



Житомирський державний університет імені Івана Франка
Навчально-науковий інститут філології та журналістики
Випуск № 2, 2015

РЕДАКТОРСЬКА СКРИНЯ



Редакційна колегія:

В. В. Халін – директор Навчально-наукового інституту філології та журналістики ЖДУ ім. І. Франка, канд. пед. наук, доцент;

М. Ф. Рой – голова Житомирської обласної організації Національної спілки журналістів України;

А. С. Близнюк – викладач Навчально-наукового інституту філології та журналістики ЖДУ ім. І. Франка, канд. філ. наук, доцент, член НСЖУ;

Н. М. Миколаєнко, – викладач Навчально-наукового інституту філології та журналістики ЖДУ ім. І. Франка, член НСЖУ;

К. О. Бистрицька – головний редактор Першого житомирського інформаційного порталу «1zt.ua», член НСЖУ.

Л. В. Давидова – викладач Навчально-наукового інституту філології та журналістики, ЖДУ ім. І. Франка, член НСЖУ.

Редакторська скриня: науково-методичний журнал / за заг. ред. Миколаєнко Н. М. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. – 40 с.

У виданні представлений широкий діапазон теоретико-практичних матеріалів, які характеризують підходи до дослідження редакторської діяльності та її складових, а також особливості редакційного процесу та усвідомлення тонкощів редакторської роботи, формування й розвитку професійної культури редакторів.

Рекомендовано для студентів, викладачів і фахівців редакторсько-видавничої діяльності.

Редакторська скриня

Випуск № 2



- 5** Дитячі освітні видання: експлікація до проблеми формування професійної культури майбутніх редакторів
- 9** Професійні компетенції редактора і коректора у сучасних умовах
- 11** Нові горизонти для студентів-журналістів
- 12** До питання про необхідність контрпропаганди в умовах сучасної гібридної війни редакторів
- 14** Герої АТО. Історія запуску всеукраїнського соціального проекту
- 16** Лекція від Романа Кульчинського, головного редактора TEXTY.org.ua
- 17** Хочу бути...
- 18** П'ять секретів успішного написання заголовків
- 20** ПРО фото
- 22** Сесія vs Студент
- 23** Думки вголос
- 24** Орел і решка
- 26** Студентське харчування – корисно чи небезпечно?
- 27** Плей-лист у дорогу
- 28** Встигнути всюди
- 30** Ми просто робимо це по-різному
- 31** Топ- 5 книг у галузі журналістики
- 32** Поради від кіномана
- 36** Марк Твен. Як я редагував сільськогосподарську газету
- 36** Ітнерв'ю з привидам або про готичні шрифти

ДИТЯЧІ ОСВІТНІ ВИДАННЯ: ЕКСПЛІКАЦІЯ ДО ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ РЕДАКТОРІВ

Становлення нової освітньої парадигми в українській освіті зумовлено соціально-економічними перетвореннями, інтенсивним розвитком сучасних технологічних процесів, підвищенням вимог до майбутнього фахівця, зокрема редактора. Це значною мірою вимагає нових оригінальних підходів і рішень вдосконалення підготовки молодих спеціалістів, а саме формування професійної культури майбутніх редакторів дитячих освітніх видань. У цьому контексті актуальності набуває дослідження про становлення та розвиток дитячих освітніх видань, яке і є одним із компонентів формування професійної культури майбутніх редакторів дитячих освітніх видань.

Окреслена проблема визначена у полі наукового пошуку сучасних дослідників, серед яких С. Антонова, Н. Вернигора, Ю. Єлісovenко, Е. Огар, Ю. Стадницька, М. Тимошик, Н. Шевченко та інші. У сучасній фаховій літературі практично відсутні роботи щодо формування професійної культури майбутніх редакторів дитячих освітніх видань. Аналіз наукових праць засвідчив, що розширення діапазону застосування редакторських професій невпинно підвищується, а також і вимоги щодо кваліфікаційного рівня їх носіїв. Ефективність і дієвість професійної культури майбутніх редакторів дитячих освітніх видань зростає відповідно до усвідомлення ролі соціальних комунікацій, тобто самодостатності національного книговидавничого простору України; сприяє іміджу нашої держави у світі, що дозволило б Україні бути реальним соціокультурним конкурентом.

Завданнями статті є: визначити періоди становлення й розвитку дитячих освітніх видань; охарактеризувати дитячі освітні видання кожного періоду; з'ясувати значення дитячих освітніх видань у формуванні професійної культури майбутніх редакторів дитячих освітніх видань.

У Конвенції ООН про права дитини (1989 р.) йдеться про право дітей на фізичний, розумовий, духовний, моральний, соціальний розвиток, здобуття освіти й інформатії (ст. 6, 17, 23, 27, 28). Тому в кожній цивілізованій державі існують дитячі освітні видання, спрямовані на задоволення читацьких потреб найменших громадян.

Дослідження виникнення та розвитку дитячих освітніх видань ми здійснюватимемо, керуючись принципом діакронії (від грец. *dia* – через/крізь і *chronos* – час). Принцип діакронії використовується в суспільних науках, літературознавстві в якості історичного підходу до досліджуваних явищ [7, с. 337].

Перший період – предтечі книготворення (умовно VII ст. до н. е. – 1450 р. н. е.). Аналіз наукових джерел засвідчує, що за час свого існування книга пройшла досить складний шлях. Вважаємо, що передумовами книготворення були «кам'яні книги», тобто написи на каменях. Такий матеріал був довговічним, але дуже громіздким, і треба було витратити багато часу та фізичних зусиль, щоб висікти на ньому тексти. Тому людство шукало більш прості й практичні матеріали для письма. Писали на пальмових листках, бамбуку, на обструганих дощечках із дерева, шовку, металі, шкірі.

У VII ст. у Китаї з'являється перша ксилографічна книга. Гравюри і текст для такої книги вирізували на дерев'яній дощечці, і вже з неї відтискали по дві сторінки на одній стороні аркуша паперу, який був винайдений китайцем Цай Лунсі в 105 р. н. е. Наприклад, греки і римляни до IV ст. н. е. використовували також книги з дощечок чи пластинок зі слонов'ячої кістки, з'єднаних кільцями або ремінчиками. Такі книги, залежно від кількості дощечок, називали диптихом – 2 дощечки, триптихом – 3 дощечки і поліптихом – багато дощок. Сьогодні подібне скріплення використовується у календарях, записниках тощо.

