**ІНТЕРНЕТ ЖУРНАЛІСТИКА**

**ТЕМА 2 ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ТА СТРУКТУРУВАННЯ СТАТТЕЙ В ІНТЕРНЕТ МЕДІА**

1. Загальні принципи написання статті
2. Будова статті в інтернет-медіа. Особливості та відмінності від друкованих ЗМК.
3. Вибір назви і теми
4. Структурування та фінальне редагування статті

**ЛІТЕРАТУРА:**

1. <https://texty.org.ua/articles/55921/Jak_pysaty_cikavi_statti_Zagalni_pryncypy_Lekcija-55921/>
2. <http://psychologis.com.ua/kak_napisat_statyu._algoritm.htm>

**ЗАВДАННЯ:**

1. Опрацювати джерела, написати конспект, сфотографувати та відправити на ел.пошту
2. Знайти на інтернет ресурсах статті: структуровані та не структуровані (із рубриками, підзгаловками і без них)
3. Написати дві статті, користуючись правилами написання статтей для Інтернет медіа. Тематика: 1 – поради з будь-якої теми (вільний вибір), 2 – коронавірус в Україні.
4. Для прикладів вдалих статтей використовуйте сайти: <https://www.pravda.com.ua/> <https://espreso.tv/> <https://lb.ua/>

**ЛЕКЦІЯ**

**Як писати цікаві статті. Загальні принципи (Лекція)**

Після вашого редагування стаття стає як мінімум на 10% коротшою. Як правило, хочеться зробити навпаки, бо під час редагування виникає бажання дописати й уточнити. Викидайте цілі шматки, які прямо не стосуються головної теми чи занадто деталізують якийсь момент. Потім викидайте зайві речення, потім словосполучення, потім зайві слова. Лише за рахунок зайвих слів можна скоротити текст на ці 10%.

**Один. Просто і доступно. Доступно і просто.**

Якщо ви працюєте з чимось, що поширюється в медіа, основоположний принцип, котрий приносить успіх продукту скрізь однаковий: у журналістських матеріалах, кінофільмах і художній літературі. Навіть книги нобелівських лауреатів стають бестселерами, якщо вони написані за цим принципом. Пересічна людна цього головного принципу не бачить. Але він є і він простий: розповідайте про щось одне і говоріть ясною, зрозумілою і доступною мовою.

Щоб написати ясно потрібно ясно уявити, про що саме ви хочете написати.

Між іншим, ясність письма відображає ясність мислення.

Отже, спочатку чітко уявіть про що стаття. Це не так просто, як здається.

Студентка журфаку якось запропонувала тему: «Останнім часом відбувається багато неоднозначних подій, про які всі знають. Я хочу про це написати». З такою постановкою задачі вийде відповідний текст.

Обрати кут зору на проблему, про яку пишемо – займає чи не половину часу роботи просунутої редакції. Якщо кут зору чи ракурс обраний правильно, написати статтю, яку всі будуть передруковувати й обговорювати, справа мінімальної професійності.

Навіть найкращий журналіст не зробить гарної статті, якщо вирішить писати «про останні тривожні події».

**Два. Працюйте зі своїм словником**.

Слідкуйте, щоб мова не була затяганою і заштампованою, водночас зважайте на те, що занадто рафіновані слова можуть бути не зрозумілі публіці. Двомовність також дається взнаки:«смачні» українські словечка можуть бути не зрозумілі російськомовній людині і навпаки.

Класики жанру рекомендують: щоб навчитися гарно писати потрібно багато читати. І звісно, багато писати. Журналіст-початківець, який щодня пише статті, набиває руку за 2- 3 роки, не раніше.

**Три. Не переношуйте текст.**

Якщо довго відкладали текст, котрий ви почали формувати в голові, він «скисне». Якщо ви в уяві бачите статтю, у вас є максиму три дні, щоб викласти її на папері. Далі вона пропаде. Або вийде нудною, нецікавою і натягненою.

**Чотири. Пишіть про щось нове.**

Не сподобляйтеся політикам, котрі говорять загальновідомі банальності. Загальні розмірковування на будь-яку тему це добре для Фейсбуку, але це не стаття. «Размишлізми» на наш вибір. Взагалі, кожне речення і слово повинні вжиті виправдано.

