

Глава 2

Выбор сюжета, или Кому нужна ваша правда

В предыдущей главе мы определились, о чем будем писать, и составили план. А дальше? Как подступить к выполнению?

Сюжет — вот одна из самых главных вещей, о которых необходимо знать, если вы всерьез собираетесь заниматься любым видом писательского труда, от журналистики до литературы. Выбор сюжета начинается с темы, а раскрыть тему можно, только собрав фактуру.

Сбор фактуры (информации)

Редакторы новостных изданий говорят начинающим авторам: если ты собрал информацию, все равно, насколько хорошо она будет изложена. Переписать заметку можно всегда. Главное — было бы из чего переделывать. Если не пишется который час, посмотрите, чем вы располагаете, кроме прилагательных в превосходной степени.

Конечно, когда автор или редактор хорошо знаком с предметом, о котором предстоит писать, он может придумать сюжет до того, как начать собирать информацию. Рискую, правда, тем, что материал получится вымученным, а сюжет — надуманным. У жизни фантазии побольше, чем у многих авторов. Я глубоко убеждена: лучший способ найти выигрышный сюжет — это собрать наиболее полную информацию и только тогда решать, с какой точки зрения рассказывать о событии читателям.

Но не стоит себя обманывать. Если не удалось узнать ничего интересного, если журналисту скучно писать, читателю будет так же скучно читать. Из ничего выйдет ничего.

Вспомните, когда в последний раз вы читали о том, что вас совершенно не интересует. Что вы ощущали? А попадались ли вам статьи другого плана, когда тема, с вашей точки зрения, скучная, но текст написан с таким запалом, что не оторвешься? Бывало такое?

Часто пиарщики рассказывают мне, как сложно им написать пресс-релиз или заметку. Почти всегда оказывается, что информация, которая у них есть, настолько скучна, что даже сделать из нее текст не получается — настолько бессмысленно это занятие. Единственное, что может помочь в такой ситуации, — новый сбор фактуры. Горящие факты мгновенно складываются в пресс-релизы, из которых журналисты готовят публикации.

Не обязательно быть журналистом, чтобы качественно собрать информацию. Другое дело, что каждому полезно научиться находить данные так, как умеют профессионалы. Этому учат в вузах, но можно научиться и самому, и основное здесь — умение вызвать собеседника на разговор, а затем внимательно слушать его.

К тому же журналистская профессия сегодня несколько изменилась: появилось представление о «специфике». Не так давно журналисты стали специализироваться на определенной тематике, и спецкора отдела культуры вряд ли отправят на митинг или футбольный матч. Однако предполагается и то, что автор может быть новичком в данной теме, дилетантом (но не в основной профессии!). Главное — быстро определить, кто из ньюсмейкеров наиболее компетентен и является авторитетом в нужной области, и отправиться к нему за информацией.

Чем выше статус «говорящей головы», тем большим объемом знаний она обладает. В моей практике бывало, что начальник давал интервью, а пресс-служба боялась его визировать. Слишком откровенными слова руководителя казались подчиненным.

Ищите подход

Пригодится автору и навык находить аргументы, с помощью которых он уговорит экспертов уделить ему время и даже поделиться секретами. Одному приятно чувствовать свою значимость, другому — внимание красивой девушки, третьему нужен пиар. Сколько недоступных экспертов, столько и причин, по которым они вдруг

захотят с вами поговорить. Но если министр или нобелевский лауреат категорически отказались встречаться, помните: у каждого есть помощники и заместители. Им многое известно. А сколько всего знают персональные водители и конкуренты — вам и не снилось. Главное — уметь разговорить собеседника.

Кстати, статус «дилетанта» освобождает от страха задать слишком простой или глупый вопрос. Пользуйтесь этим. Наиболее интересную информацию я получаю, когда прикидываюсь глупее, чем есть. Иногда слушаешь собеседника и думаешь: «Неужели он считает, что я совсем ничего не понимаю? С чего он выбалтывает мне секрет за секретом?»

Чем меньше вы говорите, тем больше узнаете. Репортеру необходимо уметь заинтересованно слушать. Естественно, в начале разговора стоит обсудить темы, на которые вашему визави поговорить приятно. Профессиональный журналист — хороший психолог. Он знает, как расположить к себе собеседника.

Наблюдайте

Я знаю авторов, которые гордятся... украденными со стола документами. По ним были написаны сенсационные материалы. Другие любят подслушивать на официальных приемах. Кому-то интереснее всего то, что ньюсмейкеры хотят скрыть. Каждому свое. Возможно, вам больше подойдет поиск информации в иностранных источниках. Или даже поход в библиотеку. А кому-то достаточно освоить другой жанр... но об этом в следующей главе.

Будьте настойчивы

Однажды коллеге нужно было согласовать интервью с руководителем департамента банка первой десятки. Ньюсмейкер тянул с ответом, по телефону отвечала секретарша. Она снова и снова просила перезвонить. Я сидела у соседнего компьютера и невольно слушала. Через час, когда журналистку попросили позвонить еще через сорок минут, я взяла номер, позвонила и попросила соединить меня с шефом.

— Как вас представить? — спросила секретарь.

— Жена, — ответила я.

— Одну минутку.

«Черт! Что ты делаешь? Я так не могу!» — закричала коллега и сбросила вызов. Я тут же снова набрала номер, и, как можно было предположить, ответил сам начальник департамента. Надеюсь, он и вправду был женат. Хотя иногда это не важно.