У стародавніх слов'ян слово «кѣнигы» означало вміння писати; грамотність; знання взагалі. Головне соціальне завдання книги – служити розвитку науки, освіти, допомагати виробництву, задовольняти естетичні потреби, допомагати вести господарство, розважати тощо [8].

Книжкова справа, як одна з ознак рівня культури народу, ніколи не виникала спонтанно. Цей процес зароджувався і розвивався повільно з урахуванням певних обставин і умов. Спростуємо один із міфів науки, згідно з яким стверджувалося, що витoki рукописної справи необхідно вивчати з кінця IX ст., тобто з часу прийняття християнства на Русі. Однак нові факти, гіпотези і відкриття, зроблені вітчизняними й зарубіжними дослідниками, переконують в іншому: існування на українських землях рукописної та книготворчої справи до прийняття християнства князем Володимиром нині підтверджують піктографічні тексти в печерах і гротах святилища «Кам'яна Могила», «Велесова книга»; давньоукраїнські книги, показані місіонеру Кирилу в Херсонесі 860 року; реконструйована рукописна пам'ятка IX століття «Літопис Аскольда».

Широкого розповсюдження книга набула в епоху Середньовіччя. Наприклад, при університетах організовували майстерні з перепису книг – скрипторії. Наукові факти свідчать, що між 1426 і 1440 роками існувала книжкова майстерня в нідерландському місті Гарлемі, яку заснував Лауренс Костер (справжнє прізвище – Янсен). Однак книжки, виготовлені у майстерні Лауренса Костера, не збереглися в повному обсязі, а лише у фрагментах. Окрім того, на них не відбито ні імені майстра, ні міста, ні дати. Вивчаючи вцілілі фрагменти, збережені в музеях країн Західної Європи, з найбільшою вірогідністю науковці припускають, що головним здобутком майстерні Лауренса Костера було видання Емілія Доната «Латинська шкільна граматика». Від прізвища автора навіть утворилася загальна назва – донатами називали усі латинські шкільні підручники [9, с. 31–32].

Таким чином, предтечі книгодрукування зумовлюють появу друкарства, через які зусиллями талановитих майстрів були вироблені принципові засади книжкового мистецтва. Фактично скрипторії і книжкові майстерні були праобразами друкарень. У даний період кожен автор рукописної чи ксилографічної книги під впливом культурного розвитку своєї епохи особисто визначав якість виготовлення книги, що пропонуємо вважати першоосновами формування професійної культури редакторів.

Другий період – виникнення та поширення друкарства (перша половина XV ст. – кінець XVII ст.). На нашу думку, видавнича справа зазнала більшого розвитку з часу винайдення друкарського верстату. Точна дата народження книгодрукування невідома, однак історики стверджують, що ідею книгодрукування здійснив на практиці німецький винахідник Йоганн Гутенберг. Останнім часом Гутенбергова одноосібність сумнівна через нові відкриття. Так, французькі історики дослідили про наявність книгодрукування в місті Авіньйоні (Франція) в 1444–1446 роках. Організатором друкарні виявився новоприбулець із Праги (Чехія) Прокопій Вальдфогель, про якого поки що більше нічого і не відомо. За даними українського дослідника І. Михайлина, документально підтверджена версія відкриття друкарства, пов'язана саме з іменем німецького сподвижника. Його справжнє прізвище –

Генсфляйш, але життєві обставини примусили його взяти псевдонім – Гутенберг. Саме Й. Гутенбергові історія приписує відкриття способу виготовлення друкарських форм із застосуванням рухомих літер, створення ручного словоскладального пристрою для виготовлення відбитків виноградного преса, відкриття рецепту і якості шрифтів та хімічного складу друкарської фарби [9, с. 32–33].

На думку науковців, вагомий внесок у розвиток друкарства зробив краківський видавець Швайпольт Фіоль, родина якого емігрувала з Німеччини до Польщі. Не відомо, де, коли і від кого Ш. Фіоль перейняв майстерність друку, однак за історичними джерелами, саме після поїздки до Німеччини він змайстрував наступну свою диво-машину. За різними даними Ш. Фіоль розпочав друкарську справу приблизно в 1489 році, винайнявши майстра, який виготовив для нього шрифт. Ним був краківський німець Рудольф Борсдорф [11, с. 22–23]. Видавнича продукція раннього періоду розвитку друкарства відзначається тенденцією до урізноманітнення тематичного спектру друків. Успадкувавши від майстрів рукописання традицію підготовки книг для потреб церкви, друкарські цехи поступово розширюють тематичний діапазон друків. Уже із середини XVI ст. можна зауважити про формування такої тематики видань: богослужбові; полемічні (наукові); навчальні; інші.

Наш науковий пошук засвідчив, що перші освітні дитячі видання датуються 1574 роком, коли Іван Федоров надрукував перший у Східній Європі друкований підручник – «Буквар». Для його укладання використано відомі раніше рукописні посібники для вивчення грамоти, граматичні статті з рукописних збірників різного походження. Так, після літер і складів вміщено добірку найважливіших молитов, пізніше – уривки з Книги притч Соломонових про необхідність навчання, моральні сентенції [4, с. 107].

Багато навчальної літератури випускали друкарні при братських школах. Наприклад, у Львівській братській друкарні було видано збірник «О воспитании чад» (1609 р.), а з богослужбових книг видавалися ті, що були корисними в шкільному навчанні – «Часослов» (1609 р.), «Псалтир» (1615 р.) [5].

Зауважимо, що першими книжками для дітей з картинками були видання Біблії та букварів. У 1658 році було випущено книгу Яна Коменського «Світ чуттєвих речей в картинках, або Зображення і найменування усіх найважливіших предметів у світі і дій в житті», яка призначена для навчання дітей латинської мови як у школі, так і в сім'ї. Вперше в історії навчальної літератури забезпечений численними ілюстраціями: у ньому 150 малюнків, виконаних самим Коменським із великою художньою майстерністю. Підручник був перекладений багатьма мовами і служив зразком книги для початкового навчання дітей [2].

