала: «Ну почему вот тут ты не спросила, имеет ли он в виду Чубайса? А тут не уточнила порядок цифр?!» Увы! В девятнадцать лет я была не готова говорить с помощником президента. Интервью могло бы быть гораздо интереснее, если бы вместо меня его взял более опытный коллега.

Много лет спустя, в 2010 году, я выпускала путеводитель по Люксембургу, и мне выпала огромная удача – интервью с премьер-министром герцогства Жаном-Клодом Юнкером, архитектором Европейского союза, фигурой на европейском политическом олимпе уникальной: тридцать лет член правительства герцогства, пятнадцать лет на должности премьер-министра.

Мы привыкли согласовывать вопросы к первым лицам с их помощниками. Поэтому еще в Москве я спрашивала, есть ли у посла Люксембурга пожелания, о чем мне стоит спросить господина премьера.

– Спросите, курит ли он так же много, как раньше. Скажите, что мы в Москве беспокоимся о его здоровье, – посоветовал Гастон Стронк. – Поговорить не о политике вам с ним вряд ли удастся: в ней вся его жизнь.

Каждый, кто знаком с Жаном-Клодом Юнкером и кого я спрашивала, какие вопросы ему задать, вспоминал о своих встречах с премьер-министром Люксембурга с явным удовольствием и обещал, что мне будет легко. Но информации у меня по-прежнему было мало. Русскоязычная пресса о Жане-Клоде не писала ничего, кроме официоза, – приходится искать и переводить публикации европейских коллег и речи премьер-министра. Но и тут – много о политике и крайне мало о нем самом и его жизненном пути, а то, что удается узнать, вызывает сомнения в уместности вопросов. Например, я читаю, что отец господина Юнкера был призван в армию Третьего рейха и воевал на стороне нацистов... Что пару лет назад Жан-Клод попал в аварию и провел несколько месяцев в коме... Он женат со студенчества, но у них с женой нет детей. У премьера много лет была любимая собака, но недавно она умерла.

То есть «комфортных» тем для разговора вне политики найти не удастся.

Итак. Я прихожу в особняк, где работает премьер-министр, и сообщаю охране, что я русская журналистка и мне назначена встреча. Не проверяя ни документов, ни вещей, охрана проводит меня в просторный прокуренный кабинет на первом этаже. Вместо отведенного получаса мы говорим почти полтора, часы на соседней башне успевают пять раз проиграть свою мелодию. Премьер-министр непрерывно курит.

В начале встречи на меня неожиданно накатывает осознание того, что я говорю с человеком, влияющим на историю Европы. Оставим пафос за дверью. Помните, в школе на уроках истории мы проходили феодальную раздробленность, за которой обязательно следовала централизация земель? Вот и в конце XXI века, повествуя об истории европейских стран первой половины столетия, напишут: одним из видных общественных деятелей своего времени, стоявших за процессом современной централизации в Европе, был Жан-Клод Юнкер. Это он на мосту над речкой в деревне Шенген, на границе трех стран – Бельгии, Германии и Франции – подписал первый договор о вступлении в союз первых стран – участниц шенгенского соглашения.

И я ловила себя на том, что забыла все подготовленные вопросы и уж точно не смогу озвучить провокационные. Хотя, наверное, надо было. Скучно спрашивать только о политике. К счастью, господин Юнкер дал развернутый ответ на первый вопрос, и я успела отдышаться, успокоиться и начать слушать. Чтобы разговорить собеседника, расположить его и получить ответы и на личные вопросы, вначале я побудила премьер-министра много говорить о том, что интересно ему, – о политике в Европе, отношениях между Евросоюзом и Россией.

Потом все же рискнула спросить Жана-Клода, что делал его отец с сорок первого по сорок пятый год. И получила достойный уважения ответ:

– Когда мне исполнилось тринадцать лет, он стал понемногу рассказывать собственную историю войны. С самого начала он сказал, что война – это ужас. В пятнадцать-шестнадцать лет я понимал, что война, о которой отец говорил почти нейтрально, разорвала его судьбу. Я осознал, что мне хотелось бы принадлежать к числу тех, кто делает так, чтобы отцам не приходилось рассказывать своим детям о боевых действиях. Я открыл для себя Европу, ее историю через призму жизни своего отца. Я стал искать себе дело, которое позволит влиять на историю Европы. Решил стать журналистом. Но чем больше я думал, тем больше понимал, что журналисты описывают историю, но не делают ее. Я сам себя спра-

шивал: хочу ли я всю жизнь комментировать глупости других или хочу совершать их сам? Я не пытаюсь убедить вас в том, что вершу историю.

Про клиническую смерть господина премьер-министра и о том, изменила ли она его отношение к жизни, я спросить не смогла. Язык не повернулся. Хотя несколько не сомневаюсь, что Жан-Клод Юнкер смог бы с честью отреагировать и на такое вторжение в его частную жизнь.

Задача журналиста в интервью – показать человека таким, какой он есть. Чувствуете разницу между интервьюируемыми Игорем Лебедевым и Жаном-Клодом Юнкером, которого невозможно выставить глупцом? Облик достойного умного собеседника вообще сложно исказить. Сколько ни пытайся.

...Хочу рассказать, как навык подготовки и проведения интервью может помочь в написании книги. Если вам предстоит написать книгу самостоятельно или со слов специалистов в своей области, вы можете поступить следующим образом. Составить оглавление и затем провести интервью по теме каждой главы. Чтобы проинтервьюировать самого себя, достаточно написать вопросы и затем на них ответить.

Вам останется только расшифровать записи, перевести устную речь в письменную, и все. Хотите? Вы уже знаете, на какую тему станете писать?

Упражнения к главе 4

Упражнение 1

Представьте, что вам предстоит взять интервью. С кем вам будет интересно поговорить? Подготовьтесь к встрече и придумайте вопросы.

Избегайте закрытых вопросов, на которые можно ответить «да» или «нет».

Упражнение 2

Предположим, интервьюировать будут вас. На какую тему вы бы с радостью поговорили с журналистом?

Вот о чем следует помнить перед интервью, если вы оказались «по другую сторону баррикад».

Заранее узнайте тему интервью, по возможности получите у журналиста примерные вопросы. Помните, что эти вопросы именно примерные, обязательно будут и экспромты. Подготовьте ответы. Цифры, названия распечатайте на отдельном листе и отдайте во время интервью журналисту.

Решите, на какие вопросы вы отвечать не будете, и, когда журналист их задаст, спокойно откажите ему. Перечислите запретные темы.

Если неприятные вопросы могут всплыть хотя бы теоретически, они обязательно всплывут. Подготовьте ответы, если собираетесь отвечать.

Упражнение 3

Ваши ответы будут яркими и запоминающимися, если вы проделаете перед интервью следующую работу.

Определите цель интервью. Какую идею вы хотите донести до аудитории через журналиста? Сформулируйте ее в одном предложении.

Помните, что в начале выступления и в финале следует обращаться к чувствам, а не к разуму. Тогда интервью запоминается. Запишите, о чем вы будете говорить в начале и в конце.

Успешное интервью – это хорошо отрепетированная импровизация. Люди обращают внимание, если вы используете цифры, узнаваемые имена и названия. Однако если цифр слишком много, информация не воспринимается. Если сможете, рассказывайте истории. По всем законам драматургии.

Придумайте, о чем будут ваши истории.

Законы драматургии в ответах интервью будут звучать примерно так:

- Проблема и ее решение
- Герой и злодей
- Вы хотите..., а на самом деле нужно...
- Рассказывайте о собственном опыте
- Задавайте себе вопросы и отвечайте на них
- Действуйте в режиме реального времени: включите, например, громкую связь и задайте вопрос журналиста коллеге

Глава 5

Социальные сети. На самом интересном месте

Ваше собственное СМИ

По мнению американских политтехнологов, победой на президентских выборах 2008 года Барак Обама обязан прежде всего собственной смелости. Среди прочего, он рискнул говорить с избирателями через социальные сети. Первым из американских, а наверное, и мировых политиков такого масштаба.

Персональные страницы Обамы появились на MySpace, Facebook, LinkedIn, Black Planet, Eons, AsianAve, Flickr, Digg, Eventfull, FaithBase, GLEE, MiGente, My Batanga, DNC PartyBuilder. На YouTube выкладывали ролики.

