




Медиалетучка

Об этом я расскажу в Калуге



Про информацию и медиа


- Наш мир строится из информации. Хранят и передают информацию – медиа. К медиа можно отнести все, что хранит и передает информацию: картину, книгу, музыкальное произведение, фильм, фотографию и т.д.


- 
- Сохраняемая информация всегда виртуальна. Актуальной ее делает наше обращение к ней




Парадокс нищеты

- Богатство информации ведет к обнищанию внимания. Человек не может перерабатывать одновременно несколько потоков информации. Поэтому защитная реакция – щелкание пультом
- Внимание и способность суждения – в дефиците. Если вы кому-то уделите чуть больше внимания, человек это оценит

- 
- Массмедиа следят не за событиями, а за тем, как другие следят за событиями
 - Все происходящее проверяется на предмет того, можно ли из этого сделать историю.



Человек следит за
общественным мнением,
потому что не имеет своего.
Пропаганда уже дает
человеку готовое мнение.

- 
- Интернет —
самое активное
медиа



Надо бы перейти к историям

- Сформулируйте в трех предложениях, о чем ваша история
- К какой сфере относится ваша история, какая тема и какой фокус




План текста и план источников

- Делите страницу пополам



Встреча с героем

- Подготовьтесь: почитайте все интервью с героем, просмотрите соцсети
- Найдите номер телефона: о встрече лучше договариваться по телефону
- Будьте вежливыми, обещайте пользу
- Объясните, что ваш герой может помочь другим людям, оказавшимся в подобной ситуации
- Возможность выразить свою позицию
- Задайте в конце вопрос «Почему вы согласились со мной поговорить?» Будет интересно



Встреча с героем (я тут продолжаю)

- Составьте список вопросов. Главный вопрос задавайте в разных формулировках
- Сходите с героем в место, связанное с историей
- И вообще разговаривайте на его территории
- Ищите общие интересы, чтобы расколоть лед
- Если герой говорит «не для записи», выключайте диктофон
- Люди врут чаще всего бессознательно, срабатывает ложная память - переспрашивайте, уточняйте
- У любого рассказа должно быть второе лицо



Собственно, текст истории

- Первая сцена, восстановленная сцена
- Яркая цитата
- Доказать актуальность темы
- В начало можно вынести что-то, что обращено к чувствам
- Вместо оценки – действие, диалоги, детали
- Пишем портрет героя, только если есть говорящие детали



Важное правило тележки

- Пишем только такими словами, которые уместятся в тележку

Есть еще лестница абстракции

- Внизу конкретные слова, вверху абстрактные
- (лучше писать словами нижних ступенек)



Речь в тексте

- Цитаты – только мнения
- Прямая речь нужна больше для речевой характеристики героя
- Косвенная речь – все остальное (описание событий)
- Авторский текст – факты после проверки



Золотое правило

- Если вам было скучно писать абзац, читателю будет скучно его читать



Концовка истории

- Набор коротких фактов, которые еще не звучали в тексте



Интересный жанр - профайл

- Профайл можно написать как о человеке, так и об организации (церкви), общности (типа байкеры или хористы)

Чем уже фокус, тем лучше текст




Поиск героя

- Придется опросить кучу людей, перелопатить соцсети, составить длинный список источников



Герой

- Тут я вам словами все расскажу



Как беседовать, о чем спрашивать, что должно быть в профайле

- Продолжаю голосом, листаю свои конспекты



Передача информации

- Медиатор (у него есть коммуникативное намерение)
- Послание (могут возникать «шумы»)
- Аудитория (массовая, но один человек)


Условия и обстоятельства общения

- официальность/неофициальность общения
- **контактность** или **дистантность** общения
- **Контактное общение** – прямое, непосредственное: я – ты, здесь и сейчас. **Дистантное** – это общение на расстоянии.
- В медиа-сфере преобладает дистантное опосредованное общение. Прямой эфир имеет признаки контактного: сейчас



Текст

- Сейчас я скажу про то, что текст – это коммуникативная единица, основные свойства текста – связность и цельность

- 
- Восприятие текста зависит от общего коммуникативного фона, фоновых знаний



Про текст

- **Текста не бывает без цели** (коммуникативное намерение) и вне коммуникативной **ситуации** (условия и обстоятельства общения, в журналистике - инфоповод)



Целостность и связность



Золотое правило

- Один текст – одна тема (идея, фокус)



Тема-рематическая последовательность

- Высказывание всегда имеет два компонента: *тема* и *рема* (тема – данное, исходное; рема – новое, искомое).

Порядок следования компонентов высказывания – от темы к реме (это объективный, прямой порядок слов).