Таким чином, виникнення та поширення друкарства урізноманітнило тематичний спектр друків: богослужбові, полемічні (наукові), навчальні тощо. А також із винайденням друкарства автори одночасно були і редакторами друкованої продукції. Вони започаткували структуру навчальної книги – це зумовило необхідність спеціальних знань та умінь (складові професійної культури) щодо друку дитячих освітніх видань.

Третій період – становлення та розвиток дитячих освітніх видань (XVII ст. – до початку XX ст.). Наприкінці XVII – на початку XVIII ст. у роки царювання

Петра І у Московському Печатному дворі побачили світ підручники нового зразка: «Буквар» Ф. Полікарпова-Орлова (1701 р.), «Арифметика» Л. Магницького (1703 р.) та інші. Так, Ф. Полікарпов-Орлов уклав свій «Буквар» не лише для навчання царських дітей, а й для навчання дітей у звичайних школах. У «Букварі», окрім російської, була граматики латинської та грецької мов [10, с. 332].

Розвиток видавничої справи у XVIII ст. характеризується початком цензури українських друків. Цензура, у широкому розумінні, означає нагляд за друком із метою попередження шкідливих, з точки зору уряду, друкованих творів. У вузькому значенні цього поняття мається на увазі заклади, яким спеціально доручено такий нагляд. Деталізованої цензури зазнали відомі видання цього періоду: «Енеїда» І. Котляревського (1798 р.), «Грамматика малоросійського наречія» О. Павловського (1818 р.), «Опыт собрания старинных песней» М. Цертелєва (1819 р.), «Кобзар» Т. Шевченка (1840 р.), «Малороссийские песни», зібрані і видані М. Максимовичем (1827 р.) [14, с. 230–235].

Розвиток освітніх видань прискорила діяльність недільних шкіл. Так, у Києві на Подолі в 1859 році відкрилася перша недільна школа, а до 1862 року в Україні їх діяло понад 110. Недільні школи підтримували передові діячі культури і видавали підручники для них. Так, Т. Шевченко підготував і видав «Букварь южнорусский», П. Куліш – «Граматику», О. Кониський – «Шотницю» [1, с. 129].

Упродовж XIX–XX ст. був попит на друкування словників, серед цих видань особливе місце займає «Словарь української мови», упорядкований Б. Грінченком і виданий у чотирьох томах у Києві у 1907–1909 роках. Словник налічує понад 68 тисяч слів із народної та писемної мови. Зазначимо, що нині словником Б. Грінченка можна користуватися завдяки інтернет-мережі [12].

Таким чином, становлення та розвиток дитячих освітніх видань характеризується появою підручників нового зразка, а також початком цензури українських друків. У цей період формуються ознаки редакторської діяльності у процесі виготовлення дитячих освітніх видань, однак над дитячими освітніми виданнями в якості редактора працювали автори дитячих текстів, художники, мовознавці, поліграфісти.

Четвертий період – дитячі освітні видання радянського періоду (1917 – 1991 рр.). Дослідження дитячих освітніх видань радянського періоду дає підстави стверджувати, що

Велика Жовтнева революція обумовила глобальні зміни в усіх сферах суспільного життя. Політика молодшої радянської влади була спрямована на поширення ідеології цієї влади, боротьбу з неграмотністю та інше. Останнє зумовило необхідність створення великої кількості друкованої продукції: листівки, плакати, газети, журнали, книги, підручники.

Зауважимо, створення у 1922 році піонерської організації зумовило виникнення піонерських журналів: «Барaban» (1923–1926 рр., потім поєднався із «Піонером»), «Юні будівельники» (1923–1925 рр.), «Юні товариші» (1922 р.), «Піонер» (з 1924 р.); спеціальні журнали для сільських дітей: «Іскорка» (1924–1933 рр.), «Дружні діти» (1927–1953 рр., у 1933–1937 рр. виходив під назвою «Колгоспні діти»). Серед великої кількості різноманітних дитячих і юнацьких видань за часи Радянського Союзу відмітимо популярність дитячої газети «Піонерська правда». Її перший номер вийшов 6 березня 1925 року під редакцією М. Бухарєва. Газета дала поштовх для розвитку багатьом письменникам, які дебютували на її сторінках зі своїми творами. На сторінках «Піонерської правди» друкувались виступи державних та суспільних діячів, учених, письменників, спортсменів і вчителів з усіх куточків Союзу [6].

Наголосимо, що у 60-х–70-х рр. XX ст. із значним зростанням кількості показників поліграфічної продукції активно розвивається процес формування типології видань, які з певними змінами набували нинішніх форм. Тому різні види видань, розраховані на широке коло читачів, протягом досить короткого часу набувають досконалого вигляду за змістом та конструкцією. Попит на періодику для дітей у радянський період постійно зростає.

Саме у 50-х–80-х рр. XX ст. в Україні найбільш поширеними були журнали для дошкільнят та молодших школярів – «Мурзилка», «Веселі картинки», а для дітей середнього віку – «Піонер» та «Вогнище». У цей же час у нашій державі видаються журнали «Малютко», «Піонерія», «Барвінок», «Зірка». А у сфері дитячої газети монополію захопила «Піонерська правда».

Отже, науковий пошук дає підстави стверджувати, що різноманітність дитячих освітніх видань за радянського періоду обумовлювала необхідність спеціальної підготовки редакторів: знання дитячої психології та педагогіки, вміння їх передати через друк. Даний період зумовлює появу нової професії – редактор, що можемо вважати основою професійної культури редакторів дитячих освітніх видань.



Формування професійної культури майбутніх редакторів передбачає розвиток психічних властивостей, пов'язаних із набуттям особистістю професійних знань, умінь і навичок, а також розвитком професійно значущих якостей та ціннісних орієнтацій.