Избирателям казалось, что кампания идет повсеместно, хотя информация распространялась только через пятнадцать самых популярных американских социальных сетей. Через них удавалось достучаться до самой разнообразной аудитории. По сути, работа предвыборного штаба строилась по принципу работы коммивояжеров в масштабах государства.

Основным каналом поступления информации о кандидате и предвыборной гонке в социальные сети стал сайт myBarackObama.com. Его тут же прозвали «Майбо». Сайт во многом напоминал интерфейс сети Facebook.

Пользователи интернета, поддерживающие Обаму, могли создавать на сайте группы, общаться, проводить предвыборные мероприятия или узнавать о местах их проведения. Сами же пользователи ресурса выкладывали собственные ролики, фотографии и другие материалы в поддержку Барака.

Цель работы сайта, которой соответствовали и дизайн, и организация интернет-пространства, заключалась в том, чтобы помогать людям объединиться и упростить им возможность выразить поддержку кандидату в президенты.

Виртуальные сторонники Барака Обамы из добровольцев, распространяющих информацию о кандидате в социальных сетях, быстро перекалифицировались в организаторов реальных мероприятий.

Эксперты считают, что создатели «Майбо» учитывали стереотипы поведения людей: вовлеченность становится приверженностью, предоставленная возможность открывает путь к действию. Пользователи интернета почувствовали свою социальную значимость. Предвыборная кампания превратилась в движение, ставшее доступным каждому с помощью социальных сетей, которыми его участники и так пользовались ежедневно. Оказалось, влиться в политическую жизнь так же легко, как открыть окошко браузера и сделать учетную запись в социальной сети.

Барак Обама удалось добиться от своих сторонников того, что так ценил в покупателях Стив Джобс, – они стали проповедниками его идей. Волонтеры работали неумоимо и совершенно бесплатно. Как настоящие проповедники.

На чем же строился успех кампании?

Предвыборный штаб относился к кандидату в президенты как к бренду. Чтобы бренд полюбился многим, его внутреннее содержание должно быть близко большей части аудитории. Бренд – это репутация, основанная на многочисленных воспоминаниях и эмоциях.

Большинство из нас убеждают других, используя только логику. Однако чувства влияют на решения так же сильно, как здравый смысл, а может быть, и гораздо больше. Эмоции можно вызвать с помощью историй.

В марте 2007 года в команду Обамы пришел писатель и режиссер-документалист Сэм Грэм-Фелсен. Он должен был рассказывать истории и вести блог в рамках предвыборной кампании.

Прежде чем засесть за писанину, Сэм много встречался со сторонниками Барака Обамы. Режиссер слушал, о чем они мечтают и чего ждут от кандидата в президенты. В итоге многие из услышанных Сэмом рассказов были использованы им в самой разной форме – от электронных писем до видеоматериалов.

В результате команде Обамы удалось собрать через социальные сети пять миллионов сторонников. Они разослали миллиард электронных писем и текстовых сообщений (было набрано целых три миллиона постоянных подписчиков, которым высылали эсэмэски).

В день выборов через Twitter сторонники Обамы рассылали бесплатные номера телефонов и информацию о ближайших участках для голосования или работе для волонтеров. На сайтах в тех штатах, где конкуренция между кандидатами была особенно высока, пользователям рассылали адреса пяти их соседей и просьбу постучаться к ним или позвонить по телефону и пригласить на выборы.

Обычно в ходе выборов кандидаты устраивают ужин с людьми, которые внесли наибольшие суммы в поддержку предвыборной кампании. Обама же ужинал с добровольцами, которые внесли не крупные денежные взносы, а наиболее мощный вклад в агитацию. Эта встреча транслировалась в прямом эфире. Естественно, через социальные сети, а не телевизионные каналы.

Возможно, вы спросите, какое отношение предвыборная кампания далекого американского президента имеет ко мне и к моим постам в социальных сетях? Моим экспертным колонкам в СМИ?

Если вы используете прессу и социальные сети для работы, то поймете – самое прямое. Чтобы стать экспертом в своей области, достигать своих целей с помощью медиа и в итоге получить деньги и власть, мало просто хорошо писать. Нужно уметь построить стратегию продвижения себя, своих услуг, товаров или бренда.

Многие компании путают социальные сети с мегафоном, в то время как их скорее можно сравнить с многоканальным телефоном. Это ваше собственное средство массовой информации.

Ваша политика в социальных сетях

Журнал или газета не могут существовать без редакционной политики и планирования. Ими вам предстоит заняться, прежде чем вы начнете сочинять и публиковать авторские материалы и посты.

Если сформулировать четыре принципа успешной кампании Барака Обамы в социальных сетях, то звучать они будут так:

- Рассказывайте истории, которые вызывают чувства.
- Сочувствуйте. Проникнитесь тем, что волнует вашу аудиторию. Какое отношение это имеет к вашей кампании?
- Будьте искренни. Ваши эмоции заразительны, и аудитория легче проникнется вашими идеями.
- Распространяйте информацию через разные медиаресурсы.

Писать для социальных сетей следует по тем же правилам, по которым пишут экспертные или авторские колонки.

- В колонке должна быть одна мысль; если их две, пусть это будут две отдельные колонки.
- Эта мысль должна быть настолько проста, чтобы ее можно было сформулировать в одном предложении.
- Эта мысль может быть по-хорошему провокационной, если окажется спорной, острой, не за мир во всем мире – лучше всего.
- Эта мысль должна иллюстрироваться какими-то жизненными примерами.
- Из этой мысли должны следовать выводы, полезные на деле.

Начало и финал

Первое предложение или заголовок авторской колонки важны, как ничто иное. От выбранных вами слов зависит, захочет ли читатель тратить время на чтение ваших текстов, сможете ли вы убедить его приблизить вас к достижению цели. В то же время недопустимо жертвовать здравым смыслом в угоду хлесткости. Заголовок «Президент погиб» недопустим, если речь в заметке идет о президенте Анголы.

Созданию эффектных финалов можно поучиться у телевизионщиков.

Задумывались ли вы о популярности сериалов? Обратите внимание, когда будете смотреть новые серии: самое интересное происходит обычно в конце. Зрителей «подвешивают на крючок» любопытства. Незавершенность истории заставляет включать телевизор снова и снова.

О чем ваш сериал? Помните ли вы при написании своего сценария, что лучшие книги – те, в которых мы читаем свои мысли? Аудитория пойдет за вами, если ваши аргументы будут ей близки. Хорошо ли вы изучили своих клиентов и заказчиков?

Упражнения к главе 5

Упражнение 1

Придумайте новость для вашей страницы в социальной сети.

В заголовке кратко сформулируйте суть новости.

Придумайте заголовок, который привлекает внимание читателя.

Соответствует ли заголовок смыслу заметки?

Провокационна ли ваша идея?

Придумайте несколько аргументов, подтверждающих вашу мысль. Запишите их.

Напишите по абзацу для каждой мысли.

Пост готов.

Примите во внимание, что для социальных сетей (если только речь не идет о ЖЖ – он огромен) допустим один большой пост в неделю. Остальные пишите гораздо короче.

Упражнение 2

Чтобы каждое утро не ломать голову над тем, что сегодня разместить на странице, удобно пользоваться ежемесячным календарем публикаций.

Составьте дневник публикаций для вашей страницы. Придумайте двадцать тем, на которые можете написать пост; разместив фотографию с подписью, сделайте опрос.

Если вы не смогли набросать сюжеты хотя бы примерно двадцати постов, подумайте, стоит ли заводить страницу?

Календарь публикаций составляется один раз в месяц. Это удобно делать во время совещания, в котором принимают участие представители максимального числа отделов компании.

Для чего нужно участие в совещании максимального числа коллег? Во-первых, для того, чтобы новости и идеи разных отделов (от колл-центра до продавцов) нашли путь на страницу, на которой компания общается с клиентами. Во-вторых, так достигается максимальное участие сотрудников в продвижении компании в социальных сетях. Высока вероятность, что после совместных совещаний новости о компании постят на своих страницах не только пиарщики и маркетологи, но и их коллеги из других отделов.

Запишите, какие отделы компании или какие сотрудники могут быть вам полезны при составлении дневника публикаций.

В календарь публикаций входят: новости компании, информация о рынке, информация о сотрудниках компании, о проектах компании, любопытные факты на близкую тему.

