

# МЕДИА И ЖУРНАЛИСТИКА: НОВЫЕ ПОДХОДЫ В ТЕОРИИ И ПРАКТИКЕ

Редактирование журналистских  
текстов





Люди, которые приходят в журналистику, не всегда ожидают, что в написании текстов нужно будет следовать определенным правилам. Их общий довод заключается в том, что правила и строгое следования инструкциям душат творчество, тем более что правила грамматики постоянно меняются.

Да, язык развивается, и это замечательный процесс, который обогащает наш основной инструмент коммуникации. Но язык без правил, даже относительно преходящих, не является языком вообще, потому что он не может быть полностью понят всеми, кто его использует.

Правила нужны для создания логики. Она помогает избежать путаницы в материале и не сводит с ума аудиторию и вашего редактора. Многие медиаорганизации требуют от сотрудников соблюдения определенного стиля, который помогает соблюдать логическое построение текста.

В этой лекции приведены некоторые общие принципы, которые могут служить начинающим журналистам и студентам журфаков лишь примерным руководством в подготовке материалов. Но не стоит забывать, что эти нормы условные, так как требования к написанию и редактированию везде разные.

Во многих редакциях мира есть отдельная позиция – субредактор, который проверяет и исправляет статьи в газетах или журналах до печати и выхода в эфир. Это тот же самый корректор или литературный редактор, но в большинстве наших редакций такая позиция уже отсутствует. И, как мы можем наблюдать, это стало причиной роста ошибок в журналистских материалах.

А вот субредакторы (subeditor) очень даже в большом почете. Сейчас, с развитием онлайн-журналистики их обязанности намного расширились. Помимо фактической и грамматической проверки текста, они пишут заголовки, к которым нужен особый подход в онлайн, они оптимизируют тексты для поисковиков, правильно прописывают и расставляют по местам ключевые слова в тексте, проверяют, как этот текст и заголовок будет смотреться в мобильной версии, подбирают фото и подписывают их – опять же с учетом темы материала, но чтобы индексация была правильно настроена и приводила на сайт читателей.

Но вернемся к их основной задаче. Редактированию.

Вообще, в медиасообществах западного образца принято считать, что субредакторы стоят на последней линии защиты журналиста и помогают избежать судебных исков, сохраняют работу и репутацию многих репортеров, потому что они действуют как сторож – гейткипер. Такой редактор предотвращает выход в печать или эфир материалов, которые содержат неточности, необоснованные факты, глупые, нелогичные, безвкусные фразы и слова.

Конечно, не все журналисты смиряются с тем, что их правят или указывают им на ошибки, но работу субредактора все же признают необходимой. Тем более что журналистика никогда не была одиночной профессией. Она всегда требует командной работы.

Одной из отличительных черт качественной публикации является хорошая редаKTура, которой, как уже было сказано, сейчас в некоторых популярных СМИ явно недостаточно. РедаKTура помогает устранить раздражающий или запутанный язык, избавляет от коммуникационных барьеров между производителем и потребителем информации. Так, субредакторы контролируют:

- правильное применение языка, который использует медиа,
- письменный стиль,
- точность содержания,
- соблюдение журналистских общепринятых норм,
- соблюдение дедлайна.

Общение с массовой аудиторией означает и большую ответственность. Не зря же журналистику часто называют первым черновиком истории. Слово «журналистика» – «journalism» – очевидно связано со словом «журнал», что означает, буквально, запись ежедневного отчета о событиях. Акцент здесь делается на «записи». Журналисты участвуют в ведении этих исторических записей.

В идеале авторы и редакторы страстно заботятся о том, чтобы язык уважался и использовался эффективно для передачи идей, которые затем могут стать частью нашего понимания мира.



Самая важная часть – это необходимость держать слова твердо привязанными к семантике (значению). Стоит потерять способность передавать нюансы, сложности и абстрактные идеи, и теряется часть культуры.

Как бы это высокопарно ни звучало, среди некоторых журналистов и редакторов существует сильное чувство опеки над языком. Некоторые из самых свирепых языковых педантов в мире являются самыми ценными субредакторами. Они часто пытаются сразу приучить новеньких в журналистике, пусть и не всегда корректно или даже достаточно грубо, к тому, что использование языка должно восприниматься всерьез.

