



# МЕДИА И ЖУРНАЛИСТИКА: НОВЫЕ ПОДХОДЫ В ТЕОРИИ И ПРАКТИКЕ

Что такое фичеры и как их писать?





Журналистика, как любая другая сфера деятельности, стремится к классификации материала. Это касается разбора журналистских материалов и объединения их в группы по жанрам.

Жанров достаточно много. Это и хроника, и заметки, и репортажи, и интервью, и статьи, и обзоры, и очерки, и ток-шоу. С развитием новых медиа и социальных платформ появились дополнительные жанры – Talk vlog (ток влог), Tutorial – учебные лекции онлайн, лайфхаки, инструкции и многое другое.

Сейчас уже сами читатели и зрители зачастую могут определить любой материал и назвать жанр, к которому он относится. Хотя строгое разделение по жанрам существует лишь в теории и, в определенной степени, в информационных материалах. По большому счету жанрам свойственно взаимопроникновение, границы между ними часто размыты. Но журналистам, а тем более начинающим, стоит узнать, какие есть жанры, каковы их особенности и чем они отличаются друг от друга.

В этой лекции речь пойдет о таком жанре, как Feature Writing – или фичер, то есть развернутый материал по актуальному вопросу.

Фичеры – это сложная форма журналистики, которая зародилась в Америке. Там фичеры известны с 1830 года, когда была популярна так называемая «пенни-пресса». Эквивалента этому термину в журналистской школе на территории СНГ нет. Но существуют вариации типа «занимательная статья», «занимательный очерк». Еще этот термин используют копирайтеры и называют его – «лонгрид». Ежегодно автор лучшего фичера получает Пулитцеровскую премию.

Фичер отличается от других жанров тем, что такой материал показывает личное отношение автора к теме. Этот материал более эмоционален, авторская позиция или позиция героев в нем очень ярко выражена. Кстати, в фичерах непременно присутствует герой или несколько героев.

Итак, Feature Writing. Многие журналисты пользуются этой формой создания материала именно из-за того, что им предоставляется возможность выбора темы, а также применения более широкого словарного запаса и более разнообразной структуры текста.

И хотя в этом жанре журналисты обычно имеют больше свободы в подготовке, тем не менее в написании фичеров нужно также соблюдать дисциплину.

Вообще, этот стиль письма придает истории глубину, ширину, цвет, блеск, дерзость, понимание, воодушевление. Фичеры могут предоставить читателям доступ к уровню понимания темы, которая не может быть достигнута в формате новостей. Кто-то использует методы журналистских расследований, в которых репортер находит, раскрывает и разъясняет до сих пор неясную или забытую информацию с большой политической, исторической, научной или социальной значимостью. Другие изучают малозначительные подробности истории, чтобы пролить свет на личную жизнь героев материала.

Фичеры могут развлекать или огорчать, вдохновлять или вводить аудиторию в гнев. Автор должен красочно и ярко описать сюжет, увлечь читателей водоворотом событий. Герои могут общаться, шутить, обсуждать что-либо, смеяться, грустить. Стиль – неформальный, неофициальный. Когда это возможно, используется настоящее время, чтобы читатель мог ощутить эффект присутствия. Если в информационных заметках все «человеческое» искореняется подчистую, то в фичерах оно, наоборот, подчеркивается. Например, в обычных новостях вы никогда не увидите описаний внешности героев, в то время как в фичере это неременный компонент. Но, несмотря на художественность, фичер должен информировать публику.

Можно сказать, что фичер находится на стыке информационной и аналитической журналистики. Помимо того, что автор должен быть хорош в журналистском ремесле, важно иметь и литературный талант, знать художественные методы. Но помните, что фичеры – это все же не литературные рассказы, так как описываемые события в них абсолютно реальные.