Информация подается в виде текстов, фото, рисунков, видео. Не злоупотребляйте инфографикой. Часто смысла в ней меньше, чем в статистических данных.

Упражнение 3

Подавая информацию, следует использовать журналистские приемы. Так, например, не будем представлять пост «сотрудник нашей компании ФИО высказался на такую-то тему». Будем брать самую броскую, цепляющую цитату из текста, цитировать ее и добавлять: «уверен ИФ, должность» или «считает ИФ, должность».

Для единообразия в подаче информации необходимо составить правила отбора новостей для аккаунтов в социальных сетях. То есть раз и навсегда решить, какую информацию

мы публикуем по мере появления, а о чем не пишем никогда. Договориться, что все фотографии подписываются, а к видео, помимо подписей, прилагается еще и краткое описание.

О чем вы никогда не будете писать на странице в социальных сетях?

Если вы сами будете вести свои страницы, помните: модератор аккаунтов должен быть вежлив в любом случае. Подготовьтесь к тому, что ваши читатели будут часто переходить на личности и вымещать на администраторе недовольство компанией или продуктами. Так происходит из-за психологической незрелости оппонентов, а не потому, что админ действительно плох. Пусть с модератором поделятся опытом сотрудники колл-центра.

Если вы ведете корпоративную страницу, избегайте разговоров о политике, религии и оценочных суждений.

Вспомните какой-нибудь недавний пост, который вызвал у вас раздражение. О чем там шла речь?

Глава 6

Практическая стилистика

В режиме правки

«Хватит! Хватит с нас теории и упражнений! Хотим сами писать!» – заявили мне ученики из нижнетагильского волонтерского фонда после первого занятия. Через несколько дней я получила вот такой репортаж.

В Нижнем Тагиле отметили «День волонтеров».

5-ое декабря в календаре зарегистрирован как – «Международный День волонтеров». Который, в 1985 году, на 40-й сессии в специальной резолюции Генеральная Ассамблея ООН предложила правительствам отмечать этот день, во имя экономического и социального развития. Призвав их осуществлять меры для побуждения людей во всех сферах деятельности, предлагая свои услуги в качестве добровольцев. Ряд волонтерских организаций России существуют по 10–15 и более лет, имеют давние традиции, хорошо развитую региональную сеть, авторитет, занимаются нужными и важными вещами. Помогают больным и детдомовским детям, немощным старикам, организуют донорство, охраняют природу, исторические памятники и другие объекты культуры.

Волонтеры помогают всем слоям населения, и всегда спешат туда, где нужна помощь.

Так и в Нижнем Тагиле, волонтеры города объединились в Клуб волонтеров «XXX», и свой профессиональный праздник отметили делом. Основным направлением акции в этот день было, оказать помощь, Пансионату УУУ. Добровольцы клуба волонтеров «XXX», прихожане Церкви ZZZ, волонтеры Центра Поддержки Гражданских Инициатив «AAA», Молодежное движение СО ООО «BBB», а также студенты колледжей и институтов, подготовили творческий концерт. Начался концерт в 11 часов дня, и на протяжении полутора часов, участники выступлений удерживали внимание зрителей творческими номерами.

Ведущие праздника говорили ветеранам и инвалидам о любви, выражая им почтение словами благодарности, за стойкость, оптимизм и мужество. Участники концерта, в свою очередь, подготовили танцевальные номера разных стилей: «Испанского», «Цыганского», «Русско-народного» и «Украинского». Исполнители вокального жанра представили романсы, пели песни о любви и дружбе.

«Мы очень рады выступать перед такой публикой, потому что ветераны – это особенные для нас люди. Мы надеемся, что наше творчество поднимет им настроение!» – поделилась Анастасия _____, участница концерта из Педагогического колледжа.

Судя по выкрикам «Браво!», «Молодцы!» и благодарным отзывам зрителей, цель организаторов и участников концерта, была достигнута – люди получили заряд положительных эмоций и с хорошим настроением разошлись по своим корпусам.

«Мы восхитительно провели время! В нашем зале никогда еще не было такого разнообразия творческих номеров! Но самое приятное – это видеть молодежь, которой сегодня не зазорно выступать перед такой публикой, как наша!» – поделилась сотрудница Пансионата.

На этом волонтеры не закончили свой день. Помимо творческого мероприятия, добровольцы проявили заботу о ветеранах и инвалидах – делами. После концерта все, кого не торопило время, остались помогать обслуживающему персоналу Пансионата. Женская часть занималась мытьем полов, стен, инвентаря, инвалидных колясок и многим другим. А мужчины, чтобы не остаться в стороне, расчищали от снега прилегающую территорию, облагораживая тем самым вид зимнего сада.

Остальные жители Нижнего Тагила тоже не остались без внимания. Им раздавали флаеры, в которых информация, поднимала значимость движения волонтеров, а также о том, что добровольцы – это люди, которые безвозмездно тратят свое свободное время на благо общества, ожидая от своего кропотливого труда только одного – перемен в городе.

Может быть, вам весело читать подобные опусы, но на человека, которому предстоит доводить такой репортаж до состояния «можно публиковать», они наводят тоску. И все же мысли думать удобнее свои, а вот тексты править – чужие. Берите карандаш и приступайте к правке. Затем сравним результаты.

После моей правки текст выглядел вот так:

В Нижнем Тагиле отметили «День волонтеров». **Точка в заголовке не ставится**

Пятое числительные до десяти лучше писать словами декабря в календаре зарегистрирован день не может быть зарегистрирован как «Международный День волонтеров». (Который – лишнее слово) В 1985 году на 40-й сессии в специальной резолюции Генеральная Ассамблея ООН предложила правительствам отмечать этот день как предложила отмечать? во имя экономического и социального развития во имя развития чего? И кого? Штампы переводим на нормальный язык. Призвав их – кого? осуществлять меры – какие? для побуждения людей во всех сферах деятельности, предлагая свои услуги в качестве добровольцев последнюю часть предложения я не поняла совсем. Ряд почему «ряд»? волонтерских организаций России существуют по 10–15 и более лет, имеют лучше сказать «у них есть свои традиции» давние традиции, хорошо развитую региональную сеть они работают не только в столице, но и в регионах, авторитет, занимаются нужными и важными вещами а есть волонтерские организации, которые занимаются неважными и ненужными вещами? Помогают больным и детдомовским детям, немощным штамп старикам, организывают донорство донорство разве можно организовать?, охраняют природу, исторические памятники и другие объекты культуры.

Волонтеры помогают всем слоям населения штамп: лучше «людям» и всегда спешат туда, где нужна помощь.

Разве не логичнее было бы здесь рассказать о том, чем занимаются волонтеры Нижнего Тагила?

Так и в Нижнем Тагиле волонтеры города объединились в Клуб волонтеров «XXX» и свой профессиональный праздник отметили делом.

Зачем они объединились? Чтобы отметить праздник? Основным направлением акции у акции может быть цель, но не направление – **основной целью** в этот день было оказать помощь пансионату «УУУ». Добровольцы клуба волонтеров «ХХХ», прихожане церкви ZZZ, волонтеры Центра поддержки гражданских инициатив «ААА», молодежное движение «ВВВ», а также студенты колледжей и институтов подготовили творческий концерт всегда творческий концерт. Начался концерт в 11 часов дня, и на протяжении полутора часов участники выступлений удерживали внимание зрителей творческими номерами. **О! Мы вспомнили, что пишем репортаж) я не вижу смысла писать, что концерт был утренником и длился полтора часа. Или есть скрытый смысл? Нечто специфическое?**

Ведущие праздника говорили ветеранам и инвалидам о любви **правда? Можно цитату?**, выражая им почтение словами благодарности **очень коряво** за стойкость, оптимизм и мужество **в чем проявляется стойкость, оптимизм и мужество зрителей помимо того, что они пришли на концерт?** Участники концерта, в свою очередь **а кто-то что-то делал в его очередь? Или ветераны и инвалиды проявили мужество и стойкость, и тогда участники концерта подготовили или представили номера?**, подготовили танцевальные номера разных стилей: испанского, цыганского, русско-народного и украинского **нет таких стилей в танце.** Исполнители вокального жанра **певцы? представили спели? Или рассказали о романсах?** романсы, пели песни о любви и дружбе.