Но стремиться нужно не к высоким целям красноречия и правильности использования языка, а больше к логике в ваших сообщениях.

Точность содержания является также некоторой проблемой, поэтому и журналист, и редактор должны помнить о точности и достоверности всегда. Часто такому текстовому редактору приходится самостоятельно перепроверять ключевые моменты и факты в материале.

Вот, к примеру, реальный случай из практики, когда журналист выдал материал в таком виде: «Документы были найдены в доме в Испании». Хотя на самом деле правильно: «Документы были найдены дома в спальне».

Другие распространенные ошибки включают в себя написание имен с ошибкой. Или имя человека может быть написано в материале в разных вариациях, могут быть ошибки в должностях, названиях организаций и другие. Поэтому журналистам рекомендуют дважды проверять все имена, а также названия мест.

Авторы издания «Медиа и журналистика» акцентируют внимание на том, что развитию навыка письма, прежде всего, способствует уровень культурной грамотности.

Блистательная журналистика требует многих нематериальных активов – это багаж знаний и опыта, мотивация, здоровое любопытство, как и здоровый скептицизм, воображение. Необходимо развивать «энциклопедические знания» для более широкого понимания мира. Хотя во времена Google и такого огромного потока информации некоторые считают изучение и запоминание необязательным условием.

Но, например, чтение классической мировой литературы – это не только радость для разумного человека, но и неотъемлемая часть профессионального развития начинающего журналиста. Такой сбор знаний и расширение своего мировоззрения также может быть предметом профессиональной гордости.

Студенты журфаков должны понимать, что недостаточно просто освещать и пересказывать событие, в нем нужно разбираться. Поэтому получение знаний и опыта в искусстве, литературе, истории, политике, науке и технике, и других областях более чем желательно.

Журналисты и редакторы ежедневно сталкиваются с большим количеством терминов и данных, которые необходимо сразу перерабатывать в голове, устанавливая между ними связи, последовательно выстраивать их в логическую цепочку. Этого Google за нас не сделает. Поэтому культурная память будет проверяться каждый день, иначе ссылки на «дамоклов меч, висящий над головой министра» или на «тепловую смерть Вселенной», которые могут вам встретиться, например, в интервью с кем-то, могут поставить вас в неудобное положение, не говоря уже о качестве вашего материала.

Как же писать?

Лид – первое предложение вашей новостной истории. В нем нужно сразу обнажать суть вашей информации. Помните о главных вопросах – кто, что, когда, где, как? Причем с упором на «что?». Не хороните свой материал в лиде. Помните, что формула лида выглядит так: «Что произошло? + Что это значит?».

Проверьте, чтобы лид читался свободно, чтобы в нем не было нагромождений, ужасной лексики или недопустимой структуры предложения. Помните, что текст должен быть «напористый», он должен включать в себя действительный залог и живые сильные глаголы.

Через некоторое время тренировки писать лиды можно уже будет на инстинктивном уровне.

Наиболее известная из всех журналистских норм – это использование перевернутой пирамиды для новостных материалов. В этом приеме приоритетность информации убывает от начала текста к его завершению.



Перевернутая пирамида содержит ответы на те самые шесть вопросов, которые мы повторяем в наших лекциях.

Кто главный герой новости?

Что именно произошло?

Когда произошло?

Где произошло?

Почему это произошло?

Как случилось, что же это произошло?

По такому принципу вверху помещается лид, который максимально насыщен информацией. С короткими ответами на вышеобозначенные вопросы. На основе этих данных аудитория либо остается с вами и переходит по ссылке, либо просто уходит.

Средняя часть материала дает уже полную информацию о том, что написано в лиде. Вставляем подробности, уточнения, детали.

Самый нижний уровень – дополнительная информация. Справочная информация, дополнительный комментарий, выводы.

Конечно, этот метод не догма в журналистике, а одна из многих используемых структур. Лучше всего он подходит именно для новостей.