И еще одного неуловимого ньюсмейкера мне удалось поймать, опять-таки представившись женой. Он подошел к телефону, потому что совсем недавно и с трудом развелся: ему стало любопытно, кто же это может представиться его второй половиной.

Ставя перед собой легкие задачи, вообразите, сколько вокруг людей, которые поступят так же, как вы. Наберитесь смелости рискнуть, сделайте невозможное, и вы окажетесь один на один с успехом. Действительно интересные вещи получаются, только если отважиться на невыполнимое. Моя работа в газете когда-то такой и была.

Надеюсь, российскую журналистику в будущем ждут лучшие времена, чем сейчас. Но в любом случае даже во времена цензуры репортерская профессия дает множество ценных навыков. Например, принимать ответ «нет» только в том случае, если он вам подходит. Или искать другие пути. Журналисты настроены работать на результат, а не процесс. Они знают, что дедлайн — вещь реальная, а не относительная.

Однажды я была на тренинге для продавцов. Оказывается, они работают в состоянии постоянного жуткого стресса. Быстро выгорают. Мне было интересно узнать, что, как выяснилось, продавникам рекомендуют вести статистику, на сколько «нет» приходится одно «да» — чтобы не расстраиваться, когда им отказывают. Бедные нежные создания!

Знаете, скажу прямо: в сравнении с репортерами продавцы работают в санатории. Отказал один клиент, второй, десятый. Ничего страшного — это статистика. А журналист должен получить комментарии у участников события, и только у них. Мнения вторых, третьих и десятых лиц никого не интересуют. Как он уговорит уволенного вице-премьера дать первое интервью именно его изданию, мало кого волнует. Главное — результат. И если продажник получает серьезные проценты с каждой сделки,

то журналист, как правило, — только чувство удовлетворения и зависть коллег. И так каждый день: украл, выпил, в тюрьму. Нервы нужны стальные. Или — огромная любовь к профессии.

Правда выгодна вам...

Если тема заметки или новости — это предмет, то сюжет — ракурс, с которого вы на предмет смотрите. Например, новость о гибели Усамы бен Ладена можно подать и как радостную весть, и как трагедию, а между этими полюсами — десятки точек зрения. Каким будет сюжет, зависит от автора материала, политики редакции, темы, а также профессионализма и этики.

Летом 2007 года сотрудники журнала «Деньги» успешно провели эксперимент рулонного масштаба: они решили проверить потребительские свойства туалетной бумаги. Для исследования купили рулоны популярных торговых марок. Всесторонне изучили. В ходе эксперимента были выявлены противоречия между фактической длиной некоторых рулонов и метражом, указанным на упаковке. Например, туалетная бумага «Zewa Светогорский стандарт 54 метра» оказалась короче на целых 14,5 метра.

Сразу после выхода журнала в редакцию позвонили производители компании Zewa. По их словам, журналистам попалась не настоящая, а поддельная бумага их марки. Они готовы были приехать с рулонами и рулеткой, требовали опровержения и грозили судом. Редакция повторно закупила бумагу, по упаковке в крупнейших торговых сетях. Главный редактор журнала «Деньги» лично провел контрольный замер, после чего предложил производителям приехать и убедиться, что рулон коротковат. Но никто так и не приехал, до суда не дошло, а туалетная бумага теперь называется «Zewa Светогорский стандарт» без указания длины.

Правда восторжествовала

А еще через год один из номеров газеты «Коммерсантъ» неизвестные «издатели» выпустили на рулонах туалетной бумаги. Ничего удивительного, что примером послужил даже такой деликатный товар, как туалетная бумага: хороший сюжет можно

придумать на любую тему и для каждой новости. Да, это почти так же сложно, как создать хлесткий заголовок. Но возможно. Кроме того, однажды запущенный удачный ход еще долго будет работать на вас, потому что хороший сюжет невозможно скопировать, не напомнив читателям оригинал.

...но кому нужна вся правда?

Проследим, какими путями авторы приходят к пониманию ценности сюжета. Каждый начинающий журналист хотя бы однажды проделывает со мной такой вот трюк.

Для новичков я сама придумываю темы статей. Затем пишу подробный план заметки. Объясняю, какой будет сюжет, и мы вместе придумываем, где и у кого журналист найдет информацию. В назначенный срок я получаю сочинение на тему «Все, что мне удалось узнать на тему заметки за отпущенный на работу срок». Вместо нужных по формату издания трех-четырёх тысяч знаков — восемь-десять. Красные глаза автора подтверждают, что работа далась ему нелегко.

Я никогда не читаю первый вариант заметки, если он существенно превышает заданный объем. Даже без чтения понятно, что на план автор не взглянул ни разу. Иначе ему не удалось бы столько сочинить.

Обычно я искренне сочувствую автору. Затем требую найти первоначальный план и строго в соответствии с ним разбить собранную информацию на части. Если какая-то часть противоречит заявленному сюжету, рекомендую оставить ее за бортом статьи. Кому нужна вся ваша правда? Главное — написать так, чтобы читателю захотелось купить газету. После того как фактура набрана под сюжет и ответы на все вопросы найдены, можно писать текст. Помня о заданном размере, конечно.

Предположим, автор написал заметку согласно плану, попал в размер, но у него осталось информации еще на три публикации. Лучшее, что можно посоветовать, — написать еще несколько заметок. Или же запомнить на будущее: избыток фактуры так же плох, как недостаток. Иначе выходит «в огороде бузина, а в Киеве дядька, а еще я жареную картошку люблю».



[Почитать описание, рецензии
и купить на сайте](#)

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