«Мы очень рады выступать перед такой публикой, потому что ветераны – это особенные для нас люди. Мы надеемся, что наше творчество поднимет им настроение!» – поделилась Анастасия _____, участница концерта **студентка** из педагогического колледжа.

Судя по выкрикам «Браво!», «Молодцы!» и благодарным отзывам зрителей, цель организаторов и участников концерта была достигнута – люди получили заряд положительных эмоций и с хорошим настроением разошлись по своим корпусам. **По палатам, наверное? Наверяд ли у каждого из зрителей есть свой корпус.**

«Мы восхитительно провели время! В нашем зале никогда еще не было такого разнообразия творческих номеров! Но самое приятное – это видеть молодежь, которой сегодня не зазорно выступать перед такой публикой, как наша!» – поделилась сотрудница пансионата. **Она и правда говорила такими словами? И что особенного в публике?**

На этом волонтеры не закончили свой день. **То есть в 11 начали, а в 12:30 волонтеры уже день могут закончить? Что они не закончили? Чем волонтеры занялись после концерта?** Помимо творческого мероприятия штамп добровольцы проявили заботу штамп о ветеранах и инвалидах – делами. **То есть раньше проявляли заботу песнями и плясками?** После концерта все, кого не торопило время **время торопит – так не говорят,** остались помогать обслуживающему персоналу **кому именно? Это штамп пансионата.** Женская часть **девушки занялись уборкой?** занималась мытьем полов, стен, инвентаря, инвалидных колясок и многим другим. А мужчины, чтобы не остаться в стороне **а уборкой им зазорно было заняться?** расчищали от снега прилегающую территорию, облагораживая штамп тем самым вид **а просто зимний сад облагораживать нельзя? Зачем именно вид зимнего сада? зимнего сада.**

Остальные жители Нижнего Тагила тоже не остались без внимания. **Звучит так, как будто вы выступили еще раз на площади города или по телевизору.** Им раздавали флаеры, в которых информация поднимала **информация во флаерах не может поднимать** значимость движения волонтеров, а также о том, что добровольцы – это люди **можно подумать, кто-то решил, что инопланетяне**, которые безвозмездно тратят свое свободное время на благо общества, ожидая от своего кропотливого труда только одного – перемен в городе **ничего себе у них ожидания. Вряд ли флаер порадовал кого-то так же, как концерт ветеранов.**

Кто оказался добрее к авторам – вы или я? Хотите переписать текст? Получится скучная заметка, но, надеюсь, написана она будет хорошим языком.

Великий и могучий хороший язык

Перейдем к самому сложному. Что такое хороший язык? Какой должна быть внятная письменная речь? По каким законам она строится? Обратите внимание: вы читаете строки, но они не безмолвны. Слова произносит голос в вашей голове. Ритм, длина предложений, порядок слов в тексте столь же весомы, как и лексика, которую мы используем.

Слова, слова, слова...

Начнем с выбора слов, то есть с лексики. Внимательно следите за тем, чтобы говорить с аудиторией на ее языке, но при этом не нарушать нормы языка литературного. Статья, адресованная молодежной аудитории, и статья о научной конференции не могут быть лексически однородны. Вряд ли ученые обрадуются, если вы назовете их форум «тусовкой», но и посетители клубной акции не поймут, с чего бы это они вчера оказались на «симпозиуме». Особенно требовательно подходите к выбору слов, если пишете для интернета или радио. Сравните сами: читать с монитора гораздо сложнее, чем с газетного листа.

Что касается радио, то у нашей аудитории есть только один шанс услышать и понять то, о чем мы говорим в эфире, – если мы здесь и сейчас прямо и четко скажем, что имеем в виду. Поэтому мы и стараемся говорить просто и понятно.

Не спорьте, просто примите на веру: любое иностранное слово можно и нужно заменить родным. Глагольное существительное – глаголом.

«И говорит, как пишет...»

Если ритм нарушен, предложение слишком длинно или слишком коротко, а порядок слов не соответствует ритму, значит, содержание вашего сообщения воспринять трудно или вовсе невозможно. А при этом вы можете говорить о важных вещах, используя точно подобранные слова, правильные термины.

Существует еще одна опасность: вы написали безупречное с точки зрения грамматики предложение, но читатель его не воспринимает, а пробегает глазами и тут же забывает – содержание в его сознании не задерживается. Отчего так? Дело в том, что вы создали текст, не имеющий личностной окраски. Почти как робот или оживший словарь. И получается, что даже ценная информация, поданная безлично, не интересна.

Отсюда первый совет: пишите, как говорите, теми же словами и с тем же ритмом. А потом правьте написанное, чтобы оно соответствовало нормам русской письменной речи. Так у вас появится шанс сохранить в тексте свой голос, собственный стиль.

Откажитесь от напыщенности, пафоса и штампов. Соблюдать эти требования – самое сложное для начинающего автора. Вначале кажется: я буду выглядеть легкомысленно и даже глупо, если откажусь от сложных конструкций, терминов, речевых приемов, которые употребляют «большие, солидные люди».

Но давайте сравним.

Прочтите примеры. Какие предложения вам нравятся больше?

Книгу я тебе вручил // Я передал тебе книгу

Мы ведем борьбу за повышение успеваемости // Учеба важна для нас
как никогда

Огромную работу провел сотрудник // Сотрудник хорошо поработал

Лично мне во всех трех парах значительно симпатичнее вторые предложения. Почему? Да просто потому, что в них по-человечески говорится о людях.

Итак, текст должен быть грамотно написанным, четким и ясным по содержанию, лично окрашенным, внятным. Теперь давайте подробнее поговорим о том, по каким языковым критериям строится хороший текст.

Долго ли, коротко ли

Отдавая предпочтение коротким предложениям, мы все-таки пытаемся варьировать длину предложений, иначе речь автора репортажа или диктора может опять-таки оказаться подобной речи робота.

Всем без исключения авторам пригодится правило радиожурналистов Би-би-си: прежде чем выдавать материал в эфир, прочитайте его вслух. Это касается текстов не только для телевидения или радио, но и для печатных СМИ. Если текст неудобно произносить, если у вас не хватает дыхания, если, произнося какое-то словосочетание, вам приходится ломать язык и если, например, вашей бабушке это будет непонятно, скорее всего, материал написан плохо.

Прочтите другому человеку то, что написали. Там, где у слушателя возникнут вопросы, и будут места в тексте, которые необходимо переписать, уточнить. Читая вслух, вы и сами заметите собственные ляпы.

Канцеляризм

Как вы хотите писать – канцеляризмами или разговорным языком? Похожую проблему мы уже обсуждали выше: что вам больше понравилось – текст со штампами или без?

На самом деле вопрос непростой. Буквально слышу, как вы возражаете, мол, мы и сами употребляем канцеляризм в письменной речи. Увы и ах, они действительно вошли в нашу жизнь после Октябрьской революции. Мы пишем «производить забор воды» вместо «набрать воду», не замечая, что канцеляризм «забор» – нечаянный омоним к существительному, означающему нечто совсем другое. Мы можем написать, что необходимо «произвести поливку» цветов или «произвести проверку» школьных тетрадей. Все эти «с учетом вышеизложенного перехожу к нижеследующему» кажутся нам верхом солидности и весомости речи.

По определению «классический» русский – это пушкинский и послепушкинский язык. Над «чиновничьим» говорением потешался еще Гоголь. Однако по времени писатели конца XIX – начала XX века ближе к нам, чем Пушкин или Гоголь. Но если открыть том Толстого или Чехова, разница между нашей и их речью огромна. Значение каждого слова в «Анне Карениной» или «Человеке в футляре» понятно без словарей, но какое удовольствие доставляет их речь! Откройте книги и сами убедитесь, как хорош текст без штампов.

Вроде бы классики пишут те же самые слова, что и мы, но «производить забор/полив/проверку» разве у них найдешь? Писатели, следуя гоголевской традиции, если и использовали канцеляризм, то лишь для того, чтобы передать корявую речь героя-чиновника.

Увы, лексика и синтаксис лозунгов и политических призывов вошли в наш разговорный язык. Появились *население микрорайона, проживает с женой и детьми, порожденные состоянием, владеет домом, создает удобства, порывы ветра превосходили, заслуживало внимания, обладавший безусловным перевесом* и т. д. И авторы смело пишут: «ставил вопрос о солке огурцов» и «сотрудниками эпидемиологической станции проводится забор проб» вместе того, чтобы спросить, «станем ли огурцы солить», или сообщить, что «эпидемиологи взяли пробы».

