**Керемет мәтіндер жазу үшін сән журналистіне ақпаратты қайдан алуға болады?**

Тарау не туралы:

- керемет жазуды қалай үйренуге болады;

- ақпарат көздерін таңдау;

- ақпарат құралдарын қайдан алуға болады.

Енді сіз сән журналисті болғыңыз келетінін нақты білетін болсаңыз, бірдей маңызды сұраққа көшейік: салқын, қызықты, жарқын мәтіндер жазуды қалай үйренуге болады?

Бастау үшін мысалдар келтірейік. Сіздің алдыңызда интерндер жазған екі мәтін бар. Оларды салыстырыңыз. Сіз не жақсы, не жаман көресіз?

**Жақсы мәтіннің мысалы:**

Вуди Алленнің "Париждегі түн ортасы" фильмі Марион Котиллард дизайнердің көзімен

Вуди Алленнің фильмін нағыз дизайн нұсқаулығы деп санауға болады. Егер сіз 20-шы жылдардың интерьеріне қызығушылық танытсаңыз, онда джаз дәуіріндегі керемет орта назардан тыс қалмайды.

Фильмнің декоры-Хелен Дубрей, фильмнің алғашқы кадрлары 1925 жылы ашылған әйгілі Le Bristol қонақ үйінің интерьеріне назар аударады. Ғимарат бізді Людовик XV Француз сәулетінің алтын ғасырына сілтеме жасайды.

Айтпақшы, бұл қонақ үйге Мэрилин Монро және Чарли Чаплин сияқты атақты адамдар келді.

Мейрамхана көріністері.

Әрі қарай, фильмнің басты кейіпкерлері Аллен әйгілі Le Grand véfour мейрамханасына келеді. Бұл жердің тарихы дәуірден басталады, мейрамхананың өзі 1784 жылы ашылған. Ішкі Интерьер ежелгі тарихи дизайнда жасалған: хрусталь мен алтынның жылтырлығы, төбелік кескіндеме мен витраждар, антикварлық жиһаз өзінің сән-салтанатымен таң қалдырады.

Барлық көріністер швейцариялық ұқыптылықпен безендірілген. Кадрда көптеген табиғи материалдар бар. Актерлердің костюмдері ерекше назар аударуға тұрарлық: суретшілер әр бөлшекті пысықтады және ол экипаждың көркемдік тобының бүкіл құрамының мақұлдауына ие болуы керек еді.

**Нашар мәтіннің мысалы:**

Федора Ромазованың Шляпасы. Федор шляпасы - батыл экстравагант пен талғампаз талғампаздықты біріктіретін қарапайым аксессуар, ол көбінесе подиумдарда ең батыл комбинациялар мен көріністерде жарқырайды. Шляпаским Аксессуары және сүйікті хипстер шляпасы ретінде ұзақ және қиын жолдан өтті. Қатты көрінгенімен, шляпалар көбінесе коктейльді көйлектермен де киіледі, бұл кез-келген қарапайым және нәзік көрініске әсер етеді.

**Жақсы мәтіндерге мыналар жатады**:

а) тік инфоповод (инфоповод-бұл мақала жазылатын нәрсе, төменде біз бұл ұғымды толығырақ түсінеміз),

б) әдемі буын және сауаттылық,

в) мәтіннің нақты құрылымы.

Келісіңіз, барлығы тек пайдалы ақпарат бар әдемі сауатты мәтінді оқуға қызығушылық танытады. Мұндай мәтін белгілі бір жоспар бойынша жазылады және біз оны қарастырамыз. Журналистикада барлық қажетсіз ақпаратты "су" деп атайтыны бекер емес, яғни тек пайдалы емес, тек мақалада орын алатын таңбалар, сөздер жиынтығы.

**Керемет жазуды қалай үйренуге болады**

Алғашқы мақалаңызды жазғыңыз келді деп елестетіп көріңіз. Табиғи сұрақ туындайды: неден бастау керек? Барлығы қарапайым! Алдымен тақырыпты таңдау керек. Бірақ жай ғана тақырып емес, оқырманды қызықтыратын тақырып.