Сентенції на кшталт «громадянське суспільство в Україні, на відміну від країн східної Європи слабко розвинене», або «самоорганізація мешканців багатоповерхівок знаходиться на низькому рівні» нікому не цікаві, це і так усі знають. Не витрачайте свій і чужий час на констатацію загальновідомих банальностей.

**П’ять. Уявляйте свого читача.**

Візуально уявіть представника своєї цільової аудиторії. Хто він: якого віку, як вдягається, які видання читає, фільми дивиться і т.п. Тримайте в голові цей образ, коли починаєте писати. Тоді ви будете підбирати слова і конструкції, які найближче підходять цьому «Ідеальному читачу».

В одній із студій BBC стіни ньюс-руму обклеїли величезними фотографіями простих людей, щоб журналісти не забували для кого працюють.

**Шість. Порівнюйте.**

Дані самі по собі нічого не говорять. Цифра про те, скільки Україна витрачає на Євроньюс може обурювати, але щоб читач хоча б приблизно оцінив, крадуть чи ні, порівняйте з аналогічною цифрою в аналогічній країні.

«Міськрада цього року закупила скріпок на 100 тисяч» - це мало про що говорить. Порівняйте з іншими аналогічними міськрадами і закупівлями в попередні роки.

Вказуйте джерела даних. Кожен жонглює цифрами і фактами, проте для довіри важливо показати звідки ви берете дані.

Якщо у тексті багато цифр, зробіть з них інфографіку і проілюструйте нею статтю.

**Сім. Почали писати – пишіть.**

Завжди важко сісти і почати писати. Перше слово і перше речення - найважчі. Починайте писати з будь-чого, аж до того: «ця стаття про те, як у місцеве самоврядування…» Після того, як напишете чорновик, все зайве і несуразне викинете.

Моменти, які потрібно уточнити, позначайте спеціальними позначками і йдіть далі. Потім повернетеся. Лінки, які треба вставити, вставте потім. Якщо відволікатиметеся, ризикуєте так нічого і не написати.

Дайте чорновику деякий час (пару годин) відлежатися, особливо, якщо це складний аналітичний текст. Потім приступайте до правок.

**Вісім. Коротіть.**

Загальний принцип такий: після вашого редагування стаття стає як мінімум на 10% коротшою. Як правило, хочеться зробити навпаки, бо під час редагування виникає бажання дописати й уточнити.

Викидайте цілі шматки, які прямо не стосуються головної теми чи занадто деталізують якийсь момент. Потім викидайте зайві речення, потім словосполучення, потім зайві слова. Лише за рахунок зайвих слів можна скоротити текст на ці 10%.

«Убийте свою любов!»Ця сентенція власне про те, що часто шматок тексту з якимось зворотом, який вам особливо сподобався, треба вбити клавішою ДЕЛЕЙТ. У статтях зазвичай «любов автора» - це порівняння, «цікава» паралель чи вправляння в красномовстві, які ріжуть очі читачу.

Зайві слова і речення, тобто, ті які не несуть змістового навантаження. Без них текст нічого не втратить.

Наприклад:

«Верховна Рада України 17 вересня прийняла в першому читанні проект Закону «Про внесення змін до деяких законів України щодо реалізації положень Конвенції про оцінку впливу на навколишнє середовище в транскордонному контексті», - зазначила Ірина Сех. - Комітет з питань екологічної політики, природокористування та ліквідації наслідків Чорнобильської катастрофи готуватиме законопроект до другого читання, пропонуючи зміни та доповнення. Цей законопроект стосується теми нашого круглого столу. Було би дуже добре на цьому зібранні напрацювати пропозиції та висновки до цього законопроекту і подати їх до парламентського комітету».

Цілий абзац і ні слова по суті. Про що цей закон?

Ще приклад: «Цікаво, що цього разу контактною особою обрано позаштатного радника і людину, яка не є в штаті міністерства». Виділені фрагменти – зайві слова, зрозуміло, що позаштатний радник не в штаті і без уточнення.

Після скорочення ваш текст стане стрункішим. Його більше прочитають. Його більше цитуватимуть.

Перший абзац чорновика, як правило, завжди викидається. Це майже залізне правило. Він чомусь не стосується головної теми статті. На ньому ви просто розкочегарювалися.

Одна регіональна журналістка писала: "Київ - прекрасне місто, ми приїхали ранковим поїздом. Нас зустрів привітний Хрещатик і каштани у цвіту. Поблизу Арки дружби народів є атракціон: вас чіпляють до канату і ви по ньому перелітаєте через Дніпро» і далі дві сторінки про цей атракціон. Зрозуміло, що про Київ і Хрещатик - це зайве.