Не круто написать «убирать». Почему-то многим кажется гораздо круче «проводить работы по облагораживанию территории». И это пишут наследники великого и могучего русского языка – единственной национальной ценности, которой мы еще вроде бы можем гордиться.

Можно, конечно, возразить, сказав, что так поступают многие, если не все. Можно. А можно претендовать и на большее.

Хорошо ли звучит «процесс развития движения за укрепление сотрудничества»? А как вам «блуждание» вместо «блуждать»? «С полным ошеломления удивлением» вместо «он был ошеломлен и удивлен»?

Слышали вы термин «канцелярит»? Ввел его Корней Иванович Чуковский. В книге «Живой как жизнь: о русском языке» он написал о недуге, который поразил русский язык. Об этом же говорила замечательная отечественная переводчица Нора Галь в книге «Живое и мертвое»: «...канцелярит – это мертвечина. Он проникает и в художественную литературу, и в быт, в устную речь. Даже в детскую. Из официальных материалов, из газет, от радио и телевидения канцелярский язык переходит в повседневную практику. Много лет так читали лекции, писали учебники, даже буквари. Вскормленные языковой лебедой и мякиной, учителя в свой черед питают той же сухомыткой черствых и мертвых словес всё новые поколения ни в чем не повинных ребятишек».

Ваш язык болен канцеляритом, если вы склонны заменять глаголы деепричастиями и существительными. Используйте глаголы в пассивной форме, расщепляете сказуемое.

Например: «он находился в состоянии усталости» вместо «устал» или «он понимаем нами» вместо «мы понимаем его», «было принято решение» вместо «решили», «ученый, пишущий диссертационную работу» вместо «ученый пишет диссертацию», «молодой человек, проходя мимо сада, увидел» вместо «молодой человек шел мимо сада и увидел».

Другая характерная для канцелярита черта – цепочки существительных: «процесс развития движения за укрепление сотрудничества», «участие в борьбе за повышение производительности труда», «функции программных средств управления процессом производства изделий народного потребления». Продолжите список сами.

Любит канцелярит длинные предложения, путаный строй фразы. Начинаящим авторам я советую придерживаться прямого порядка слов: подлежащее, сказуемое, затем другие члены предложения. Ставьте точку там, где хочется поставить точку с запятой или двоеточие. Длинные предложения делите. Иногда так и говорю: предложение может быть чуть-чуть длиннее строки в компьютерном документе, но не более чем на пять слов.

Крайне редко используйте официально-канцелярские слова.

Канцелярит	Литературный аналог
следовательно	значит, стало быть
действительно	в самом деле, впрямь, вправду, по-настоящему
заблаговременно	заранее, вовремя
направлялся	шел
произошло происшествие	случилось, случай
лично, самолично	сам
обнаружил	увидел, заметил, открыл
не выразил никакого удивления	не удивился
не стояла необходимость	незачем было
на расстоянии ста миль	за сто миль
по мере удаления	чем дальше
не играет никакой роли	неважно
на протяжении, по истечении двух часов	за два часа, через два часа, два часа спустя
в южном направлении	к югу, южнее
это вызвало у меня раздражение	я злился, сердился, досадовал

Прилагательные

Прилагательные опасны тем, что их легко использовать для выражения мнения или оценки того или иного человека или действия. Многие прилагательные могут иметь или приобретать в контексте оценочный смысл, а он не всегда допустим.

Другое нежелательное последствие использования прилагательных – неоправданное усиление новости. К примеру, нельзя сказать «массовая акция шахтеров», если в пикете принимало участие 20 человек.

Начинающим полезно отказаться и от прилагательных, не несущих смысловой нагрузки. Если вначале нужно нажать красную кнопку, а только потом серую, прилагательные оставляем. В остальных случаях исчезновение прилагательных пройдет совершенно безболезненно для текста. Проверьте на своих заметках.

Достучаться до читателя

Если вы хотите вызвать чувства, достучаться до читателя, не берите привычное слово. Ищите редкое. Оно воспринимается ярче. Словари синонимов должны стать вашими настольными книгами. Знаете, какой вопрос во время работы чаще всего задают друг другу журналисты в редакциях? Они просят коллег помочь найти самое точное слово.

Например, «мы хорошо повеселимся, очень хочется выпить». А теперь посмотрим, какие слова выбирает переводчик рассказа Эрнеста Хемингуэя. «Повеселимся на славу» – и продолжает: «смерть как хочется выпить».

Упражнения к главе 6

Упражнение 1

Придумайте пример для каждого правила:

1. Помните о том, что в большинстве случаев связку «о том» можно исключить.
2. Страдательный залог должен быть избегаем.
3. Уточнения в скобках (хоть и существенные) бывают (обычно) излишними.
4. Плохо зная грамматику, сложные конструкции должны употребляться с осторожностью.
5. Что касается незаконченных предложений...
6. Тех, кто заканчивает предложение предлогом, посылайте на. Не грубости ради, но порядка для.
7. Предложение из одного слова? Плохо.
8. И не начинайте предложение с союза.
9. НИКОГДА не выделяйте слова прописными буквами.
10. Провирай по словарю написание слов.
11. Метафора – это гвоздь в ботинке, и лучше ее выполоть.
12. Преувеличение в миллион раз хуже преуменьшения.
13. Ненужная аналогия в тексте – как шуба, заправленная в трусы.
14. Не применяйте длинные слова там, где можно применить непродолжительнозвучащие.
15. Кому нужны риторические вопросы?
16. Маленькое замечание о повторах, которые иногда встречаются в статьях, которые появляются в изданиях, которые и так переполнены цитатами, которые иногда затуманивают мысль, которую хотел высказать автор, о которой мы и хотели сделать это замечание.
17. Сюсюканье – фу. Оставь его лялечкам.
18. Позаботься о благозвучии фразы, у тебя ж опыта больше.
19. Небезинтересно было бы взывать штраф с безалаберных за неверное написание гласных после приставок.
20. Не следует пытаться не избегать двойных отрицаний.
21. Не ставьте два «не» подряд, если это не необходимо.
22. У слова «нет» нету форм словоизменения.
23. Коллеги обращения надо как-то выделять.
24. Которые являются придаточными предложениями, составлять надо правильно.
25. Мы хотим отметить, что менять лицо, от имени которого ведется изложение, автор этих строк не рекомендует.
26. Заканчивать предложение местоимением – дурной стиль, не для этого оно.
27. Если неполные конструкции – плохо.
28. Правило гласит, что «косвенная речь в кавычки не берется».
29. Числительные до 10 включительно лучше писать прописью.
30. Склонять числительные можно сто двадцать пятью способами, но только один из них правильный.
31. Сдержанность изложения – всегда абсолютно самый лучший способ подачи потрясающих идей.
32. Будьте более или менее конкретны.
33. Слов порядок речи стиля не меняет?

Приложение. Пишите правильно

Числа, знаки, сокращения

Века обозначаются римскими цифрами.

Предложение с цифр не начинается.

Знаки №, % от числа пробелами не отбиваются.

Нарращение (буквенное падежное окончание) используется в записи порядковых числительных: ученик 11-го класса; 1-й вагон из центра; 5-й уровень сложности; занять 2-е и 3-е места; в начале 90-х годов. Нарращение должно быть однобуквенным, если последней букве числительного предшествует гласный звук: 5-й (пятый, пятой), 5-я (пятая), и двухбуквенным, если последней букве числительного предшествует согласный: 5-го, 5-му.

Международный стандарт обозначения времени, принятый и в России, – через двоеточие: 18:00.

Для обозначения крупных чисел (тысяч, миллионов, миллиардов) используются сочетания цифр с сокращением тыс., млн, млрд, а не цифры с большим количеством нулей.

После сокращений *млн* и *млрд* точка не ставится, а после *тыс.* – ставится.

Слово «вуз» пишется строчными буквами.

В некоторых аббревиатурах используются и прописные, и строчные буквы, если в их состав входит однобуквенный союз или предлог. Напр.: *КЗоТ* – Кодекс законов о труде; *МиГ* – Микоян и Гуревич (марка самолета).

Географические названия

Вместо «Чечня» пишется *«Чеченская республика»*.