пример

- *В очень известном и большом городе жил царь, вдовец. У царя была дочь, невеста. Царевна далеко славилась и лицом и умом, и поэтому многие весьма хорошие люди желали сосватать ее. Среди этих женихов были князья, воеводы, и гости торговые, и ловкие проходимцы, которые всегда толкаются в знатных домах и выискивают, чем бы услужить (Н. Рерих. Детская сказка).*



Коммуникативные качества речи

Уместность

Доступность

Правильность

Чистота

Точность


 фактическая точность

 теоретическая (понятийная) точность

Логичность

Богатство

Выразительность



Ура, добрались до новостной
заметки + пост в сети

Советы медиаконсультанта Александра Амзина

- Придумайте заголовок или его черновой вариант до того, как напишете новость, а не после
- Включите в свой заголовок глагол
- Глагол в заголовке не может быть в настоящем времени. Новость – это нечто уже свершившееся или объявление о чем-то готовящемся
- Сначала пишите главное, потом все остальное. Главное выражено в заголовке
- Старайтесь использовать в новости как минимум два источника
- Не повторяйте одних и тех же фактов в одной и той же новости



Еще немного советов от Амзина

- Если после прочтения новости возникают вопросы, перепишите новость
- Если вопросы остаются, но ответа на них нет, напишите об этом
- Если ответ на возникший вопрос находится на расстоянии телефонного звонка, сделайте этот звонок
- Продумайте структуру статьи после первоначального сбора фактов, а не до
- Найдите предысторию. Расскажите ее читателю, проясните контекст происходящего
- В тексте новости не должно быть вашего личного отношения. Эмоции недопустимы.
- Вы пишете не текст, а гипертекст. Не забудьте поставить ссылки везде, где они важны для понимания ваших слов и аргументации



Перевернутая пирамида

- Заголовок
- Лид (расширенный заголовок, написанный немного другими словами. Обязательно – Кто? Что сделал? Когда? Где?

Если нужно – Почему? Как? Кто сообщил или Как об этом стало известно?

Цена вопроса – если она велика (кроме денег, цена вопроса – интересные детали, уникальность, особая важность)

Имя ньюсмейкера – если на слуху



продолжение

- Цитата от компетентного источника, поддерживающая лид (ЦОКИПЛ)

Сильная цитата, по смыслу тесно связанная с лидом и эмоционально поддерживающая его. Может быть одним из блоков СУТИ, поясняющей ПОЧЕМУ ЭТО ПРОИЗОШЛО. Цитата не обязательно должна находиться после лида.



еще

- КЛЮЧЕВОЙ КОНТЕКСТ

ВАЖНОСТЬ, УНИКАЛЬНОСТЬ, ПРОБЛЕМНОСТЬ
НОВОСТИ, НАПРЯЖЕННОСТЬ СИТУАЦИИ/ политический,
геополитический, экономический, событийный контексты/
справочная информация или предыстория



Пирамида сужается

- СУТЬ:
- Детализация лида (подробности, конкретика, доказательства)
- Почему это произошло (или Почему ньюсмейкер так сказал) В этом блоке поясняется то, о чем сказано в лиде
- Как это произошло? То, о чем сказано в лиде
- Что это значит? (для тех, на кого новость повлияет напрямую)
- Что будет дальше? (дается от первоисточников и экспертов)

Еще сужается

- ВТОРОСТЕПЕННЫЙ КОНТЕКСТ:

Чаще всего справочная информация или предыстория.

Если в новости есть вторая часть, то этот блок может идти в конце второй части

- ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ:

Если надо по смыслу



Совсем узкая пирамида

- ВТОРАЯ ЧАСТЬ:

Подробности, хронология события, менее важные детали из блоков первой части, более старая предыстория, комментарии аналитиков, профессионалов, людей, ассоциаций и других категорий источников

КОНЦОВКА:

Сильная цитата раздела. ЧТО БУДЕТ ДАЛЬШЕ или ОБЩИЙ КОНТЕКСТ новости



Потренируемся?

- Напишите новость, следуя рекомендациям



Мыльный глаз

- Дать тексту отлежаться хотя бы час
- Показать кому-то
- Распечатать, редактировать на бумаге
- Отвлечься
- Прочитать вслух



Блочное планирование

- 1 блок. Утренней концентрации. Пишем дневную норму
- Перерыв – домашние дела, спорт
- 2 блок. Блок коммуникаций: планерки, переговоры, звонки, переписка, проверка почты
- Обед
- 3 блок. Рутинная. Скучная необходимая работа, расшифровка интервью, редактирование текстов
- 4 блок. Вечерняя тупка. Тупим целенаправленно: читаем книги, смотрим фильмы, ищем в интернете информацию по теме.



Литература

- Нора Галь — «Слово живое и мёртвое»
- Джулия Кэмерон — «Право писать»
- Александр Амзин — «Новостная интернет-журналистика»
- Леонид Бершидский — «Ремесло»
- Юрген Вольф — «Школа литературного мастерства»
- Максим Ильяхов и Люда Сарычева — «Пиши, сокращай»
- Николай Кононов — «Автор, ножницы, бумага»
- Евгения Манро — «Строим новость»