Оце «Київ прекрасне місто, ми приїхали ранковим поїздом. Нас зустрів привітний Хрещатик і каштани у цвіту» і є тією «любов’ю автора», яку він має зарізати без вагань.

Коли перечитуєте написаний текст, уявіть, що кожне слово - це лампочка. Якщо все зрозуміло, лампочка засвічується, коли ви читаєте слово, якщо ж ні, не світиться. Переписуйте, поки не загориться кожна лампочка!

**Дев’ять. Читайте гарні тексти.**

«National Geographic. Україна». Гарні репортажі у львівському «Експресі». Статті у рубриці «Вибір редакції» на Texty.org.ua.

Блоги і ФБ стрічка Ігоря Луценка, Євгенія Іхельзона – красива образна мова, гарні порівняння. Гарний приклад репортажної журналістики - книга Артема Чапая «З Мамойотою по Україні».

**Побудова статті**

Одна стаття – одна тема. Не можна починати про студентське самоврядування, а закінчувати низькими зарплатами викладачів.

З цим погоджується більшість починаючих авторів, але коли доходить до написання, то ці ж автори нагромаджують в один текст все, що знають. Не треба писати про все, прибережіть цікаві факти, ідеї чи порівняння для інших статей. Створіть свій склад спостережень і фактів. І прийде момент, коли давно відкладений цінний камінчик ідеально ляже у мозаїку нової статті.

**Принцип шашлику**

Спочатку визначаємо тему - це шампур, потім нанизуємо свої думки й аргументи - це м'ясо.

Кожне твердження має бути підкріплене аргументом: цифрою, фактом, спостереженням, думкою авторитетного експерта. Бажано підтверджувати декількома аргументами.

Я рекомендую застосовувати принцип шашлику. Це завжди смачно. Повторюю: визначаєте на основі своїх спостережень центральну ідею, наприклад, « підтримка проукраїнських партій з виборів до виборів просувається на Схід», і нанизуєте аргумент за аргументом.

**Принцип піраміди.**

Більше підходить до новин, але можна застосувати і до статей

Часто автори роблять так: «головну думку» пишуть вкінці, неначе підводячи до неї читача. Проблема в тому, що читач може не дійти, покинувши статтю посередині.

Написання за принципом піраміди гарантує, що,принаймні, головну думку прочитають.

На початку пишеться найголовніше, потім менш головне, те чим можна пожертвувати. Принцип зародився при механічній верстці, коли треба було коротити в гранках відкиданням речень.

**Принцип «Запитання-відповідь»**

Можна робити статтю у вигляді відповідей на найбільш поширені запитання. Коли питання складне, резонансне і багатогранне, а народ прагне розібратися у багатьох аспектах, які між собою пов’язані тільки загальною темою, - це ідеальне рішення.

Наприклад:

«Сланцевий лікнеп: одинадцять простих відповідей на одинадцять складних питань»

"1. Видобування сланцевого газу – це дуже велика небезпека для екології. Адже щоб отримати газ із щільних сланцевих порід, проводять т.зв. гідророзрив: у свердловину закачують під тиском розчин із хімікатами. Зрозуміло, що цей розчин, поширюючись у пласті, неминуче потрапить у ґрунтові води й забруднить їх.

Насправді ні. Криниці мають максимальну глибину у кількадесят метрів. Артезіанські свердловини – «найглибше» джерело водопостачання – 50-200 метрів. А сланцеві породи, у яких проводять гідророзрив, знаходяться на глибині 3-4 км. Шанси, що розчин із пласта проникне з цих глибин у «побутові» водоносні горизонти, дорівнюють нулю.

2. Але ж у воду може потрапити не тільки розчин, але й газ. Доказ – кадри з американського фільму Gasland, де показано «горючу воду» у звичайному кухонному крані.

Так, у мешканців штату Колорадо у воді дійсно був підвищений рівень метану. Але до сланцевого газу це має вельми побіжне відношення. Річ у тім, що у згаданій місцевості в штаті Колорадо на поверхню виходять вугільні пласти із високим вмістом біогенного метану І геологічні дослідження виявляли проникнення метану у водоносні шари ще двадцять і тридцять років тому.