В Конституции РФ прописан вариант *«Республика Тыва»*.

Правильно писать *Шарм-эль-Шейх*.

Правильно писать *сектор Газа*.

Употребляется только *с Украины / на Украину*.

Предпочтительнее употреблять варианты *«власти Эстонии», «университеты Европы»* и т. п. вместо *«эстонские власти», «европейские университеты»*.

Правильно: *в г. Нижнем Новгороде, в г. Санкт-Петербурге, в городе Москве, в городе Владивостоке, в Видном, из Видного, но: в городе Видное, из города Видное; в Великих Луках, но: в городе Великие Луки*.

Топонимы славянского происхождения на *-ов(о), -ев(о), -ин(о), -ын(о)* традиционно склоняются: *в Останкине, в Переделкине, к Строгину, в Новокосине, из Люблина*.

В названии типа *«Москва-река»* склоняются обе части: *Москвы-реки, Москве-реке, Москву-реку, Москвой-рекой, о Москве-реке*.

Прописные («большие») / строчные («маленькие») буквы и кавычки

Названия высших выборных учреждений зарубежных стран обычно пишутся со строчной буквы. Например: *риксдаг, кнессет, конгресс США, бундесрат, сейм* и т. п.

Первое слово выборных учреждений временного или единичного характера в исторической литературе пишут с прописной буквы. Напр.: *Временное правительство* (1917 г. в России), *Генеральные штаты, Государственная дума, III Дума*.

Артикли, предлоги, частицы *ван, да, дас, де, дель, дер, ди, дос, дю, ла, ле, фон* и т. п. в западноевропейских фамилиях и именах пишутся со строчной буквы и отдельно от других составных частей. Напр.: *Людвиг ван Бетховен, Леонардо да Винчи*.

Составные части арабских, тюркских и других восточных личных имен (*ага, ал, аль, ар, ас, аш, бей, бен, заде, оглы, шах, эль* и др.) пишутся, как правило, со строчной буквы и присоединяются к имени через дефис. Напр.: *Зайн ал-Аби-дин, аль-Джахм, Харун ар-Рашид, Турсун-заде*.

С прописной буквы пишутся названия стран света, когда они употребляются вместо географических названий. Напр.: *народы Востока* (то есть восточных стран), *Дальний Восток, страны Запада, Крайний Север*.

В названиях республик РФ все слова пишутся с прописной буквы. Напр.: *Республика Алтай, Кабардино-Балкарская Республика, Республика Северная Осетия*.

В названиях краев, областей, округов родовое или видовое понятие пишется со строчной буквы, а слова, обозначающие индивидуальное название, – с прописной. Напр.: *Приморский край, Агинский Бурятский автономный округ*.

В названиях групп, союзов и объединений государств политического характера с прописной буквы пишется первое слово, а также собственные имена. Напр.: *Азиатско-Тихоокеанский совет, Европейское экономическое сообщество (ЕЭС), Лига арабских государств (ЛАГ)*.

В названиях важнейших международных организаций с прописной буквы пишутся все слова, кроме служебных. Напр.: *Общество Красного Креста и Красного Полумесяца, Организация Объединенных Наций (ООН), Совет Безопасности ООН*.

В названиях зарубежных информационных агентств все слова, кроме родового, пишутся с прописной буквы и название в кавычки не заключается. Напр.: *агентство Франс Пресс, Ассошиэйтед Пресс*.

В собственных названиях академий, научно-исследовательских учреждений, учебных заведений с прописной буквы пишется только первое слово (даже если оно является родовым названием или названием, указывающим специальность), а также собственные имена, входящие в сложное название. Напр.: *Российская академия наук, Военно-воздушная академия им. Ю. А. Гагарина, Российский университет дружбы народов*.

В названиях зрелищных учреждений (театры, музеи, парки, ансамбли, хоры и т. п.) с прописной буквы пишется только первое слово, а также собственные имена, входящие в название. Напр.: *Государственный академический Большой театр России, Центральный академический театр Российской армии, Московская государственная консерватория им. П. И. Чайковского, Государственная оружейная палата*.

В названиях фирм, акционерных обществ, заводов, фабрик и т. п. с условным наименованием в кавычках с прописной буквы пишется первое из поставленных в кавычки слов; родовое же название и название, указывающее специализацию, пишутся со строчной буквы. Напр.: *кондитерская фабрика «Красный Октябрь», научно-производственная фирма «Рос-*

сийская нефть», акционерное общество «Аэрофлот – Российские международные авиалинии».

Сокращенные названия, составленные из частей слов, пишутся с прописной буквы, если обозначают учреждения единичные, и со строчной, если служат наименованиями родовыми. В кавычки они не заключаются. Напр.: *Гознак, Внешэкономбанк, но: спецназ.*

Не заключаются в кавычки названия фирм, компаний, банков, предприятий, представляющие собой сложносокращенные слова и аббревиатуры, если нет родового слова: *ЛУКОЙЛ, Газпром, РЖД, НТВ*. При наличии родового слова написанное кириллицей название заключается в кавычки: *компания «ЛУКОЙЛ», ОАО «Газпром», ОАО «РЖД», телеканал «НТВ».*

Первое слово и собственные имена в полных официальных названиях партий и движений пишутся с прописной буквы. Напр.: *Всероссийская конфедерация труда, Союз женщин России, Демократическая партия России, Коммунистическая партия РФ.*

Названия неофициального характера пишутся со строчной буквы (в том числе аналогичные названия дореволюционных партий в России). Напр.: *партия консерваторов* (в Великобритании и др. странах), *партия меньшевиков, партия кадетов.*

Названия партий, движений символического характера заключают в кавычки, первое слово пишут с прописной буквы. Напр.: *партия «Народная воля», «Демократический выбор России», движение «Женщины России», исламское движение «Талибан», «Аль-Каида».*

Названия движений ФАТХ и ХАМАС представляют собой аббревиатуры, поэтому пишутся они прописными буквами и в кавычки не заключаются. Эти слова склоняются!

Высшие должности РФ пишут с прописной буквы только в официальных документах (законах, указах, дипломатических документах): *Президент Российской Федерации, Председатель Правительства РФ*. В остальных случаях – со строчной! Напр.: *На совещании присутствовали президент РФ, председатель Государственной думы, министры.*

Высшие почетные звания РФ пишутся с прописной буквы: *Герой Российской Федерации*, а также почетные звания бывшего СССР: *Герой Советского Союза, Герой Социалистического Труда.*

Другие должности и звания всегда пишутся со строчной буквы: *помощник Президента РФ, губернатор, мэр, маршал, генерал, лауреат Нобелевской премии.*

Названия высших и других государственных должностей пишут со строчной буквы. Напр.: *император Японии, королева Нидерландов, президент Французской Республики.*

Названия высших должностей в крупнейших международных организациях пишутся со строчной буквы. Напр.: *генеральный секретарь Лиги арабских государств, председатель Совета Безопасности ООН.*

В названиях исторических эпох и периодов, революций, восстаний, конгрессов, съездов с прописной буквы пишут первое слово и собственные имена. Напр.: *эпоха Возрождения, Высокое Возрождение (также: Раннее, Позднее Возрождение), Ренессанс, Средние века, Парижская коммуна; Великая Октябрьская социалистическая революция, Великая французская революция, Медный бунт; Всероссийский съезд Советов, Съезд народных депутатов РФ.*

Названия исторических эпох, событий и т. п., не являющиеся собственными именами, пишутся со строчной буквы: *античный мир, гражданская война* (но как имя собственное: *Гражданская война в России 1918–1921 гг.*), *феодализм.*

Века, культуры, геологические периоды пишутся со строчной буквы. Напр.: *бронзовый век, каменный век, ледниковый период, юрский период.*

В названиях древних государств, княжеств, империй, королевств пишут с прописной буквы все слова, кроме родовых понятий «княжество», «империя», «королевство» и т. п. Напр.: *Восточная Римская империя, Древний Египет, Киевская Русь, Русская земля.*

В названиях знаменательных дат, революционных праздников, крупных массовых мероприятий с прописной буквы пишут первое слово и собственные имена. Напр.: *Первое мая, Всемирный день авиации и космонавтики, Год ребенка (1979), День Конституции РФ, Новый год, День Победы*, но: *с днем рождения*.