Фичеры охватывают целый ряд категорий материалов, которые к тому же могут пересекаться. Среди них:

- новостные фичеры, они отражают тему, которая сейчас актуальна в новостях, которая в тренде;
- расследовательские фичеры, раскрывающие чужие секреты и ложь;



- биографические очерки, которые рассказывают подробно о жизни людей; или портреты, кстати, их можно составлять по описаниям людей, которые хорошо знакомы с объектом, о котором вы пишете;
- всеобщие интересные истории, так называемые human touch stories; – эмоциональные, душераздирающие, полные слухов или юмористические;
- фичеры, в принципе, существуют благодаря человеческому любопытству, так что это могут быть истории и о неодушевленных предметах;
- фичеры на узкие темы – такие, как фрагменты истории, путевые заметки или руководства в стиле «how to – как это сделать»;
- фичеры по теме бизнеса;
- приуроченные к годовщине какого-либо события;
- есть фичеры на тему профессий, в варианте: «один день из жизни», ведь в каждом городе есть немало людей, которые занимаются опасной или необычной работой;
- есть исторический фичер;
- или фичер «сайдбар», он может сопровождать новостную заметку, он часто выходит на следующий день после самой новости;
- фичер-репортаж – он отличается от обычного информационного репортажа. Если вы смогли добыть интересные данные, добавили к ним несколько интервью и представили все это в увлекательной литературной форме, то у вас получится нечто вроде фичер-репортажа.

Это далеко не полный список возможных типов фичера.

Фичер можно написать абсолютно на любую тему. Но если идея слишком туманна и неконкретна, хорошего фичера не получится. Нужно конкретизировать свою идею, сфокусировать свое внимание на живых конкретных людях.

После того как студенты-журналисты переходят от новостной истории к написанию фичеров, то первое время их создание вызывает у них трудности, они путаются или просто добавляют в материал немного больше фактов, чем если бы это была новостная заметка. Они забывают, что фичеры сопровождаются прямым заявлением автора. Но фичеры так не работают. Здесь есть собственный набор правил.

Универсальность – это полезная характеристика для журналистов, поэтому разумно развивать способность работать в разных стилях. Тренируйтесь, и тогда вы сможете писать и новости, и фичеры.

Новости практически всегда короче. Новостные тексты редко превышают 700 слов. Объем фичеров обычно составляет от 800 до 3000 слов. Исключением является американский литературный журнал «New Yorker», который знаменит своими статьями в более чем 30 тысяч слов.

Кстати, самая известная история в стиле Feature Writing в «New Yorker» – это эпическая история под названием «Хиросима», написанная американским журналистом Джоном Херси. Это было исследование влияния на людей атомной бомбы, сброшенной на японский город Хиросима в августе 1945 года. Херси написал это эссе, которое заполнило абсолютно весь номер журнала в 1946 году, в первую годовщину бомбардировки. Объем текста – 31 тысяча слов. Эту статью можно и сейчас прочитать в интернете на сайте издания. Этот материал считается примером классического фичера, который использовал необычные для того времени методы повествования, и внутри которого подчеркивался индивидуальный опыт участников истории.

Другой отличительной особенностью этого жанра является структура. Фичеры не пишут в форме перевернутой пирамиды. Как было сказано в других лекциях, перевернутая пирамида предназначена для обеспечения эффективного и упорядоченного способа предоставления информации. Фичеры же имеют больше пространства для информации и могут быть более дискурсивными.

Фичеры могут начинаться анекдотом, смешной фразой или яркой прямой цитатой, оформленной в рамку или виньетку, если это печатное издание. Такие материалы могут играть с таймфреймами – временными рамками, они могут начинаться с настоящего времени, затем переходить в прошлое, а затем снова возвращаться в сегодняшний день.



Фичеры находят баланс между фактами и чувствами в предоставлении информации, но имейте в виду, что они всегда являются фактически достоверными. На самом деле, самые интересные и привлекающие большое внимания фичеры – это те, которые предоставляют тщательно исследованный фактаж. Да, эти материалы более творческие, но в них нет места полету фантазии, как в художественных произведениях. Они привязаны к реальности и выражают факты о мире. Представьте, один фичер может занять несколько разворотов в печатном издании. Эти истории могут содержать неожиданные сюрпризы, откровения и вау-моменты. Они могут привести к выводу, на который автор даже и не намекал или не ссылался в начале. Они могут содержать яркие описания людей и мест, о которых идет речь.

Основное свойство большинства фичеров – timelessness – они вне времени, читать их интересно всегда.