П'ятий період – розвиток дитячих освітніх видань незалежної України (1991 р. – до нині). Новий етап розвитку видавничої справи розпочато із прийняттям незалежності України. Це підтверджують нормативні документи: Указ Президента України «Про державну програму розвитку національного книговидавництва і преси» (26.02.1995 р.); Закон України «Про видавничу справу» (5.06.1998 р.); Указ Президента «Про деякі питання державної підтримки книговидавничої справи» (23.07.1998 р.); Закон України «Про додаткові заходи державної підтримки книговидавництва і розповсюдження» (9.11.2000 р.) [13, с. 469–472].

Також у 2010 році видано Указ Президента України «Про Державну премію України в галузі освіти», яка присуджується громадянам України за видатні досягнення в галузі освіти за різними номінаціями. Зокрема, у номінації «дошкільна і позашкільна освіта» відзначають за створення посібників, дитячої літератури, що відповідають сучасним вимогам і сприяють ефективному вихованню дітей, оволодінню ними знаннями, вміннями, навичками, за досягнення в розробленні і впровадженні в систему діяльності позашкільного закладу оригінальної виховної системи з високим результатом виховного впливу на навчання, розвиток та соціалізацію дітей, у тому числі за навчально-методичні роботи в галузі позашкільної освіти. Також у номінації «загальна середня освіта» Державну премію присуджують за створення підручників, навчально-методичної літератури, які відповідають сучасним вимогам і сприяють ефективному оволодінню знаннями [14].

Виділимо позитивні тенденції розвитку видавничої справи в цілому і дитячих освітніх видань зокрема за останні десять років незалежності України: активне тиражування навчальних і дитячих видань по всій Україні регіональними видавництвами; боротьба за право видавати україномовні підручники, енциклопедії, довідники, словники

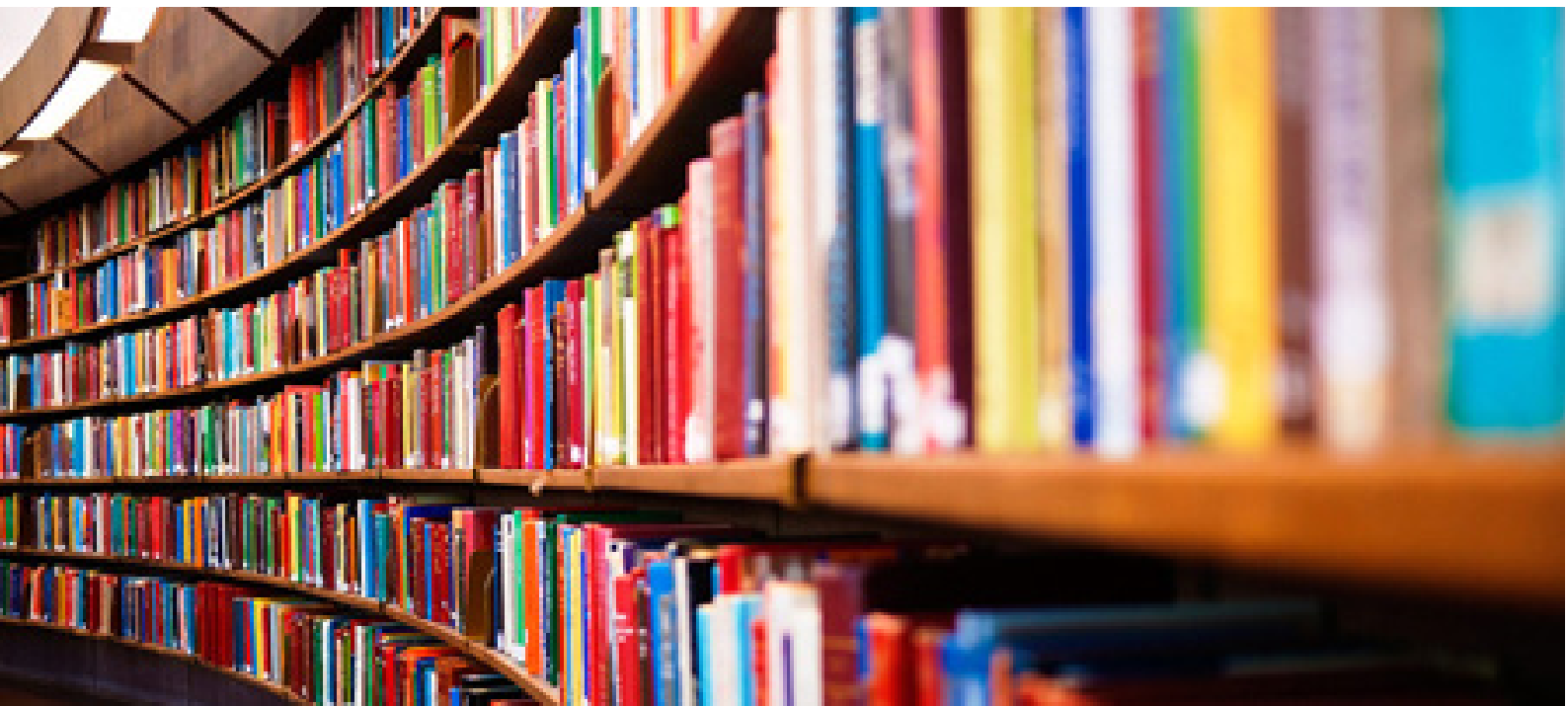
інше; традиційне проведення книжкових заходів: ярмарки, фестивалі, форуми, виставки, презентації; достойне представлення української книги на міжнародному ринку; виникнення різноманітних конкурсів видавничої продукції, спрямованої на формування свідомого громадянина; пожвавлена діяльність бібліотек щодо придбання книжок саме українських видавництв.

Таким чином, типологія, структура, тенденції розвитку дитячих освітніх видань незалежної України розширюються, одночасно формуються і компоненти професійної культури майбутніх редакторів дитячих освітніх видань.

Науковий пошук дає підстави визнати, що становлення й розвиток дитячих освітніх видань є складним різнобічним процесом, який зазнає впливу багатьох чинників історичного, соціально-економічного, політичного і культурного характеру. Дитячі освітні видання є важливим елементом виховання, формування та соціалізації нового покоління, вони активно взаємодіють із різними інституціями освіти, науки і культури. Це зумовлює необхідність формування професійної культури майбутніх редакторів.