В названиях некоторых политических, культурных, спортивных и других мероприятий, имеющих общегосударственное или международное значение, с прописной буквы пишут первое слово и собственные имена. Напр.: *Всемирный экономический форум, Марш мира, Всемирный фестиваль молодежи и студентов, Олимпийские игры, Кубок мира по футболу, Кубок Дэвиса*.

В названиях с начальным порядковым числительным в цифровой форме с прописной буквы пишется следующее за цифрой слово: *1 Мая, 8 Марта, XI Международный конкурс имени П. И. Чайковского*. Если числительное в словесной форме, то с большой буквы пишется только оно: *Первое мая, Восьмое марта*.

Правильно: *«голубые фишки»*.

Правильно: *круглый стол* (без кавычек).

Названия, связанные с религией

С прописной буквы пишутся слово Бог (в значении единого верховного существа) и имена богов во всех религиях. Напр.: *Иегова, Саваоф, Яхве, Иисус Христос, Аллах, Брахма*; имена языческих богов, напр.: *Перун, Зевс*. Так же пишутся собственные имена основателей религий. Напр.: *Будда, Мухаммед (Магомет, Магомед), Заратуштра (Заратустра)*; апостолов, пророков, святых, напр.: *Иоанн Предтеча, Иоанн Богослов, Георгий Победоносец*.

С прописной буквы пишутся все имена лиц Святой Троицы (*Бог Отец, Бог Сын, Бог Дух Святой*) и слово *Богородица*, а также все слова, употребляющиеся вместо слова Бог (напр.: *Господь, Спаситель, Создатель, Всевышний, Вседержитель*) и слова Богородица (напр.: *Царица Небесная, Пречистая Дева, Матерь Божия*), а также прилагательные, образованные от слов Бог, Господь, напр.: *Господня воля, на всё воля Божия, храм Божий, Божественная Троица, Божественная литургия*.

В устойчивых сочетаниях, употребляющихся в разговорной речи вне прямой связи с религией, следует писать «бог» (а также «господь») со строчной буквы. Напр.: *(не) бог весть; бог (господь) его знает*.

Слова, обозначающие важнейшие для православной традиции понятия, пишутся с прописной буквы. Напр.: *Крест Господень, Святые Дары*.

С прописной буквы пишется первое слово в названиях различных конфессий. Напр.: *Русская православная церковь, Римско-католическая церковь, Армянская апостольская церковь*.

В названиях религиозных праздников с прописной буквы пишут первое слово и собственные имена. Напр., в христианстве: *Пасха Христова, Рождество, Вход Господень в Иерусалим, Крещение Господне*; в других религиях: *Курбан-Байрам, Рамадан, Ханука*.

С прописной буквы пишутся первые слова в словосочетаниях, обозначающих названия постов и недель (седмиц): *Великий пост, Петров пост, Светлая седмица, Страстная седмица*, а также слова *Масленица (Масленая неделя), Святки*.

В названиях органов церковного управления с прописной буквы пишется первое слово. Напр.: *Священный синод Русской православной церкви, Архиерейский собор, Московская патриархия, Центральное духовное управление мусульман России*.

В названиях духовных званий и должностей, в официальных наименованиях высших религиозных должностных лиц с прописной буквы пишутся все слова, кроме служебных и местоимений. Напр.: *Патриарх Московский и всея Руси, Вселенский Константинопольский Патриарх, Папа Римский*, но: *Во время беседы президент и патриарх...* Наименования других духовных званий и должностей пишутся со строчной буквы. Напр.: *митрополит Волоколамский и Юрьевский, архиепископ, кардинал, игумен, священник, дьякон*.

В названиях церквей, монастырей, икон пишутся с прописной буквы все слова, кроме родовых терминов (*церковь, храм, собор, лавра, монастырь, семинария, икона, образ*) и служебных слов. Напр.: *Казанский собор, Киево-Печерская лавра, храм Зачатия Праведной Анны, храм Христа Спасителя*.

Названия культовых книг пишутся с прописной буквы. Напр.: *Библия, Священное Писание, Евангелие, Ветхий Завет, Коран, Тора*.

Названия церковных служб и их частей пишутся со строчной буквы. Напр.: *литургия, вечерня, месса, крестный ход, всенощная*.

Названия, относящиеся к военной тематике

В важнейших военных названиях РФ, видах войск с прописной буквы пишется первое слово, а также имена собственные. Напр.: *Генеральный штаб Вооруженных сил РФ, Ракетные войска стратегического назначения, Сухопутные войска, Военно-воздушные силы.*

В названиях управлений и подразделений Министерства обороны РФ с прописной буквы пишется первое слово, а также имена собственные. Напр.: *Главное оперативное управление Генерального штаба Вооруженных сил РФ, Главный штаб Сухопутных войск.*

В названии военных округов и гарнизонов первое слово пишется с прописной буквы. Напр.: *Московский военный округ, Северо-Кавказский военный округ, Саратовский гарнизон.*

В собственных наименованиях войн пишутся с прописной буквы первое слово и собственные имена. Напр.: *Балканские войны, Отечественная война 1812 года, Первая мировая война*, но: *Великая Отечественная война* (традиционное написание); *афганская война (1979–1989 гг.)*.

В названиях боев, сражений, направлений с прописной буквы пишется первое слово (при дефисном написании – обе части названия). Напр.: *Берлинское направление, Бородинское сражение, 1-й Украинский фронт, Юго-Западный фронт.*

В названиях воинских частей, соединений с прописной буквы пишутся собственные имена. Напр.: *Вятский полк, Краснознаменный Балтийский флот, Сибирское казачье войско, 1-я Конная армия.*

В названиях орденов, не выделяемых кавычками, с прописной буквы пишется первое слово, кроме слова «орден». Напр.: *орден Мужества, орден Дружбы, орден Отечественной войны I степени, орден Святого Георгия*. В названиях орденов и знаков отличия бывшего СССР с прописной буквы по традиции пишутся все слова, кроме слова «орден», напр.: *орден Трудового Красного Знамени, орден Октябрьской Революции.*

В названиях орденов, медалей и знаков отличия, выделяемых кавычками, с прописной буквы пишут первое слово названия в кавычках и имена собственные. Напр.: *орден «За заслуги перед Отечеством», медаль «В память 850-летия Москвы».*

В названиях премий с прописной буквы пишется первое слово, кроме слова «премия». Напр.: *Нобелевская премия, Международная премия Мира, Гран-при*, но: премия «*Золотая маска*» (при названии в кавычках).

Документы, произведения печати, музыкальные произведения, памятники искусства

В названиях документов с предшествующим родовым словом, не включенным в название, родовое слово пишется со строчной буквы, а само название заключают в кавычки и пишут с прописной. Напр.: *указ Президента РФ «О мерах по оздоровлению государственных финансов», закон «О свободе совести и религиозных объединениях», программа «Партнерство ради мира».*

Названия документов без предшествующего стоящего вне названия родового слова (устав, инструкция и т. п.) принято не заключать в кавычки и начинать с прописной буквы. Напр.: *Версальский договор, Декларация ООН, Конституция РФ, Договор об общественном согласии, Гражданский кодекс РФ, Декларация прав и свобод человека и гражданина.* Если приводится неполное или неточное название документа, то используется написание со строчной буквы, напр.: *На очередном заседании закон о пенсиях не был утвержден.*

В выделяемых кавычками названиях книг, газет, журналов и т. п. первое слово и собственные имена пишут с прописной буквы. Напр.: *комедия «Горе от ума», роман «Война и мир», «Новый мир».* Это же правило относится к зарубежным книгам, газетам и журналам. Напр.: *«Аль-Ахрам», «Нью-Йорк таймс».*

Названия телеканалов, не являющиеся аббревиатурами, заключаются в кавычки: *«Россия», «Домашний».*

Иноязычные названия организаций, учреждений, представляемые аббревиатурами, в кавычки не заключаются: *Би-би-си, Си-эн-эн.*

Названия организаций, учреждений, написанные латиницей, в кавычки не заключаются: *Russia Today.*

Условные названия товаров и сортов растений

Условные названия продуктовых, парфюмерных и т. д. товаров заключают в кавычки и пишут с прописной буквы. Напр.: сыр *«Российский»*, конфеты *«Красная Шапочка»*, шоколад *«Вдохновение»*.