Хотя некоторые новостные организации объявили о смерти перевернутой пирамиды, но, кажется, это очень преждевременно, считают медиаэксперты. Перевернутая пирамида остается чрезвычайно эффективным способом передачи информации, и маловероятно, что она полностью исчезнет.

Отдельный вопрос – заголовки. Их написание сродни искусству.

Заголовок должен использовать несколько слов для предоставления максимальной информации. Одновременно он должен быть кратким и всеобъемлющим. Заголовки обычно не содержат цифр и имеют минимальную пунктуацию.

Но с развитием новых медиа и необходимостью привлечь больше аудитории некоторые СМИ не гнушаются «кликбейтом» – используют сенсационные заголовки или привлекательные картинки для увеличения числа кликов и поощрения распространения материала через социальные сети и интернет. Такие заголовки обычно недоговаривают суть информационного повода и допускают ложь.

Так что сегодняшние реалии – это настоящее испытание для журналистов, особенно для тех, кто пришел из традиционных медиа.

Среди, так сказать, современных рекомендаций есть такие – писать не только для аудитории, но и для Google. Но алгоритмы, к сожалению, пока не всегда понимают словесные обороты, иронию, или игру слов.

Вот некоторые советы из книги «Технология новостей от «Интерфакса». Style guide», которые были составлены на основе внутренних стандартов этого агентства. Их применяют и для онлайн-журналистики.

1. Заголовок – это простое и энергичное предложение, длина которого не превышает 76 знаков, включая пробелы. Активный залог предпочтительнее пассивного. Короткие слова предпочтительнее длинных. Допустимо использовать сокращения (не Министерство финансов, а Минфин).

2. Из заголовка должно быть понятно, что произошло.

3. В заголовке необходимо избегать излишней детализации, а цифры желательно округлять.

4. Заголовок не должен начинаться с предлога или цифры.

5. Заголовок может содержать мнение, важное или неожиданное высказывание ньюсмейкера. Он должен содержать ссылку на источник (через тире, запятую, двоеточие). Если у вас анонимные источники, упоминание слова «источник» в заголовке обязательно.

6. Если заголовок содержит допущение, предположение (ньюсмейкер говорит о сроках события, которое зависит не только от него, делает прогноз ситуации на рынке, в общественно-политической жизни, дает оценку чьим-либо действиям), то заголовок также обязательно должен содержать ссылку на источник.



И да, заголовки никогда не заканчиваются точкой.

Что касается правил подготовки текстов для онлайн-изданий, они тоже имеются.

Еще раз напомню, что в заголовке обязательны ключевые слова. Так что писать надо и для людей, и для роботов.

Лид лучше строить в одно предложение, его размер должен быть примерно до 35–40 слов.

Размер основного текста 4–5 абзацев, бывает и меньше, по 5 строк каждый.

Также приводите в материалах цитаты и прямую речь своих героев.

Еще одна распространенная проблема – это использование клише в текстах. Кстати, журналисты из «Washington Post» даже составили список из 200 шаблонных фраз. Они относятся к англоязычной прессе, но я рекомендую вам с ними ознакомиться, так как вы увидите много аналогов. К ним относятся такие обороты: «ни для кого не секрет», «вершина айсберга», «разобраться в хитросплетениях», «воссоздать атмосферу», «окунуться в атмосферу», «как снег на голову», «поживем – увидим» и другие.

Конечно, наверное, невозможно полностью отказаться от штампов, они в какой-то мере облегчают жизнь журналиста. Но важно не злоупотреблять применением этих клише! Иначе это может убить ваш текст.

Точно так же нужно избавляться и от «индюшачьего языка».

Ведь, согласитесь, что «учреждения образования» – это школы и сады, а «учреждения медицины» – это больницы и поликлиники. «Осветил вопрос» равно – остановился на вопросе. «Лесной массив» – это лес. А «производить или проводить полив, пошив, прополку» – это всего лишь поливать, шить и полоть.

Иногда вместо одного понятного слова в тексте зачем-то используют три слова – например, «решить» превращается в «было принято решение», или «пьян» – в «находился в состоянии опьянения». «Оказали помощь» вместо просто «помогли».