Бірақ шынымен керемет материал жасау және ақпарат беру құралын табу үшін Сіз материал кіретін оқырманға не қызықты болатынын ойлауыңыз керек. Филип Котлер өзінің "Маркетинг негіздері" кітаптары, егер ол туралы айтуға негіз болмаса, ешқандай маңызды оқиға маңызды болмайтынын айтады. Яғни, бір нәрсе туралы сөйлескіңіз келсе, қызықты нәрсе жасау керек. Ақпараттық себеп (ағылш. newsbreak, inject) - бұл салада, нарықта, компания, адам үшін қызықты және мағыналы болған жаңалық немесе оқиға.

Осылайша, айталық, ақпараттық жағдайға коллекция, брендтің құрылуы немесе туған күні, жаңа өнім шығару және т.б. себеп болуы мүмкін. Мақалада қызықты идеяның орталық идеяға айналатынын анықтау да маңызды.

Мысалы, мен сапфирлер туралы айтқым келеді. Бірақ егер сіз осы тас туралы жалпы айтатын болсаңыз: қалай таңдауға болады, шығу тарихы және т.б., онда мақала интернетте жарияланған миллионнан өзгеше болмайды. Оны ерекше ету үшін интернеттен сапфирлердің қандай түрлері бар екенін, осы тастарды жақсы көретіндер жиі талқылайтын сұрақтарды іздеңіз, зергерлердің кәсіби форумдарына өтіңіз. Онда сапфирлердің кесілуі, табиғи тастар мен жалғандықты қалай ажыратуға болатындығы, сапфирлердің сирек кездесетін түстері, оларды немен кию және біріктіру жақсы екендігі талқыланады.

Көріп отырғаныңыздай, сапфирлер туралы қызықты мақала жазуға болатын көптеген тар тақырыптар бар. Сондықтан қорытынды қарапайым: әрқашан мақаланы анықталғанға дейін қысқартуға тырысыңыз

**Ақпарат көздерін таңдаңыз**

Көбінесе жаңадан келген журналист белгілі бір мағынада еліктеуші болуға тырысады. Ең алдымен, ол сүйікті жылтыр басылымның веб-сайтына кіріп, берілген тақырып бойынша барлық мақалаларды оқиды. Нәтижесінде не болады? Әрине, оқудан жалықтыратын тағы бір вариация. Бұдан шығатын басты ереже: басқа сән журналдарындағы мақалаларды ұмытыңыз, мәңгі! Оқу және еліктеу арқылы сіз онсыз да, сіз де жазылмаған нәрсені қайта жазумен мәңгі айналысасыз. Тек бастапқы дереккөздермен – тақырып туралы Жеке және басқаша айта алатын мамандармен және мамандармен жұмыс істеуді ереже ретінде қабылдаңыз. Ғылыми жұмыстар, пресс-релиздер, анонстар, беделді кітаптар, сұхбаттар бастапқы дереккөз бола алады. ИЯ, мұндай жұмыс көп уақытты қажет етеді, бірақ мақала қайта жазылғаннан гөрі ерекше және қызықты болады.

Сапфирдің жалғандығын нақты нәрседен қалай ажыратуға болатындығы туралы жазғыңыз келе ме? Кәсіби зергерге хабарласыңыз. Оның беделді пікірі мақалаға қажетті реңк береді, оның сөздері салмақ береді және буын бояулар табады. Мұндай мақала асыға және қызығушылықпен оқылады. Олар мұндай мақаланы тыңдайды, өйткені ақпарат көзі тексеріліп, маңызды.