Що ж до Майка Маркхама – того самого вусатого дядька, який ефектно «підпалює воду» в себе на кухні, то його хатня свердловина, з якої була взята ця вода, проходить через чотири вугільні пласти.

3. То що – ні газ, ні розчин за жодних обставин не може потрапити до водоносних горизонтів?"

І так далі.

**Вибір назви**

У виборі назви головне не переборщити і дотримуватися золотої середини. Не варто дуже оригінальним, але і не потрібно скочуватися на банальності. Заголовок статті має зацікавити, розпалити цікавість читачів, пробудити бажання дізнатися, що ж далі.

**Існують правила хорошого заголовка:**

Важливо що б заголовок звертав на себе увагу, «чіпляв».

Важливо пробудити цікавість і мотивувати до прочитання статті.

Увага: частіше залучають ті статті, назви яких містять натяк, надію на задоволення потреби, або на рішення проблеми. Якщо в назві «розкрити карти», то її прочитання вже не буде таким цікавим і потрібним. Ваше завдання дати натяк, заінтригувати, надихнути на прочитання статті. Заголовок не просить і не пропонує, він вабить і заявляє.

Заголовок повинен читатися за допомогою одного погляду. Між довгим і коротким назвою, виберіть другий.

Використовуйте слова, зрозумілі і часто використовувані тією цільовою аудиторією, для якої написана стаття.

Якщо пишете статтю для сайту, використовуйте в назві ключове слово, тобто слово, яке пов'язано із затребуваною темою, описаної в твоїй статті.

Дуже багато хорошого - погано. Не варто додавати емоційності заголовку (та й статті) парканом із знаків або знаків запитання. Правила орфографії ще ніхто не відміняв. До того ж, не варто писати заголовок великими літерами. Це звичайно додає емоційність, але в такому випадку, здається, що автор репетує або агресивний.

Якщо ви пишете для друкованого видання, будьте готові до того, що ваше назву можуть поміняти на інше, але це вже тема договірна, та все ж пам'ятайте про це.

**Використовуйте працюють шаблони назв статей:**

**«Як... »** Досить поширене початок, і вельми успішний. Це пряма вказівка на проблему і шлях її вирішення.

- «Як побудувати успішний бізнес»

«Як знайти своє покликання»

**«Коротке керівництво...»** Зараз суспільство любить концентровані знання без зайвої води, і пропозиція короткого керівництва з чого завгодно, буде вельми затребуване.

- «Короткий посібник з побудови успішного бізнесу»

- «Коротке керівництво по знаходженню себе»

**«Метод / методика ...»** Додасть статті образ науковості та / або практичності. Добре «вистрілює», якщо до нього додати епітети.

- «Найефективніший метод побудови успішного бізнесу»

- «Кращі методики знаходження свого покликання»

**«Швидкий спосіб /як швидко...»** Довго і багато кому не хочеться возитися з проблемою, більшість людей, не відмовиться від можливості швидко вирішити свої питання.

- «Як швидко побудувати успішний бізнес»

- «Швидкий спосіб знайти своє покликання»

**«Простий спосіб / просте рішення...»** Даний шаблон теж працює. Прості рішення завжди потрібні.

- «Простий спосіб побудувати успішний бізнес»

- «Простий спосіб знайти свій шлях»

**«Створити...»** Цей шаблон - звернення до емоцій і творчості читачів.

- Створіть свою формулу успішного бізнесу»

- «Створіть свій шлях до пізнання себе»

**«Тепер ви можете...»** тобто завдяки цій статті ви досягнете, зумієте зробити те, що вам потрібно, якщо захочете, звичайно.

- «Тепер ви можете зробити успішний бізнес»

- «Тепер ви можете знайти своє покликання»

**«Безкоштовний, унікальний, кращий, достовірний, ефективний, неповторний і т. д.»** Ці слова завжди привертають увагу.

- «Безкоштовний курс по створенню успішного бізнесу»

- «Ефективний спосіб знайти своє покликання»

**«Що повинен знати кожен...»** Такий заголовок розпалює потреба перевірити свою компетенцію в тому чи іншому питанні.

- «Це повинен знати кожен бізнесмен-початківець»

- «Це знає кожен успішний чоловік»

**«Цифри».** Статті користуються великим успіхом, якщо в заголовку є цифри. Для назв добре підходять- 5, 7, 15, 100, 101 та ін Часто цифри поєднуються з іншими шаблонами.