Список використаних джерел та літератури:

1. Бокань В., Польовий Л. Історія культури України. Навч. посібник / В. Бокань, Л. Польовий. – Київ : МАУП, 1998. – 232 с.
2. Дидактичні вимоги. [Електронний ресурс] – Електронні дані. – Режим доступу: <http://psihelp.com/storya-pedagogki/29-pedagogchna-dyalnst-ta-teorya-komenskogo/176-didaktichn-vimogi.html> – 05.06.2013. – Заголовок з екрану.
3. Зведені адміністративні дані про випуск книг і брошур в Україні у I півріччі 2013 року (за інформацією Державної наукової установи «Книжкова палата України імені Івана Федорова»). [Електронний ресурс] – Електронні дані. – Режим доступу: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=106879&cat_id=34099 – 10.02.2014. – Заголовок з екрану.
4. Ісаєвич Я. Д. Літературна спадщина Івана Федорова / Я. Д. Ісаєвич. – Львів : Вища школа, 1989. – 191 с.
5. Ісаєвич Я. Д. Виникнення та розвиток друкарства в Україні [Електронний ресурс] – Електронні дані. – Режим доступу: <http://litopys.org.ua/istkult2/ikult241.htm> – 05.06.2013. – Заголовок з екрану.
6. Колосова Е. Когда появилась и о чем писала «Пионерская правда»? // Школа жизни. – 19 мая 2007. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://shkolazhizni.ru/archive/0/n-5781/> – 05.10.2013. – Заголовок з екрану.
7. Новый энциклопедический словарь. – М. : Большая Российская энциклопедия : РИПОЛ классик, 2004. – 1456 с. : ил.





■ Людмила Давидова

Професійні компетенції редактора і коректора у сучасних умовах

Професійні компетенції редактора і коректора у сучасному світі мають значний вплив не тільки на процес редакційно-видавничої підготовки авторського оригіналу, дотримання видавничих стандартів, кінцеву якість медіа-продукту, а й на формування культури видання і підвищення рівня культури споживача.

Питанням професійної компетенції редактора і коректора присвячено чимало досліджень українських науковців, проте ці дослідження стосуються більшою мірою діяльності фахівців, які працюють у видавництвах і засобах масової інформації, що є провідними гравцями на медіа-ринку. Проблема і викликам, з якими доводиться стикатися редактору і коректору в так званих провінційних видавництвах, газетах, журналах, значної уваги не приділяється, так, ніби їх зовсім не існує. Проте реальність їхньої роботи мають значні відмінності у порівнянні з умовами роботи працівників провідних київських, львівських та харківських видавництв.

У більшості випадків професійна компетенція трактується як здатність успішно діяти на основі практичного досвіду, умінь та знань при вирішенні поставлених професійних завдань. Що стосується професійних компетенцій редактора, то вони насамперед пов'язані з тим, про яку саме редакторську посаду йдеться. М. С. Тимошик розрізняє такі редакторські посади, які безпосередньо залежать від кола професійних обов'язків редактора: головний редактор; заступник головного редактора; провідний (старший) редактор; редактор; молодший редактор; редактор-організатор; літературний редактор; новинний редактор (редактор новин); науковий редактор; титульний редактор; спеціальний редактор; художній редактор; технічний редактор; випусковий редактор [1, с. 16]. Найпоширенішими з цих посад є головний редактор; редактор; літературний редактор; новинний редактор; художній редактор; технічний редактор.

Авторський оригінал зазнає суттєвих (і не лише редакторських) коректив. У літературно-мистецьких, навчальних, а також виданнях прикладного характеру ці зміни мають різну специфіку. Головне при цьому – забезпечити відповідність споживчих цінностей, функцій і типологічно-

го статусу потребам цільових споживачів [2, с. 153].

Сучасний редактор повинен мати аналітичне мислення, виробити в собі здатність і вміння аналізувати, бути комунікабельним, освіченим, відчувати найтонші нюанси слова, а найголовніше – бути справжнім професіоналом у сучасних надскладних умовах. Прагнучи надати авторському оригіналу стильової досконалості, редактор у жодному разі не повинен втручатися в текст із суб'єктивними правками, намагаючись суттєво відредагувати текст без потреби і замінити власним баченням авторське. Недаремно у багатьох видавництвах постулатом до роботи редактора є фраза: «авторське – то святе!». Занадто захопитись виправленнями може як редактор-початківець, так і досвідчений фахівець. У першому випадку прагнення «підмінити» авторське бачення своїм власним можна спробувати виправдати браком досвіду, прагненням утвердити себе в обраній професії, в якій молодий фахівець робить лише перші кроки. Проте доволі часто автору доводиться стикатися із зарозумілим редактором-професіоналом, який, з огляду на багаторічний досвід, вважає за можливе повчати автора, нав'язуючи йому своє бачення, причому доволі часто безпідставно. Справжній професіонал має підказати автору варіанти покращення його тексту у ненав'язливий спосіб, щоб у того склалося враження, що рішення щодо певних змін і виправлень належить саме йому, а не було авторитарно насаджено редактором.

У невеликих видавництвах доволі часто редактор виконує всі організаційні функції і здійснює літературне редагування водночас; посада художнього редактора у періодичних видавництвах іноді взагалі відсутня, а функції художнього редактора виконує дизайнер.

Нині посади технічного та художнього редакторів нерідко суміщаються, а художник працює лише над створенням зображального ряду. Технічний редактор надає авторському твору зручну, логічну і красиву друкарську форму з урахуванням сучасних засобів і методів роботи, досягнень техніки та поліграфії [3, с. 40].

У сучасних умовах професійні компетенції художнього редактора мають дозволяти виробити оригінальну концепцію оформлення видання, оцінити верстку з худож-

ньої точки зору, а також перевірити якість зображальних оригіналів.

