



# **ЕТАПИ РОБОТИ З ІСТОРІЄЮ**

**ЧІТКІ ЧАСОВІ РАМКИ ТА ЛОГІЧНА СТРУКТУРА –  
ЦЕ ТЕ, ЩО ДОЗВОЛЯЄ ЧИТАЧЕВІ ЛЕГКО  
ЗРОЗУМІТИ СУТЬ І НЕ СПОТИКАТИСЯ ОБ РІЗНІ  
УТОЧНЮВАЛЬНІ ЗАПИТАННЯ.**





## Історія лікаря невідкладної допомоги

*«...Надійшов нам якийсь виклик: людина помирає. Зрозуміло, ми зірвалися, долетіли до місця з мигалками та сиренами, навантажилися апаратурою – кардіограф, дефібрилятор, купа сумок, кілограмів 40 обладнання. Влетіли на дев'ятий поверх без ліфта, а нас зустрічає цілком собі жива бабуся. Бліда, пов'язала на себе хустинку, одягла старомодне нарядне вбрання й каже: «Я вирішила перевірити у себе пульс і не знайшла його. У мене немає пульсу – я вмираю». Ми поміряли тиск, звісно, знайшли у неї пульс, чому вона приємно здивувалася, але повірила, тільки коли зняли кардіограму й показали їй. Тут же бабуся порожевіла, ожила, перестала говорити томним вмираючим голосом. Я потім ще хвалився колегам, що вилікував фактично мертву бабуся».*





У хорошій історії завжди є одна-дві деталі, які виділяються та, відповідно, запам'ятовуються. Це можуть бути описи місцевості, будівель, одягу та зовнішності людей, якісь характерні дії, які виконують ваші герої, – усе, що дозволить оживити описувати вами ситуацію, задіявши органи чуттів вашої аудиторії. Так, опис пліснявих стін, провалених ліжок і запаху сечі в палатах районних лікарень скаже читачам більше, ніж експертні коментарі про неефективність розподілу бюджетних коштів на охорону здоров'я.



# ПРАВИЛО 4D

- 01** ДІЇ
- 02** ДАТИ
- 03** ДЕТАЛІ
- 04** ДІАЛОГИ

# У ТЕКСТІ ІСТОРІЇ НАМАГАЙТЕСЬ УНИКАТИ ТАКИХ СЛІВ ТА ВИСЛОВІВ:

Натомість краще  
описати ситуацію так,  
щоб самій аудиторії  
став зрозумілий спектр  
емоцій героїв історії.

**ПЕРЕЛІКУ НАЗВ  
ЕМОЦІЙ**

Замість «У нього все  
було добре» більш  
доречно вдатися до  
опису людини та її  
стану чи рис характеру

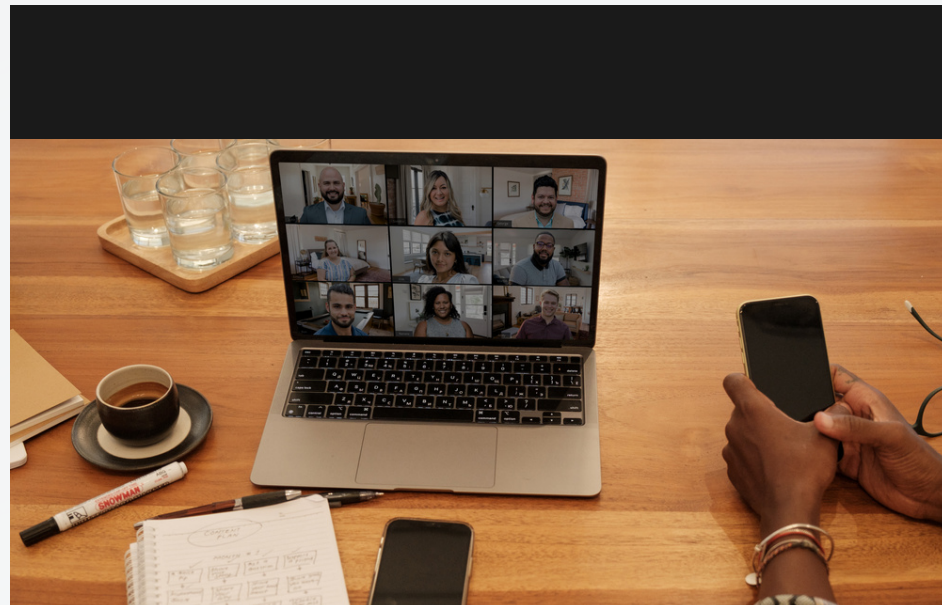
**ВИКОРИСТАННЯ  
ОЦІНОЧНИХ  
СУДЖЕНЬ**

Замість складних для  
прочитання та  
розуміння фраз варто  
вдатися до описання  
того, що, власне,  
означає явище для  
конкретної людини.