Маған сеніңіз, ешкім қайта жазылған мақалаларды жүз рет оқуға қызығушылық танытпайды. Бірегей материал жасаңыз, сонда сіз ең жақсы сән журналисі боласыз. Ақпараттық арналарды табуды және оларды көруді үйрену үшін алдымен оқылым мен парасаттылықты арттырыңыз. Мысалы, DFR веб-сайтына кіріп, мақалаларды оқып, автор айтқысы келген маңызды нәрсені анықтаңыз. Сондай-ақ, бір тақырып бойынша әртүрлі мақалаларды оқып, қайсысы қызықты болып көрінетінін, оған не ұнайтынын, жабысатынын және бірінші жолдан қандай материалды жапқыңыз келетінін талдаңыз. Бірақ ең бастысы, жазылғанды қайталамаңыз. Көрнекілік пайда болғаннан кейін, ешкімнің сөзін көшірместен немесе қайталамай, өзіңізден жаза бастаңыз.

**Инфоповодтарды қайдан алуға болады?**

Ақпараттық арналарды құру-қарапайым дағды. Мұны дұрыс бағытталған жаттығулармен үйренуге болады.

Нашар ақпарат құралдарының мысалдары:

**Күзгі және қысқы көріністер**

(Бұл жағдайда ақпарат көзі ашылмаған. Кімге арналған суреттер? Олар не үшін қажет? Олар оқырманға не үшін пайдалы? Сонымен қатар, бұл ақпарат көзі банальды, мұндай материалдар – вагон және бүкіл арба)

**Хэллоуинде қандай қорқынышты фильмдерді көруге болады?**

(Инфоповодтың өзі қарапайым және оны интерн ойлап тапқан. Мен оны эстетика мен сәнмен байланыстыруды ұсындым, өйткені біз сәнді білім туралы жазамыз. Бұл жақсы ақпарат көзі болып шықты: "өте әдемі. Готикалық, эстетикалық жағымды триллерлер")

**Сізге қандай би стилі сәйкес келеді?**

(Интерн мақалада би стильдерін жинағысы келді. Біз мұндай мақала оқырманға не пайдалы болатынын және оған не беретінін анықтай бастадық. Біз мақалада Ресейдің ең қызықты би студияларын жинауды шештік, онда олар әртүрлі стильдегі билерді үйретеді)

**Стресс пен мазасыздық туралы.**

(өте бұлыңғыр)

**Биді жарықтандыру өзекті болар еді…**

**Ваннаны қалай дұрыс қабылдауға болады**? (Оқырман бұл туралы оқығысы келмейді)

**Қызықты күндерге немесе серуендеуге арналған идеялар** (қарапайым және бұлыңғыр)

Жақсы ақпарат құралдарының мысалдары:

**Диетологтардан диетадан алып тастауға болатын 10 тағам**

**Жарық болсын. Ресейде үйге шам жасайтын кім?**

**Тек гиалурон емес. Күзгі кезеңде бетке арналған ең жақсы 5 емдеу.**

**Мерилин бойынша құмарлық**

(Мерилин Монро туралы кітаптар (немесе фильмдер). Жақында ол туралы жаңа фильм шықты және бұл оны біріктіру идеясына әкелді)

**Винтаж трендте**

(Санкт-Петербургтегі ең жақсы винтаждық дүкендер, түпнұсқа және сирек заттар)

**Косметология туралы қорқынышты мифтер әлі де бар**

**Түсті колготки. Олар гардеробта бола ма, жоқ па?**

**Қымбат-әдемі. Қандай брендтер атақты киеді?**

**"Ерні, одақтың қасы". 19 ғасырдағы әйелдің макияж сөмкесінде не болуы мүмкін?**

**"Өлтіруге тұрарлық мұра". Gucci үйі бренд тарихын қалай ашты?**

**Ғарыштық туризм: қиял немесе саяхаттың жаңа векторы?**

**Баяу өмір сүру философиясы** Жақсы ақпараттық арналарды "жақсы" тобына не біріктіреді? Ал жаман "жаман"тобына? Барлық жаман ақпарат құралдары шикі, өте бұлыңғыр және жеңілдетілген ойлар деп айтуға болады. Олар соңына дейін жеткізілмеген эскиздер сияқты. Бірақ егер сіз олармен жұмыс жасасаңыз, онда сіз мақалаға лайық ақпараттық арнағ жете аласыз.