До професійних компетенцій коректора належить не лише досконале знання правопису, а й тонке відчуття нюансів слововживання, уміння помітити стильову недоречність, а часом і здатність запропонувати кращий варіант редагування. Сучасний коректор повинен усеосяжно бачити текст, бути знавцем мови, глибоко розуміти усю технологію редакційно-видавничого процесу, знання технічних правил складання та верстання, бездоганно володіти технікою і методикою книжкової, журнальної та газетної коректур, уміти підраховувати обсяг виконаної ним роботи в обліково-видавничих аркушах, добре знатися на проблемах, що визначені його видавництвом як профільні [4, с. 67].

Реалії роботи невеликих видавництв у регіонах такі, що науковий редактор залучається лише у разі потреби, а посада коректора у багатьох видавництвах взагалі відсутня, тож редактор має займатися і редагуванням, і здійсненням коректури, що негативно впливає на кінцеву якість видання, доволі часто до опрацювання авторського оригіналу залучається коректор-початківець або філолог, який взагалі необізнаний з методикою внесення коректурних виправлень. Непоодинокими є випадки, коли книга виходить в авторській редакції, без залучення до роботи над текстом редактора чи коректора. Про наявність коректоратів, та ще й двомовних, у багатьох обласних видавництвах взагалі не йдеться. Так, на сьогоднішній день у Житомирському комунальному книжково-газетному видавництві «Полісся», порівняно з іншими місцевими видавництвами («Рута», краєзнавче видавництво «Волинь», видавець М. Г. Косенко та інші), найбільш повно укомплектований штат працівників: тут працюють редактор, технічний редактор, коректор.

Негативний вплив на формування культури видання мають непоодинокі випадки скорочення термінів на редакційно-видавничу підготовку. Все частіше замовники намагаються звести її до мінімуму, тож навіть працівники з високими професійними компетенціями не можуть гарантувати бездоганне опрацювання авторського оригіналу і підготовку його до друку в умовах, коли вони затиснуті в лещата обмеження часу.

Серед редакторів-початківців побутує хибна думка про те, що редагувати художні твори досить просто, оскільки, мовляв, для цього важливе лише досконале знання літературної мови. Насправді ж це далеко не так. Складність і специфіку редагування таких текстів визначає різноманіття типологічних характеристик того чи іншого літературного твору. Отож, аби кваліфіковано справитися із відповідальним завданням, такому редакторові, окрім володіння суто фаховими навичками, необхідно, по-перше, знати специфіку літературної праці, по-друге, легко орієнтуватися в типології художніх творів та видань [5, с. 313–314].

Підготовка редактора і коректора з високими професійними компетенціями для роботи у регіонах стала можливою завдяки активному залученню до роботи з майбутніми редакторами спеціалістів-практиків, як, зокрема, у Житомирському державному університеті імені Івана Франка. Останнім часом спостерігається позитивна тенденція працевлаштування випускників, що дозволяє зробити висновок, що професійні компетенції молодих фахівців відповідають вимогам, які ставить перед сьогоднішнім редактором сучасність, адже для регіону підготовка кваліфікованих спеціалістів тривалий час була нагальною потребою.

Підвищенню професійних компетенцій сучасних редакторів і коректорів сприяло б осучаснення документів, які регламентують діяльність цих фахівців. Варто залучати і досвід іноземних фахівців. Так, слушними видаються поради від Іва Аньєса, редактора LeMonde і автора «Підручника із журналістики», які заслуговують на увагу редакторів. Сучасний професіонал має багато читати: літературу, статті у газетах і журналах, щоби йти далі і швидше: визначати прийоми, гідні уваги та занотовувати їх, опрацьовувати тексти [6, с. 213].

Професійний редактор і коректор завжди ставиться до своєї роботи критично. Обов'язковою умовою успіху є подолання самолюбства, сприйняття зауважень і порад колег та керівництва, тісна співпраця з автором і повага до нього, адже саме автор є головною персоною, завдання ж професіонала – допомогти відшліфувати певні моменти, жодним чином не підміняючи авторське бачення своїм. Зважаючи на тривалість процесу підготовки редактора і коректора з високими професійними компетенціями, слід значно більше уваги приділяти спілкуванню молодих фахівців із досвідченими працівниками, сприяти можливостям переймати досвід справжніх професіоналів з багаторічним стажем, які працюють у видавництвах та редакціях.

Список використаних джерел та літератури:

1. Тимошик М. С. Як редагувати книжкові та газетно-журнальні видання : практичний посібник / М. С. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, 2012. – 384 с.
2. Теремко В. І. Видавничий маркетинг : навч. посіб. / В. І. Теремко. – К. : Академвидав, 2009. – 272 с.
3. Шевченко В. Е. Художньо-технічне редагування : підруч. / В. Е. Шевченко. – К. : Паливода А. В., 2010. – 516 с.
4. Крайнікова Т. С. Коректура : Підручник / Т. С. Крайнікова. – К. : Наша культура і наука, 2005. – 252 с.
5. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця : Практичний посібник. – 2-ге вид., стереотипне / М. С. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, 2006. – 560 с.
6. Аньєс І. Підручник із журналістики : Пишемо для газет / І. Аньєс. – К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2013. – 544 с.



Нові «горизонти» для студентів-журналістів

МЕДІА-ФОРУМ

МГО «Інтерньюз-Україна» за підтримки Посольства США в Україні запрошує громадських журналістів, блогерів, студентів, а також медіа-активістів із південно-східних областей України взяти участь у дводенному медіа-форумі, присвяченому громадянській журналістиці та професійному висвітленню суспільних процесів. Останні місяці в Україні засвідчили, що традиційні ЗМІ вже не єдині, хто здатен висвітлювати події.

Медіа-активізм стає альтернативою звичним джерелам новин та важливою складовою демократичного суспільства. Дводенний медіа-форум має на меті зміцнити потенціал громадянської журналістики та вдосконалити навички роботи як з традиційними медіа, так і з новими інструментами.

Учасники мають можливість почути досвід відомих міжнародних та українських експертів, розібрати приклади ефективного і неупередженого висвітлення інформації, отримати навички роботи з новими медіа під час важливих подій. Крім того, будуть розглянуті такі актуальні питання, як адвокація та журналістські розслідування.

