

Очень часто новички в онлайн-журналистике не знают с чего начать: из чего состоит статья, как строить предложения, какие принципы надо соблюдать. Когда ко мне приходят начинающие журналисты, они полны энтузиазма и готовятся к тому, что все на свете побегут читать их шедевры. Тут же посыпятся лайки и комментарии, а старшие коллеги начнут жать руки в знак уважения. На самом деле нет.

Прежде, чем начать писать, вы должны понять несколько простых истин.

Первая. У вашего читателя нет много времени на ваш текст. Если ваш текст в среднем будут читать около минуты - это уже хорошо. В большинстве случаев читатель ограничивается чтением заголовка и просмотром картинки. Это подтверждают исследования, во время которых специальное оборудование следило за глазами пользователей во время чтения статей в интернете.

Вторая. Вы боритесь с другим контентом за внимание читателя. То есть ваш текст оказывается в одной и той же ленте социальных сетей пользователя вместе с фотографиями котиков и поздравлениями от друзей. Это означает, что вы заранее находитесь в более проигрышном положении.

Третья. Даже писать хорошо - недостаточно. Надо еще найти читателя. Не ждите, что читатель сам придет и прочтает ваш текст. Работа журналиста теперь заключается еще и в том, чтобы привлекать аудиторию через разные каналы: будь это социальные сети или почтовая рассылка.

Все это звучит не очень хорошо, правда? Возможно, но таковы реалии создания контента в интернете. Давайте теперь подумаем, что делать.

Принцип “перевернутой пирамиды”

Первое, что надо сделать — это завладеть вниманием читателя. В этом нам поможет смена подхода к написанию текстов: самое важное — в самое начало.

Этот принцип называют “перевернутой пирамидой”. Обычная пирамида — это хронологическое повествование со всеми элементами художественного повествования. Но мы — новостные журналисты — не авторы художественных книг и детективов. Если убийца - садовник, то об этом сообщаем в самом начале.

Заголовок - это то, что читатель прочтает первым делом. Классический новостной заголовок должен передавать суть статьи, отвечать на вопрос “что случилось?”,

содержать активный глагол и быть не больше 10 слов.

Теперь давайте потренируемся.

Текст пресс-релиза: В Москве прошла встреча президентов Кыргызстана и России. Стороны отметили важность совместного сотрудничества и обменялись мнениями. На этой встрече главы государств подписали двухстороннее соглашение о строительстве еще одной авиационной базы России в Кыргызстане, на юге страны. Президент Кыргызстана назвал Россию главным стратегическим партнером и отметил важность членства страны в ЕАЭС. Президент России сказал, что разделяет мнение своего кыргызского коллеги и уважает выбор народа Кыргызстана, который избрал нового президента.

Допустим, вам приходит пресс-релиз о том, что прошла встреча между президентами Кыргызстана и России.

В тексте говорится, что главы государств считают свои страны стратегическими партнерами и нацелены на то, чтобы сотрудничество шло на высоком уровне.

Они также договорились о строительстве российской авиационной базы на юге Кыргызстана. Президент России также поздравил своего коллегу с избранием на пост главы государства.

Давайте подумаем, что из этого можно вытащить в заголовок, и в чем вообще суть сообщения.

Довольно часто журналисты ставят в заголовки сам факт встречи, но на самом деле это не всегда интересно. Президенты периодически встречаются с разными людьми, и это не наша задача – писать о каждой встрече главы государства, если на ней в итоге ничего не решилось.

Гораздо важнее для читателя – итог встречи. Чем все закончилось? Ответ на этот вопрос и будет заголовком нашего материала.

Если итога встречи нет, и президенты встретились, чтобы в дополнительный раз

поддержать отношения между собой, то, возможно, что писать об этом и не надо.

Конечно, есть исключения, когда сам факт встречи — уже новость. Например, если встречаются два политика, которые находились долгое время в ссоре.

В итоге мы оставляем только то, что президенты договорились о строительстве авиабазы на юге Кыргызстана.

Придумать заголовок — это целое искусство, потому что надо балансировать между тем, чтобы сообщить как можно больше информации и тем, чтобы заинтриговать читателя, чтобы он перешел по ссылке и прочитал ваш текст.

Написание текста

В этом вам помогут 5W - то есть: Кто? Что? Где? Когда? Почему? В тексте у вас должны быть ответы на эти основные вопросы. Кто был вовлечен? Что случилось? Где это случилось? Когда это случилось? И почему это случилось?

Не забывайте о перевернутой пирамиде — в первых абзацах текста пишете о том, что самое важное, и что случилось недавно, а в конце добавляйте предысторию конфликта и объяснение важности и контекста происходящего.

Сами предложения старайтесь писать простые, осложненные максимум одним причастным или деепричастным оборотом. Представьте, что вы пишете текст для своего младшего брата, который учится в 9 классе. Вот надо, чтобы после чтения текста ваш брат полностью понял его смысл.

Абзацы должны состоять максимум из одного-двух предложений. Один абзац — одна мысль. Если ваш текст будет выглядеть кирпичным шлакоблоком, то читатель уже визуально не сможет с ним справиться.

Избегаем канцеляризмов и модальности, используем активные глаголы вместо пассивных. Если есть в тексте большие цифры, то упрощаем их для восприятия.

Если надо показать масштаб чего-то, то лучше использовать сравнения с чем-то что близко вашим читателям. Например, площадь пожара можно сопоставить с количеством футбольных полей. Их гораздо проще представить, чем любое количество гектаров.

Старайтесь размещать по тексту визуальные элементы, чтобы глаза отдыхали от

текста. Если есть возможность добавить несколько иллюстраций внутрь текста – добавляйте, но не злоупотребляйте. Одна фотография на один экран монитора – нормально.

Если фотографий нет, то можно выделять цитаты или создавать списки. Они тоже визуально разбавляют текст.

Теперь вы представляете, как писать для интернета. Но этого все еще недостаточно. Ваши статьи — если вы хотите быть профессиональным журналистом — должны соответствовать стандартам профессии.

Это значит, что писать всё, что угодно, не получится. Это значит, что читателя надо не только завлекать, но и уважать и не обманывать. То есть – пишем точно и ясно, проверяем факты, даем слово всем сторонам конфликта, не высказываем свое мнение.

Помните, что ваша информация должна быть не только быстрой, но и в первую очередь достоверной.

Дополнительная литература:

Репортажи во имя перемен: Руководство IWPR для местных журналистов в кризисных регионах ([на русском](#))