- «Як побудувати успішний бізнес за 6 місяців»

- «5 простих методик знаходження свого покликання»

**«Секрети».** Тут спрацьовує вроджена людська цікавість і допитливість. Даний шаблон добре працює в поєднанні з цифрами.

- «Секрети успішного бізнесу»

- «7 давніх секретів знаходження свого шляху».

Це далеко не всі існуючі шаблони для заголовків. Інші приклади, ви легко знайдете в інтернеті і книгах. І все ж це аж ніяк не означає, що всі назви ваших статей повинні починатися або містити в собі шаблони. Експериментуйте, дійте, шукайте власний стиль. До того ж «мода» на назви мінлива, будьте в курсі, придумуйте своє.

**План статті**

Вам потрібно написати план, по якому буде будуватися стаття. Буває так, що людина намагається писати, керуючись лише однією темою, не вибудовуючи загальну концепцію статті. Зазвичай це призводить до краху і зайвої витрати сил.

Слід прописати план. Він повинен бути досить простим:

назва,

вступ (коротко розкриває основну думку тексту),

основна частина, що складається з кількох рекомендацій або тез,

висновок (висновки, підбиття підсумків).

**З чого почати?**

Починайте з цікавої історії. В окремих випадках з ємної цитати. Але не забувайте про почуття міри!

«Чіпляють» важливі деталі. «Пузатий сержант у порепаних черевиках лузгав насіння і відмовлявся впускати активістів», - каже набагато більше, ніж «працівник міліції виконував вказівку злочинного режиму».

Пишіть головне, ніяких зайвих вступів: «У нашій крані дуже бідні люди, коли я йшов вулицею, то звернув увагу, як …». Відразу до суті: «чоловік вийшов з Мерседеса і почав роздавати гроші бідно вдягненим людям».

**Абзаци**

Розмір абзаців у друці і в інтернеті різний. У статтях для інтернету абзаци повинні бути якомога коротшими.

У вас є декілька секунд, щоб зацікавити читача. Не більше. Якщо вдасться, читатиме, ні - піде далі. На інший сайт.

**Розбивайте на главки. Робіть заголовки і підзаголовки.**

Вріз або лід - це початок статті, у якому зібрана квінтесенція того, про що йтиметься у тексті, або ж найцікавіший шматок тексту. Читач зацікавився заголовком і читає вріз. Якщо йому сподобається, читатиме далі. Поясніть коротко про що стаття чи дослідження, наведіть відразу головний висновок.

**Як складати слова**

Обмежено вживайте пасивну форму дієслова, прислівники й прикметники.

Пасивні дієслова утруднюють читання, роблять мову кострубатою, гальмують динаміку тексту. І підсвідомо складається враження, що автор невпевнений. «Пасивні дієслова нагадують невпевнених коханців», стверджує Стівен Кінг у своїй знаменитій роботі "Про письмо" (більш відомий переклад "Як писати книги").

«ПАСИВНІ ДІЄСЛОВА НАГАДУЮТЬ НЕВПЕВНЕНИХ КОХАНЦІВ»

Хоча Кінг і пише жахи, але хіба в нинішній ситуації ми можемо писати щось інше? Насправді правилом заборони пасивних дієслів користуються усі редакції.

Кінг наводить приклад: тільки сором’язливий автор пише: «Зустріч буде проведено о13.00». Він так пише, бо це звучить більш розумно. Але хибне враження. Пишіть впевнено і рішуче: «Зустріч о 13.00».Викидайте слово «буде». Не «має шанси бути проваленим» а «провалиться». Не «буде поданий міністерством, а «Міністерство подасть».

Це слово, як пирій на городі, скільки не виполюй все одно залишається. Старайтеся, виполоти по максимуму.

Використовуючи прислівник, ми начебто підсилюємо якісь дії, але насправді у читача складається враження, що ми боїмося висловитися недостатньо зрозуміло. «Експертна рада рішуче відхилила законопроект» Але чи потрібно тут слово рішуче? Ні, воно тільки привносить нотку істеричності.

Дослідження з психології показали, що люди вживають такі слова, коли не достатньо впевнені у рішучості експертної ради у даному випадку.

«Прискіпливо вивчив законопроект». «Прискіпливо» нічого не каже. Якщо ми пишемо, що вивчили законопроект, то само собою зрозуміло, що прискіпливо.