Хороший автор ведет читателя через историю. Один из важных способов сделать это хорошо – убедиться, что у вас есть единая, логически выстроенная тема, которая объединяет, связывает все детали, что заставляет аудиторию чувствовать себя уверенно и понимать материал, который вы им даете. Даже когда вы удивляете и восхищаете читателя новыми подробностями и как бы призываете его представить себе какой-либо образ, вы должны придерживаться единого контекста темы. Для этого в самом начале обычно дают всеобъемлющее утверждение, которое делает тему явной. Повторные ссылки на тему в последующих утверждениях позволяют читателю сохранить понимание контекста. Все утверждения должны объединять статью.

Для фичеров важно, чтобы лид был оригинальным. В само тело статьи можно вставлять цитаты, факты, но наибольший вес приобретают диалоги, сцены и подробное описание действий героев материалов. Можно рассказывать не только о том, что они делают, но и что чувствуют, о чем думают или мечтают.

Хороший диалог – это хорошее наблюдение в истории, он дает читателям сильные ментальные образы и привязывает их к тексту и к ключевым игрокам истории.

Если говорить о структуре фичера, то она может быть примерно (я подчеркиваю – примерно) такой:

- Анекдот.
- Развитие темы, описание конфликта.
- Представления героя.
- Интервью.
- Факты.
- Снова интервью с героем или его яркая цитата.
- Вывод, итоги.

Использование некоторых приемов при подготовке фичера поможет удержать внимание читателей, которые в современных информационных условиях избегают лонгридов, так как их прочтение требует много времени.

Медиа-специалисты советуют:

- Использовать хронологический порядок описания событий, подавать их в виде перечня.
- Также в начале текста стоит подать свое авторское видение темы, а затем объяснить свою точку зрения.
- Сначала описывайте проблему, а потом переходите к ее решению.
- Рассказывайте сначала об известных фактах, а затем раскрывайте новые.
- Кольцевая композиция материала – это тоже хороший прием для того, чтобы вернуться к началу статьи, одновременно объединяя все утверждения, которые вы использовали.

Еще в самом начале можно «забегать вперед» и сообщать информацию, которая спрогнозирует интерес читателя, а позже уже раскрывать подробности.

К цитатам, которые вы приводите, нужно относиться осторожно и тщательно их выбирать, поскольку они оставляют свой след надолго.

Цитата – это точная дословная выдержка из какого-либо текста или высказывания. Прямая цитата – цитируемое предложение или часть текста, приведенная полностью. Она



выделяется кавычками. Косвенная цитата суммирует то, что было сказано, не имеет кавычек, но по-прежнему включает ссылку на автора. Мы используем цитаты из первичных источников. Например, это люди, у которых мы берем интервью. Или из вторичных источников. Это могут быть ранее опубликованные материалы.

Цитаты – это голоса героев, персонажей истории. Они придают материалу вес и окрас, они имеют важное значение в большинстве журналистских материалов, а особенно – в фичерах. Записывайте их внимательно и используйте их аккуратно. Во время работы над интервью сразу выделяйте те живые и глубокие цитаты, которые можно будет использовать в будущем материале.

Вот несколько советов по использованию цитат в фичерах:

- Выбирайте цитаты тщательно, помня о своей необходимости улучшить историю, добавить в нее жизнь.
- Цитаты должны быть короткими и точными, избегайте длинных и запутанных цитат.
- Пометьте и зарезервируйте особенно острые цитаты, чтобы открыть или закрыть ими свою историю.
- Никогда не искажайте смысл исходного утверждения.

Также в фичерах приводят не только цитаты, но и отражают мысли и чувства героев, а также используют диалоги между ними. Хотя автор мог не присутствовать при этих разговорах участников событий, он мог знать о них только со слов персонажей, но ему позволительно реконструировать эти диалоги.

Факты и цифры.

Ваша история выиграет, если вы приведете в ней ряд фактов и цифр, которые свидетельствуют о том, что вы проделали серьезную исследовательскую работу. Все в истории должно быть фактически подтверждено.

Однако, только факты редко привлекают внимание. Некоторые люди называют их «фактоидами», в том случае, если они используются глупо и скучно.