**ВИКОРИСТАННЯ  
АБСТРАКТНИХ  
ТЕРМІНІВ**



# ПИШІТЬ ДЛЯ КОНКРЕТНИХ ЛЮДЕЙ



Перш ніж ви почнете шукати героя, мусимо проговорити один важливий момент. Функцію. Це коли ваш текст має чітке призначення: сприяє розв'язанню проблеми, інформує, розважає. Розглянемо її у двох площинах:

- Для кого ми пишемо?
- Для чого ми пишемо?

- У будь-якої історії є свій конкретний читач. Це не абстракт- не уявлення. У цього читача є власні запитання, що хвилю- ють, є вподобання, проблеми. Завдання вашого тексту – влу- чити в один з його інтересів. Для цього ви повинні бути до- статньо розумними, спостережливими, дотепними.
- Шукайте людину, для якої чи про яку вам захо- четься написати. Тоді робота буде глибшою, а користь – по- мітнішою.





Тема – це торт. Фокус – це ніж. А формат – це посуд, на якому подають шматочки солодкого. Якщо перекласти цей рецепт на розділ книги, який ви зараз читаете, логіка виглядає наступним чином: тема – робота журналіста, фокус – як писати людські історії, формат – теза + пояснення.

## «ТЕМА – ФОКУС – ФОРМАТ»

Кожен елемент цього рецепту виконує важливу функцію. Тема привертає увагу, фокус дає відчуття смаку, а формат – зручність у споживанні.



# ЯК ШУКАТИ ТЕМУ? ТИПИ РОБОТИ

## Проактивний

це коли ми є ініціаторами створення контенту та заздалегідь плануємо тему, обираємо фокус та формат без прив'язки до інформаційного приводу.



## Реактивний

це коли ми реагуємо на те, що відбувається в інформаційному середовищі. Контент у цьому випадку пояснює інформаційні приводи чи доповнює їх.