МЕДІА-ШКОЛА «ПРОСТО ПРО ЄВРОІНТЕГРАЦІЮ ДЛЯ СІЛЬСЬКОЇ АУДИТОРІЇ»

Участь у проєкті дасть вам можливість підвищити свій професійний рівень та отримати знання у таких сферах:

- особливості написання матеріалів про євроінтеграцію;
- основні положення Угоди про Асоціацію з ЄС, що стосуються села;
- найбільш актуальні теми євроінтеграції, що стосуються сільської місцевості;
- моделі самоврядування на сільських територіях та способи їх фінансування;
- канали поширення інформації для сільської аудиторії.

Взяти участь можуть журналісти, блогери, а також студенти старших курсів журналістських факультетів.

1-ша школа: 25-27 червня 2015 р. (дедлайн: 11 травня 2015 р., 18:00);

2-га школа: 11-13 червня 2015 р. (дедлайн: 25 травня 2015 р., 18:00);

3-тя школа: 25-27 червня 2015 р. (дедлайн: 5 червня 2015 р., 18:00).

Вартість: безкоштовно, усі витрати покриваються організаторами.

КОНКУРС ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛІВ «КОНТРОЛЬ НАД ТЮТЮНОМ: РОЗВІЮЄМО ДИМОВУ ЗАВІСУ»

Мета конкурсу: підтримати як досвідчених майстрів слова й пера, так і журналістів-початківців, яким не байдуже питання громадського здоров'я, і заохотити журналістське середовище висвітлювати теми, пов'язані з контролем над тютюном.

Взяти участь можуть як досвідчені журналісти, так і початківці.

Заявку на участь можна заповнити на сайті конкурсу.

Дедлайн: 17 травня 2015 року.

Вартість: безкоштовно, усі затрати покриваються організаторами.

ПРОГРАМА СТАЖУВАНЬ МАРІОН ЕНГОФФ

Стипендіальна програма дозволяє талановитим журналістам пройти стажування в редакції одного із німецьких ЗМІ, скласти своє уявлення про політику, економіку, культуру і суспільне життя Німеччини.

Взяти участь можуть фрілансери, штатні журналісти.

Місце проведення: Німеччина.

Дедлайн: 15 квітня 2015 року.

ВСЕУКРАЇНСЬКИЙ КОНКУРС «РЕПОРТЕРИ НАДІЇ В УКРАЇНІ»

Конкурс для журналістів, які готові своїм пером і словом нести свідчення надії в український інформаційний простір, і таким чином долати атмосферу відчаю, безсилля і апатії.

Повага до особистості кожної людини, утвердження високої моралі та духовних цінностей, дотримання журналістської етики – основні критерії оцінки конкурсних матеріалів.

Дедлайн: 7 червня 2015 року.

Винагорода: 3000 грн.

ДО ПИТАННЯ ПРО НЕОБХІДНІСТЬ КОНТРПРОПАГАНДИ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ РЕДАКТОРІВ

Більше року триває активна фаза збройного протистояння між Російською Федерацією та Україною. Сьогодні проти України ведеться гібридна війна. Гібридна війна (hybrid warfare) – це сучасна війна нового типу. Особливістю такої війни є поєднання технологій «м'якої» та «жорсткої» сили, одночасне застосування всіх методів і технологій: розвідка і контррозвідка; спецпідрозділи; неурядові учасники (бізнес, неурядові організації, релігійні організації, криміналітет, приватні особи), які діють ніби незалежно, але під загальним керівництвом і централізованим управлінням; підривні дії; тактика терористів (використання жінок і дітей як живого щита під час нападу на військові і цивільні об'єкти); енергетична війна; економічна війна (торгові, санітарні, фінансові та інші інструменти); «оптова закупівля», підкуп політичного і військового керівництва в Україні; «п'ята колона» в Україні, інших пострадянських державах, в Європі та США; так званий «Путінтерн» (путінський Інтернаціонал, об'єднання різних європейських та світових політичних партій та їх політичних діячів, підтримуваних Путіним і підтримуючих Путіна), інформаційна, дезінформаційна і пропагандистська війна; кібервійна.

В Україні керівництво РФ у повній мірі продемонструвало методи і технології гібридної війни, яка спорадично та поелементно відбувалася раніше у різних географічних точках (Придністров'ї, Абхазії, Південній Осетії, під час російсько-грузинської війни) з участю російського спецназу, «добровольців», чеченців, дагестанців, південних осетинів, бурятів тощо. Гібридна війна відбувається, як мінімум, у чотирьох зонах – зоні прямого збройного протистояння, зоні ворожого тилового населення, зоні власного населення, зоні міжнародної спільноти.

Домінуючою складовою гібридної війни є інформаційний вплив, а точніше – пропаганда. Незважаючи на достатньо тривалу історію існування явища «пропаганда», з новою силою використовуватися вона почала у XXI ст., коли її відшліфовані у XX ст. практики доповнилися новими інформаційними технологіями, що використовуються у інформаційному протистоянні в межах сучасних військових кампаній на різних континентах.

Пропаганда є різновидом суспільної діяльності, пов'язаної з масовим переконанням у правильності чи неправильності тих або інших ідей, думок, понять, принципів. Для пропаганди дуже важливою є масова комунікація, оскільки вона дозволяє пропагандистам максимально ефективно досягати своєї мети. Для цього вони використо-

вують майже всі форми масового спілкування, насамперед TV та Інтернет, аби тільки виконати визначені завдання, спрямовані на корекцію масової свідомості.

Пропаганда спрямована на маніпуляцію громадою щодо явищ ідеологічного характеру. Нині фактично іде конспіративна війна, тобто війна не проти когось, а за свідомість людей. Росія на території України воює за умов наших співгромадян. Для цього пропагандисти свідомо вдаються до міфотворчості й поширюють неперевірені факти. Оскільки пропаганда впливає перш за все на психологію людини чи певних соціальних груп, методи її ведення базуються на соціально-психологічних чинниках і дуже часто зводяться до певних прийомів та «брудних технологій»: «буденна розповідь», «тримай злодія», емоційний резонанс, використання медіаторів, коментарі, хибна аналогія, «очевидці» події, напівправа, рейтингування, «отруйний сендвіч», психологічний шок тощо.