Условные названия видов и сортов растений, овощей и т. п. выделяются кавычками и пишутся со строчной буквы. Напр.: клубника *«виктория»*, яблоки *«пепин литовский»*, огурцы *«золотой петушок»*.

Общепринятые названия растений пишутся со строчной буквы без кавычек. Напр.: *алоэ, антоновка, белый налив*.

Корабли, поезда, самолеты, машины

Условные индивидуальные названия заключаются в кавычки и пишутся с прописной буквы. Напр.: *крейсер «Аврора», самолет «Максим Горький», лодка «Бегущая по волнам».*

Названия производственных марок технических изделий (в том числе машин) заключаются в кавычки и пишутся с прописной буквы: *автомобили «Москвич-412», «Волга», «Вольво», самолеты «Боинг-707», «Руслан».* Однако названия самих этих изделий (кроме названий, совпадающих с собственными именами – личными и географическими) пишутся в кавычках со строчной буквы, напр.: *«кадиллак», «москвич», «тойота», но: «Волга», «Ока»* (совпадают с именами собственными, поэтому пишутся с прописной буквы). Исключения: *«жигули», «мерседес»* (совпадают с именами собственными, но пишутся со строчной).

Серийные обозначения машин в виде инициальных аббревиатур, сочетающихся с номерами или без номеров, пишутся без кавычек. Напр.: *Ан-22, БелАЗ, ЗИЛ, ГАЗ-51, Ил-18, КамАЗ, Ту-104, Як-9, Су-30.*

Условные названия средств покорения космоса заключают в кавычки и пишут с прописной буквы. Напр.: *искусственный спутник Земли «Космос-1443», космические корабли «Восток-2», шаттл «Индевор», орбитальная станция «Мир».*

Знаки препинания

В начале предложения *однако* запятой не выделяется.

Тире ставится перед *это, это есть, это значит, вот*, если с помощью этих слов сказуемое присоединяется к подлежащему.

В названиях трасс типа *Симферополь – Ялта* требуется тире с пробелами, кавычки не нужны. В кавычки заключаются условные названия автотрасс: *автотрасса «Дон»*.

В сложных союзах запятая ставится *один* раз – или перед всем союзом, или в середине: *для того чтобы, тем более что*. В начале предложения сложные союзы обычно не расчленяются: *Для того чтобы получить саженцы, нужно заполнить купон и отправить его по адресу*.

Если союз *как* имеет значение «в качестве», то перед *как* запятая не ставится. Напр.: *Я говорю как литератор (в качестве литератора)*.

Придаточное предложение без главного не употребляется, поэтому нельзя разбивать сложноподчиненное предложение точкой. Напр., неправильно: *Пожар не смогли потушить. Потому что не было вертолета*.

Двоеточие ставится в сложном предложении, если на месте двоеточия можно вставить слова *что; а именно; потому что; увидел/услышал/почувствовал, что*. Об одном *прошу вас (а именно): стреляйте скорее. Помню также (что): она любила хорошо одеваться*.

Тире в сложном предложении ставится, если между частями можно вставить союз *и, но* или *а, поэтому, словно, это*. Также тире ставится, если перед первой частью можно вставить *когда, если*. Напр.: *Игнат спустил курок – (и) ружье дало осечку. Я умираю – (поэтому) мне ни к чему лгать. (Когда) Ехал сюда – рожь начинала желтеть. (Если) Будет дождик – будут и грибки*.

Разное

Местоимения *Вы* и *Ваши* пишутся с прописной буквы как форма вежливого обращения к одному лицу. Напр.: *Прошу Вас...*, *Сообщаем Вам...* При обращении к нескольким лицам эти местоимения пишутся с маленькой буквы. Напр.: *уважаемые коллеги, ваше письмо...*

«... на сумму 50 рублей». Предлог *в* не нужен!

Правильно: *линии электропередачи.*

Союзы *также* и *тоже* пишутся слитно, если их можно заменить друг другом. Если же такая замена невозможна, то это не союзы, а сочетания указательного местоимения *то* или *так* с частицей *же*, которые пишутся отдельно. Частицу *же* в таком случае часто можно просто опустить.

Предлог *несмотря на* пишется слитно: *Мы отправились в путь, несмотря на дождь.*

Нежелательно употреблять собирательные числительные *двое*, *трое* и др. со словами, обозначающими род деятельности, должность или звание. То есть лучше писать *два президента*, *три академика* (а не *двое президентов*, *трое академиков*).

Правильно: *включить в повестку дня*, но *стоять на повестке дня*.

Послесловие

«Что будет, если сделать все упражнения из вашей книги?» – спросили меня недавно слушатели курса «Писать легко» в Киеве. Я предложила проверить, а потом обсудить со мной результат.

Знаете, какая часть читателей обучающих книг, слушателей курсов и тренингов, согласно статистике, использует новые знания на практике? Думаете, половина? Тридцать процентов? Ничтожно мало – всего пять процентов. С осознанием дела обстоят еще хуже – всего три процента от населения земного шара, утверждают психологи, способны осознавать себя, свои поступки и их влияние. Столько же примерно процентов людей являются миллионерами. Не потому ли, что они не просто читают и слушают, но еще и делают.

Конечно, писать, особенно вначале, не так легко, как показывают в фильмах. Однако освоение этого навыка самовыражения сэкономит вам много времени (а также денег), когда вы начнете сразу писать «набело», а не тратить часы на переставление слов и абзацев в тексте. Если вы сможете писать сами, вам не понадобится целая армия помощников, когда придет время запустить свой сайт или составить резюме, написать книгу или убедительное письмо.

Главное – сделайте первый шаг. Выполните одно из упражнений книги сразу после прочтения первой главы.

Успехов!

Благодарности

Похоже, сейчас самое время сказать спасибо маме за то, что она, вопреки моей воле, все же «поступила» меня на факультет журналистики МГУ. Я хотела стать психологом и становлюсь им сейчас. Поскольку у прошлого нет сослагательного наклонения, я нашла преимущества в том, чему научилась за годы работы репортером и редактором. Я проверила на практике – слово лечит, помогает лучше понять себя и других, обозначить дистанцию и многое другое.

Я благодарна моим любимым начальникам в издательском доме «Коммерсантъ» – Елене Рузаковой, Рафу Шакирову, Алексею Харнас и, конечно, Андрею Васильеву. Вы научили, что смысл в журналистике важнее формы, но структура текста помогает выражаться яснее, а интрига должна быть в каждой заметке. Дали почувствовать, как важна для автора внутренняя свобода и ощущение, что за твой спиной надежный тыл – редакция, которая всегда тебя защитит.

Спасибо слушателям моих учебных курсов. Вы были первыми (не считая начинающих журналистов), кого я учила писать по методикам, по которым раньше учили меня. Ваши вопросы, реакция, успехи позволили мне набраться храбрости и создать самоучитель, который вы держите в руках.

Я благодарна издателям, которые прочли его и помогли мне доработать рукопись. Ведь когда сотни листов написаны и перечитаны много раз, глаз замыливается.

Главное и огромное спасибо я хочу сказать Павлу Анненкову. Твоя критика так же драгоценна для меня, как и твоя способность вдохновлять.

И, конечно, моим детям – спасибо, мальчишки, что вы понимаете, что даже мамам важны реализация и признание. Пусть иногда и за счет времени, которое мы могли бы провести вместе.

Об авторе

Ольга Соломатина – журналист и медиатренинг. Она училась на факультете журналистики МГУ и уже почти двадцать лет работает в издательском доме «Коммерсантъ», из них шесть лет – редактором спецпроектов.

Ольга – автор учебных программ и книг «101 совет по работе со СМИ», «Женщины-легенды: сильный слабый пол», «101 совет по работе в социальных сетях».

На ее тренингах «Правила работы со СМИ» и «Успех в социальных медиа» учатся топ-менеджеры и пиар-специалисты. По материалам последнего учебного курса Соломатиной «Писать легко» написана эта книга.

НАПИСАНИЕ на ЗАКАЗ:

1. Дипломы, курсовые, рефераты, чертежи...
 2. Диссертации и научные работы
 3. Школьные задания
- Онлайн-консультации
ЛЮБАЯ тематика, в том числе ТЕХНИКА
Приглашаем авторов

УЧЕБНИКИ, ДИПЛОМЫ, ДИССЕРТАЦИИ -

На сайте электронной библиотеки
www.учебники.информ2000.рф