

Конструирование и стилизация медиатекста

Научный руководитель – Ахметьянова Наиля Ахмадулловна

Кудряшова Евгения Олеговна

Студент (бакалавр)

Башкирский государственный университет, Факультет башкирской филологии и журналистики, Уфа, Россия
E-mail: KaVsYn9k@yandex.ru

Писать длинные тексты одновременно и проще, чем короткие, и сложнее. С одной стороны, приходится выбрасывать меньше собранного материала, а с другой - журналист должен изворачиваться, чтобы в течение длительного времени удерживать внимание читателя. В этом плане значимость творческого начала в медийном тексте возрастает. При этом талант не всегда играет решающую роль.

Леонид Бершидский, первый главный редактор журнала «Ведомости», сайтов Slon.ru и Forbes.ua рекомендует журналистам попробовать соблюдать ньюсвиковский (от «Newsweek») канон в написании текстов. Однако канон работает, только если журналист задал себе все необходимые вопросы касательно материала (в чем актуальность; в чем значимость; какой эффект должен вызвать и т.д. и т.п.). Большую поддержку здесь оказывает список вопросов Меррея, ответив хотя бы на половину которых журналист поймёт, актуальна ли тема, выбранная им, и есть ли смысл о ней писать.

Важно правильно заявить тему: новость (в основном этот метод работает в отношении новостных материалов) должна быть кулерной - такой, чтобы её можно было пересказывать своим офисным коллегам как анекдот [n1]. Так будет легко определить, интересна ли окружающим данная новость, и нужно ли уделять ей своё время.

Первый абзац текста - это ловушка, которая обязана захватить внимание читателя. Самое главное здесь - начать развитие темы или описание события с картинки, чтобы создать эффект присутствия. Этот метод эффективен не только при создании репортажей, но и при написании любого типа текста.

По канону, в лиде необходим живой человек, так как люди безотчетно сопереживают персонажам текста и проникаются ими [n1]. Эта задача не всегда выполнима, поскольку недостаточно механически вписать в первый абзац имена и дать какое-то описание окружения: помимо этого нужно ещё и сказать какую-нибудь удивительную и парадоксальную вещь, которая потрясет читателя.

Во втором абзаце (биллборде) автор указывает причину, по которой он написал текст, указывает на ее информационную значимость. Хороший биллборд всегда присутствует в статьях американских журналов Newsweek и Time [n3], в то время как в русских статьях его почти никогда не бывает.

Каркас статьи по негласному правилу не должен превосходить 15 000 знаков с пробелами. Такой большой текст удобно делить на главы - мини-статьи со своим лидом и последним абзацем, но без биллборда (он один на весь текст) [n1]. Подобный способ работы с материалом позволяет отдельно прорабатывать каждую "составляющую" текста, что помогает при редактировании и стилизации и может вытянуть даже самый слабый текст.

В американской теории последний абзац называется кикером. Это концовка-кульминация, которая должна пробудить внимание читателя. В журнальном (длинном) тексте кикер играет более важную роль, чем в новостном [n2]. Последнее впечатление о тексте приоритетнее первого, поскольку лид к концу статьи уже несколько размывается в памяти

читателя. Поэтому для завершающего абзаца лучше оставить какой-нибудь любопытный факт или яркую цитату [n1].

Но здесь есть свои подводные камни: иногда происходит так, что в момент сочинения кикера журналист осознает, что пишет лид, и наоборот. Или в итоге получает два лида вместо запланированного одного. В обоих случаях есть смысл просто передвинуть эти элементы местами: нередко даже при отсутствии кикера получается переместить лид в конец, а вместо него разместить биллборд, который может отлично выступить в роли завязки.

Между журналистикой и литературой не так много общего, но нужно отметить, что в ремесле журналиста есть по-крайней мере два чисто литературных, творческих момента. Это - создание первого и последнего абзацев. То, что между ними - обычная кирпичная кладка: изложение фактов, статистика, данные. Красота хоть новостного, хоть журнального текста кроится в чеканных формулировках. Поэтому даже репортаж, цель которого - создать эффект присутствия, не станет выглядеть лучше от попыток написать его более "литературно". Однако добавить живости и динамичности в нудное перетирание фактов под силу любому начинающему журналисту. Конечно, творческой работе может мешать нависший топор дедлайна, но стоит задуматься, что лучше: качество или оперативность?

Источники и литература

- 1) Бершидский Л.Д. Ремесло. 2013, с. 69-79.
- 2) Колесниченко А.В. Практическая журналистика. Учебное пособие. М.: Изд-во Московского университета, 2008, с. 32.
- 3) ИноСМИ.ру: www.inosmi.ru