Відомий експерт. Тривожний факт. Необхідна умова. Детальний аналіз. Страшне занепокоєння. Зайві прикметники. Якщо факт тривожний, він сам про це каже, будь-яка умова є необхідною, якщо експерт відомий, то він не потребує, щоб його представляли як «відомого» (можна зрбити виключення коли експерт відомий у своїй галузі, але не відомий широкому загалу), не детальний аналіз не заслуговує на згадку у статті.

Жорстоко боріться зі словами: «тому,що», «оскільки», «отже», «позаяк», «водночас», «між тим». Їх вживають усі. Але вони навівають нудьгу.

Слідкуйте, щоб слова, котрі стоять у реченні поряд, не починалися з однієї букви. Нещодавно зарізав заголовок «Фількина грамота Феміди». Окрім певної «лубочності», це речення звучить не красиво через збіг двох ФФ. Так само, як і «принцип підбору персоналу по переносу продукції».

**Речення**

Прості речення. Думку легше сприйняти, якщо її розбити на два речення. Так легше для читача, а читач для будь-якого автора – головна турбота. Турбуйтеся про тих, хто вас читає.

Уникайте мертвої мови бюрократії.

«Під час круглого столу відбулося обговорення» - далі цих слів ніхто не прочитає.

«…організувала обговорення питання вдосконалення національної правової бази у сфері оцінки впливу на навколишнє середовище із залученням національних та міжнародних експертів у цій царині, представників центральних органів державної виконавчої влади, науково-освітніх закладів та екологічної громадськості», - не текст, а штамп на штампі.

Мертвою мовою говорять політики ніколи не наслідуйте їх:

«Різке падіння курсу національної валюти протягом останніх днів свідчить про те, що нинішній режим, незважаючи на катастрофічний стан економіки, використовує жорстке політичне протистояння для додаткового збагачення "своїх". Більше того, сьогоднішні тимчасові керівники уряду, намагаючись замаскувати недолугість ухвалених рішень та бездіяльність або некомпетентність керівництва Національного банку, нав'язують суспільству думку про "негативний вплив Майдану" на стан економіки в країні.

Довготривале скорочення промислового виробництва, падіння ВВП, відсутність належних інвестицій у конкурентоспроможні галузі української економіки, ігнорування потреби модернізації основних засобів виробництва та орієнтація на співпрацю з нестабільними ринками Митного союзу, нищення малого та середнього бізнесу – всі ці фактори підсилили тиск на гривню. Платіжний баланс України вже багато років негативний (включно з реальним платіжним балансом 2013 року, попри статистичні махінації уряду), торговельний баланс і поготів. На цьому тлі замість того, щоби розвивати внутрішній ринок та галузі з високою доданою вартістю, влада систематично працює на короткострокові інтереси кількох сировинних напрямків, контрольованих її утриманцями...».

Часто політики говорять, як роботи, маскуючи свої дії за штампами, які нічого не означають. Фраза «Катастрофічний стан економіки» викличе лише роздратування в читача по відношенню до автора тексту. Це словосполучення використовується вже 25 років. Хочете, щоб вас почули, проявіть фантазію.

**Обережно використовуйте професійну лексику.**

Не використовуйте абревіатур. Борці за збереження Києва і журналісти, які пишуть на цю тему часто користуються словом «МАФи». Проблема втому, що прості кияни не знають, що це. Тому вся полумяна боротьба за пристойний вид вулиць може піти, як вода у пісок, ніхто її не помітить. Бо люди і наші читачі знаються що таке кіоск і не знають, що таке МАФ.

Приклади не правильного вживання слів

Так пишуть у районах:

«Ще з дитинства художник відчув божественне покликання до створення художніх образів... Кожна його виставка – це неосяжний світ, у якому живуть його історія та його герої, неосяжна природа і пейзажі, квіти. Й коли відвідувачі виставок висловлюють свої сердечні, відверті й щирі слова про його роботи – художник відчуває в душі себе справжнім професійним майстром».

Що не так? Що ріже вухо?

Пафос? Фальш?

Але які слова його виражають? Епітети, прикметники. Якщо людям подобається, то слова завжди щирі. Навіщо це вказувати? Ніколи не пишіть цих зайвих слів.