Канцеляризмы типа – является, данный, текущий и настоящий – тоже режут слух, особенно когда их копируют из пресс-релизов.

Тон текста тоже важен. Например, легкий тон неприемлем для истории, содержащей трагедию. Но если история какая-то причудливая или смешная, то торжественный, мрачный тон тоже не подходит.

Часто яркий акцент передается в использовании прилагательных и наречий – это слова, которые добавляют окрас существительным и глаголам, так что не стесняйтесь ими пользоваться.

Для записи серьезных новостей обычно нужен нейтральный тон.

После подготовки текста наступает момент правок.

Качественная правка позволяет устранить погрешности, добиться четкости и ясности формулировок, проверить фактические данные и исключить неточности, избавить текст от шероховатости стиля и языка. Но правки должны вноситься, только если в них есть реальная необходимость.

Выделяют четыре основных вида правки:

- Правка-вычитка.
- Правка-сокращение.
- Правка-обработка.
- Правка-переделка.

Смысл правки-вычитки состоит в том, чтобы сравнить текст с более совершенным оригиналом, выявить технические погрешности и устранить их. Правка-вычитка применяется при редактировании: официальных материалов, произведений литературных классиков, изданиях исторических документов.

Исправлениям подлежат опечатки, орфографические ошибки, описки без смысловой нагрузки. Также дописываются недописанные слова, расшифровываются сокращения.

При правке-сокращении главная задача – это сокращение текста, но без ущерба для его содержания. Сокращение может быть необходимо по нескольким причинам: например, нужно уложиться в конкретный объем (количество листов, строк или знаков). Для эффективного сжатия объема полезно использовать сокращения слов, терминов, наименований.



Нужно соответствовать определенным задачам, стоящим перед автором или редакцией. Текст сокращают, если в нем имеются недостатки – такие, как ненужные подробности, повторы, длинноты, растянутость, большое количество однотипных примеров или данных и т. п. Сокращение здесь является необходимостью, так как достигается более четкое и строгое композиционное построение.

Правка-обработка используется в редакторской практике чаще остальных видов. Редактор в данном случае исправляет неудачные обороты и слова, уточняет формулировки и фразы, придает построению произведения логичность, добавляет более убедительные аргументы, устраняет любые признаки путаницы. При этом тонкости стиля и слога автора должны сохраняться, и если автором является не редактор, то любые изменения должны быть согласованы. Любая поправка должна быть научно и логически обоснована.

Правка-переделка актуальна в тех случаях, когда редактор трудится над работами авторов, плохо владеющих литературным языком. Этот вид правки широко распространен в практике газетной работы, а также применяется при публикации статей, мемуаров, брошюр. Как и в предыдущем случае, должна быть сохранена авторская стилистика.

Работая над устранением ошибок, редактору следует не только делать правки, но и постоянно отслеживать логичность подачи материала, так как выдвигаемые автором основные положения должны быть логически связаны, а все переходы от одной части к другой – закономерны и последовательны. По этой причине важно иметь представление о логических основах редактирования текста.

И в заключение еще несколько советов от авторов пособия «Медиа и журналистика»:

- превращайте свои слова в рабов – они должны производить тот эффект, который вы задумали, вы должны иметь над ними полный контроль и знать цель каждого из них;
- знакомьтесь с работами великих писателей, читайте больше и думайте о том, как можно использовать их методы в улучшении своих навыков письма;
- проверяйте себя по словарю;
- вместо клише используйте новые выражения, они оживят вашу работу.

Также к этой теме подходят и рекомендации по проверке текста, которые приводились в лекции о новостях для радио и телеэфира. Это:

- 1) Проверять текст новости на соответствие пирамидальной структуре.
- 2) Разделять излишне большие абзацы на еще несколько абзацев, на два, а то и на три.
- 3) Следить за тем, чтобы абзацы представляли собой логически завершенные куски текста.
- 4) Избавляться от излишне сложных словесных конструкций.
- 5) Разбивать сложные предложения на более короткие.
- 6) Не злоупотреблять обилием знаков препинания, точки и запятой обычно достаточно.
- 7) Вычитывать новость и править, править и править найденные ошибки.