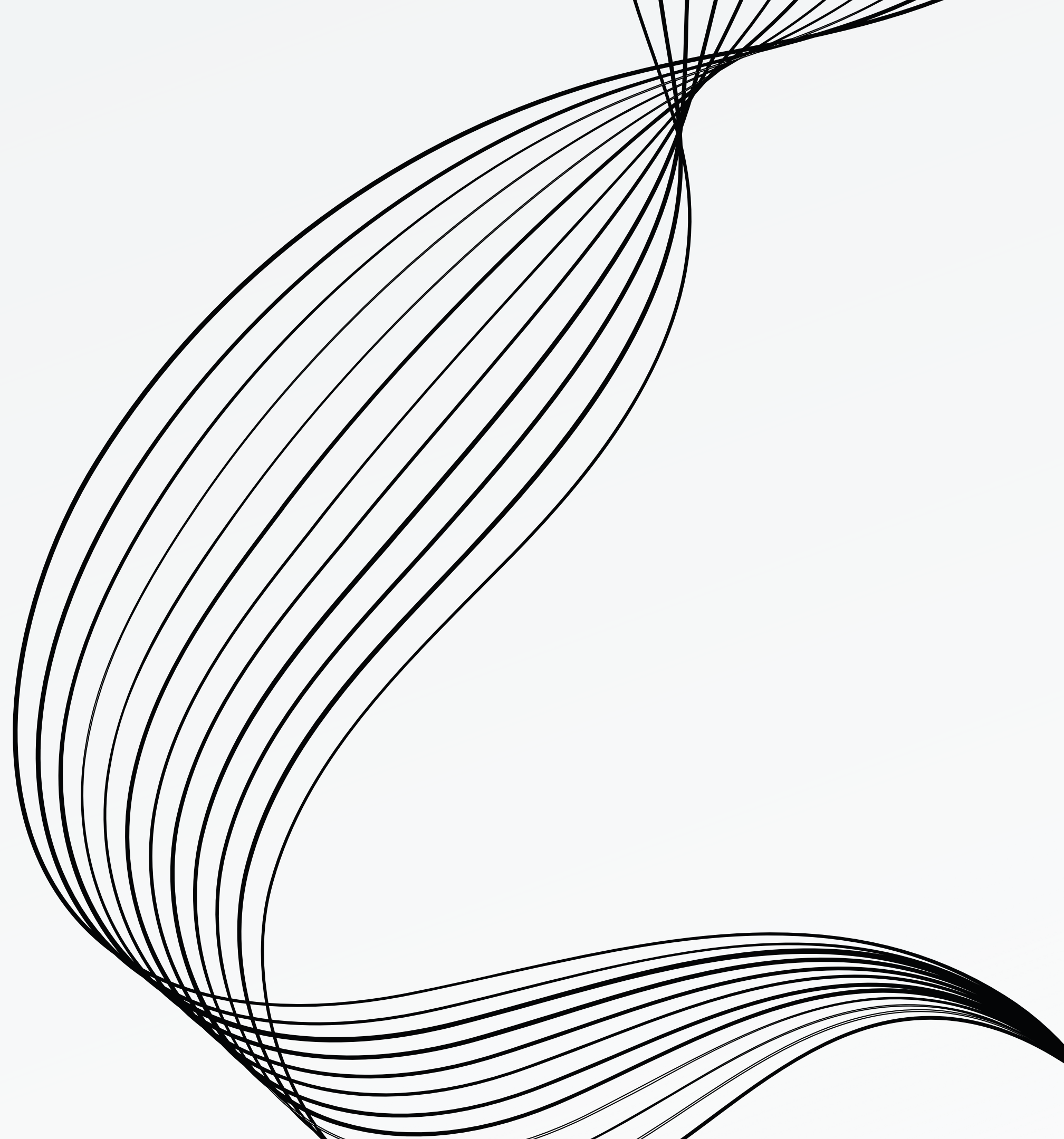
# СИЛЬНИЙ ГЕРОЙ – СИЛЬНИЙ ТЕКСТ

Якщо ваш матеріал іде від теми, а не від героя, якого ви зустріли, подбайте про те, щоб це був практик. Часто тексти виходять слабкими, тому що їхні герої слабкі, не готові до розмови, не мають необхідних знань. Але відповідальність у цьому випадку все одно лягає на журналіста/автора, який не подбав про те, щоб герой мав потрібну експертизу чи якості.

# ЯК ЗРОЗУМІТИ, ЩО ГЕРОЙ ВАМ ПІДХОДИТЬ?

*Поставте такі запитання:*

- *Чому, на думку героя, цей текст важливий?*
- *Які уроки він виніс із цього досвіду?*
- *Що цінного може взяти з цієї історії читач?*





# СПІЛКУВАТИСЯ, А НЕ СТАВИТИ ЗАПИТАННЯ



# ВНУТРІШНЯ ЛОГІКА

Через неї проганяють усі натхненні виступи, які ми так любимо дивитися в інтернеті. Вона звучить так:

Головна подія тексту, до якої потім у процесі потрібно привести читача. Це зазвичай переломний момент, який змінив ставлення героя до проблеми або з якого почався його шлях до змін.

**ЩО?**

Контекст, у якому перебував герой. Тут можна писати про ланцюжок подій, який привів героя до ситуації, описаної на початку. Увесь основний сюжет вашої історії буде сконцентрований у цьому блоці.

**І ЩО?**

Що змінилося в житті вашого героя після того, як він пережив усі ці події? Які висновки він зробив, як планує рухатися далі, чого прагне? Ці відповіді є найбільш цінною частиною історії.

**І ЩО ТЕПЕР?**

- “Усі історії я ділю на тематичні блоки. Один блок – це одна думка та її пояснення. Це суттєво спрощує пересування сюжетом: можна пропускати те, що цікавить менше, і переходити до цікавіших моментів.
- Я завжди прибираю свої запитання. У цьому випадку вони не грають ніякого сенсу і є просто інструментом отримання інформації. Наявність запитань в історії висмикує читача з сюжету та роздумів героя, сповільнюється читання. **Моє завдання у цьому випадку – зшити історію так, щоби читач навіть не помітив моєї присутності. Дехто навіть думаю, що герої самі пишуть усі тексти, а я просто публікую їх від свого імені.**
- Щодо легкості читання – для цього я пишу короткими абзацами до 10 рядків. Речення теж будую просто, без зайвих слів. У якісних текстах є тільки слова «роботяги» і немає слів лінивців. Коли читаєш речення, кожне слово працює і має сенс – розвиває сюжет, занурює в атмосферу, пояснює. Зайві декоративні слова – це як захаращена непотребом кімната. Якщо хочете прийняти гостей – доведеться поприбирати”.



# ВРАЖЕННЯ ВІД ЧИТАННЯ

Якісні тексти завжди насичені емоціями. Це їхнє головне завдання – зупинити читача, дати йому змогу відчувати те саме, що відчував наш герой. Що ми вкладаємо в написані слова? Доброту? Прекрасно. Щирість? Чудово. Любов? Ідеально! Злість? Теж варіант. Читач відчуває все, що відчуваємо ми. Найважливіше – не сідати за текст, до якого байдуже, інакше отримаємо байдужого читача.

*Любіть, зліться, радійте, смійтеся, будьте щирими. Словом – живіть. І ваші тексти тоді точно не залишаться непоміченими.*

**ДЯКУЮ ЗА  
УВАГУ!**