Деякі занадто пафосні блогери:

«Характерно, що поява осоружних «похоронних» плакатів співпала у часі з агресивним політичним, економічним та інформаційним наступом на Україну нашого «старшого брата» - Росії. Водночас медведчуківці, комуністи, вітренківці та інші проплачені Кремлем ставленики розгорнули шалену агітацію за входження нашої держави у «мутний союз», називаючи його нашим рятівником від усіх бід».

Що тут ріже вухо?

Так епітети, але в негативному значенні.

Ось один загальноукраїнський журнал:

«Змістова профанація освіти – це шлях до загальної розумової та культурної деградації продуктивних сил соціуму. ХХХ спробував визначитися з пріоритетами, якої саме освітньої моделі потребує українське суспільство.

Якщо погодитися з думкою, що театр починається з вішалки, то школа в такому розпочинається з традиції. Саме спадковість мети, цінностей і способів поширення знань та вмінь є сутністю будь-якої освітньої моделі. Водночас вона спричинює й певну повільність змін, інерційність, а навіть консерватизм, який часто закидають цій сфері. У такому випадку наше шкільництво має не надто добру, з погляду інтелектуального та морального, «генетику». Те, що в нас є, дісталося у спадок від держав, де освіта ніколи не була пріоритетним напрямом фінансового чи то адміністративного опікування (Російська імперія аж до кінця існування мала найменшу кількість учителів на тисячу осіб населення, а українці, які проживали в ній, входили до першої п’ятірки етносів із найвищим рівнем неписьменності). Імперія Романових та її реінкарнований клон – Радянський Союз – потребували від освітньої галузі певного мінімуму, що був необхідний для більш-менш справного функціонування держави: підготовки офіцерів, державних службовців і технічних фахівців».

Кожне друге речення потрібно перечитувати декілька разів, щоб зрозуміти про що йдеться. Експресивні слова не долають нудьги.

Декілька прикладів вдалих текстів

Ось шикарний зразок аналітичного тексту про кризу в Греції:

"Після систематичного грабування власної скарбниці, після захоплюючого ухиляння від сплати податків і творчого підходу до бухгалтерської звітності, греки впевнені в одному: їм не можна довіряти іншим грекам».

Що тут подобається? Що робить текст цікавим? Перейдіть за лінком і прочитайте всю статтю.

Майкл Льюіс, фінансовий журналіст, між іншим, він пише і перед вами вимальовується жива картина, мова дуже образна.

Можна було б почати так:

«Корупція при розподілі державного бюджету, та неефективна робота державних податкових органів, масові махінації для уникнення оподаткування призвели до того, що греки ставляться один до одного з недовірою», - так написало б 95% українських журналістів і блогерів, якби їх відправили у Грецію зробити репортаж про кризу.

Вчитайтесь, як пише Майкл Льюіс. Це просто музика, повторю ще раз: «Після систематичного грабування власної скарбниці, після захоплюючого ухиляння від сплати податків і творчого підходу до бухгалтерської звітності, греки впевнені в одному: їм не можна довіряти іншим грекам»…

Перед цим я говорив, що в статті не потрібно нічого зайвого, а зараз розповідаю про образні порівняння. На перший погляд протиріччя. Але мова це не математика. Визначити баланс між зайвим і доцільним один з необхідних талантів журналіста. Якщо за порівняннями і образами губиться зміст це однозначно перебір.

Якщо вони допомагають оживити картинку в голові читача, то вони доцільні. Якщо ви пишете для друкованого видання, то там обмежена площа і кожне слово на вагу золота. В інтернеті ж технічних обмежень для довжини тексту немає (головне, щоб його дочитали до кінця).

**Підсумовуючи:**

1. Коли ви написали речення так, як звикли: з використанням штампованих зворотів, подумайте і перепишіть, уникаючи стандартної побудови. І так з кожним речення. Згодом у вас виходитиме це швидше, а потім і автоматично.

2. Використовуйте яскраві образи і порівняння. Чудово сказано: «обвішаний науковими ступенями і званням, як висотний будинок квартирами», - це з польської газети про науковця і письменника Януша Вишневського. Абзац регалій не скаже більше, ніж це ємне речення. Воно розсмішить читача і додасть легкості.

3. Порівняння мають бути адекватні, занадто розв’язний тон не прийнятний, вас сприйматимуть, як клоуна

Приклади наукових текстів

Є думка, що науковцям не можуть писати «легко». Хочу навести приклад еволюційного біолога Річарда Докінса.