Например, фичер о влиянии изменения климата на коралловые рифы будет содержать фактическую информацию о том, как кораллы подвержены влиянию высоких температур, или о том, что кораллы имеют важную симбиотическую связь с водорослями, которая повреждается теплыми водами.

Этот материал также может включать информацию о недавних случаях массового обесцвечивания кораллов, которые, очевидно, начались, когда содержание диоксида углерода в атмосфере превысило 320 частиц на миллион. Это может быть описание того, как кислотность морской воды влияет на животных или научные прогнозы относительно вероятных будущих сценариев. Это важная базовая информация, необходимая для создания общей темы. Чтобы убедить читателя, что ваш фичер заслуживает доверия, вы должны использовать точный фактический материал.

Вот еще несколько советов по использованию фактов:

- Не переусердствуйте с фактами и цифрами, но никогда не опускайте важные из них.
- Избегайте слишком большого количества данных в одном абзаце – распределите их по всему тексту материала.
- Используйте данные только из авторитетных источников.
- Всегда проверяйте их точность.

Еще рекомендация: показывайте, не говорите.

Принцип «show-don't-tell» – «показывать, а не говорить» означает, что если суть можно проиллюстрировать описанием действия, а не просто приведением факта, то это будет гораздо эффективнее для вашего материала. Читатель сам сделает собственный вывод благодаря описанному действию.

То есть о событиях надо не рассказывать, а показывать их. Через юмор, интересные цитаты, сравнения.



Например, в биографическом фичере вместо того чтобы написать: «Анна очень хорошо ладит с детьми», лучше описать саму сцену, где Анна взаимодействует с ребенком, показать, как она ему улыбается, как идет процесс игры, как отзывается на ее действия ребенок. Читатель в таком случае может представить картину и самостоятельно сделать вывод о том, какая Анна.

Часто фичеры публикуются циклами – например, это может быть серия статей о бытовом насилии, о жизни в стране после революции и т. д.

Автор фичера пишет так, что создается впечатление, что он лично участвует в истории, а некоторые предпочитают даже вести диалог с читателем от первого лица.

Тенденция к более широкому использованию первого лица в журналистике становится очевидной, и было бы неправильно выступать против ее использования. Но новички в журналистике все же должны действовать осторожно. Присутствие своего «я» должно быть оправдано темой и содержанием статьи. «Я» чаще используется, чтобы показать связь между журналистом и основными участниками истории, при этом акцентируя внимание на героях. Благодаря «я» читатель слышит голос автора, за счет тонких эмоциональных комментариев к истории он понимает его личность, и это придает дополнительный окрас и сочность тексту. Использование местоимения в первом лице может быть также оправданным, когда писатель лично пережил необычные события. Не используйте личное местоимение необоснованно.

Лучшие фичеры содержат так называемый «X-фактор», который, скорее всего, представляет собой магическое сочетание логической и умной структуры, прекрасного использования языка, отличной темы, тщательных исследований, иллюстративных цитат и анекдотов, а также легко воображаемых пейзажей, которые помогают погрузить читателя в историю.

Сбор информации для фичера предусматривает длительные беседы с участниками истории, выяснение максимального количества подробностей, а также, по возможности, включает посещение места события. Таким образом, себестоимость такого материала гораздо выше, чем себестоимость какого-либо другого. Тем более что работают над фичерами более опытные журналисты. Но затраты медиаорганизации на такой вид информационного продукта будут вознаграждены читательским интересом.

В исследовании, проведенном в США, людям предложили в одном случае прочитать новостную заметку, а в другом – ту же информацию, но в форме фичера. 57 % читателей проявили интерес к заметке, а к фичеру – 86 %.

Суть хорошего фичера – это подключение читателей к предмету. Это возможно сделать, если оживить тему так, чтобы читатель мог видеть события и людей, о которых вы рассказываете, проживать эту историю. Важно создать эффект личного присутствия читателей, зацепить их экспрессивностью, насыщенными эмоциональными элементами. В современной журналистике не так много приятных вещей для чтения, а фичеры относятся как раз к ним.

Для того чтобы подробнее познакомиться с этим жанром, я рекомендую вам изучить список произведений обладателей Пулитцеровской премии в номинации «Feature Writing», который вы можете найти на сайте премии ([www.pulitzer.org](http://www.pulitzer.org)).