Пропаганда як явище належить до великих інформаційних технологій соціального впливу на широкі маси з метою: 1) дезорієнтації та дезінформації ворога шляхом поширення відібраних фактів, поглядів та аргументів або чуток; 2) дестабілізації ситуації, в якій перебуває ворог; 3) внесення у суспільну та індивідуальну свідомість ворожих, шкідливих ідей та поглядів для формування необхідної пропагандистові громадської думки; 4) послаблення переконань, устоїв, зміни масової свідомості ворога; 5) послаблення його позицій; 6) залякування свого народу образом ворога; 7) залякування супротивника своєю могутністю.

Одночасно ведеться обробка світового співтовариства з метою обґрунтування своїх дій та провокування союзницьких настроїв. При цьому інформація фільтрується, дозується й подається у вигідному для тієї чи іншої сторони світлі.

У російській пропаганді можна виділити чотири рівні. Перший – тваринно-інстинктивний (демонстрація картин розрухи, голоду та холоду, що породжує страх у телеглядача). Другий – раціональний (залякування Правим сектором, тезами про переворот в Україні). Третій – це семантичний чи сенсовий (нав'язується думка про те, що США і Захід – вороги). Четвертий рівень є архетипічним, надсенсовим (звернення до групових інстинктів, національної ідентичності, використання ментальних особливостей, наприклад, пристрасті до алкоголю як об'єднуючого фактору). У поширенні російської пропаганди допомагають загальновідомі штампи про пригнічення російськомовних

в Україні, розкол на Захід і Південний Схід, ідеї «Русского мира», ворожість Заходу до Росії, причетність США до кольорових революцій, антирадянський і антикомуністичний фашизм, російське православ'я як єдино правильна віра.

Пропаганда РФ успішна ще й тому, що її ЗМІ є пропагандистськими. Як приклад – телеканал Russia Today. Він нібито й працює на основі європейських стандартів (дві протилежні думки, наявні думки експертів тощо). Проте експерти – заангажовані, подаються не думки, а коментарі тощо. Пропаганда, яку давно веде керівництво РФ проти України, допомогла успішно провести анексію Криму, забезпечити підтримку цих дій у росіян і спровокувати війну на Сході України. Україні потрібно проводити контрпропаганду, чого наразі майже немає. Російські та сепаратистські телеканали безперешкодно можна дивитися не тільки на територіях, що контролюють об'єднані російсько-сепаратистські сили, але й на підконтрольних Києву територіях. Українська контрпропаганда дуже слабка ще й тому, що вона заснована не на аналітичних журналістських матеріалах, а на інформаційних повідомленнях. Навіть ті нечисленні розумні та зважені пропагандистські матеріали, які можуть вплинути на ситуацію в регіонах – не доносяться, або не сприймаються через мовний бар'єр, або доносяться не в тій формі, у якій це може бути там сприйнято.

Сьогодні протидія російському інформаційному впливу, контрпропаганда, яка в певній мірі ведеться українцями, є важливою частиною боротьби за цілісність і незалежність України. Інвестиції у боротьбу з російською пропагандою можуть стати більш ефективними у боротьбі з об'єднаними російсько-сепаратистськими силами, ніж прямі інвестиції в озброєння. Ефективна контрпропаганда зменшить потік добровольців до армій ДНР-ЛНР, позбавить агресора можливості втягнути в протистояння інші області України, змусить жителів окупованих територій аналізувати ситуацію. Контрпропаганда зруйнує міфи, в які вірить населення РФ, а це, у свою чергу, ускладнить можливості Росії з ескалації військових дій.

Українська контрпропаганда має бути зорієнтована на п'ять цільових аудиторій. Перша аудиторія – окуповані території Криму і Донбасу, куди має зайти і телевізійний сигнал, і українське радіо, і українська преса, і неформальні масові комунікації. Друга аудиторія – зона АТО, де громадяни України мають достатньо ускладнений доступ до масової інформації. Третя аудиторія – решта України, де має бути і інформація, і пропаганда, і контрпропаганда. Четверта аудиторія – населення Росії, з яким **конче** необхідно вести інформаційну роботу, а точніше – контрпропаганду. П'ята аудиторія – світова громадськість, яка отримує надзвичайно мало інформації про стан справ в Україні, бо програє Росії інформаційну війну.

Для створення ефективної української контрпропаганди потрібно вирішення багатьох проблем. Це і наявність координуючого центру, і створення вивіреної та підготовленої інформації (для кожної аудиторії), і ство-

рення посад прес-офіцерів при кожному військовому підрозділі, і підготовка кадрів, і матеріально-технічне забезпечення, і використання фільтрів в Інтернеті для блокування ворожих сайтів і «глушилок» для блокування ворожого теле- чи радіосигналу, і трансляція свого сигналу до захоплених регіонів тощо. Потрібно створювати в Україні умови для роботи та залучати до висвітлення з місця подій кореспондентів міжнародних ЗМІ, бо складається дивна картина – більшість західних журналістів, які приїжджають до України, їдуть із корпунктів у Москві.

Для вирішення вказаних проблем, проведення контрпропагандистської діяльності та й для ефективного протистояння пропаганді потрібна участь не тільки держави, але й кожного громадянина, бо лінія пропагандистського фронту проходить через свідомість, мозок, почуття людини, незалежно від її географічного місця знаходження. Ворожа сторона постійно підкидає громадянам України не лише фейкову, але й провокаційну інформацію, намагаючись спровокувати народне невдоволення.

Список використаних джерел та літератури:

1. Hybrid war – hybrid response?. – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nato.int/docu/review/2014/Russia-Ukraine-Nato-crisis/Russia-Ukraine-crisis-war/EN/index.htm>
2. Агресія РФ коштувала життя майже 7 тисяч українців, 1675 бійців загинули - Порошенко. – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/news/2015/05/8/7067187/>
3. Бернейс Э. Пропаганда. – М., 2010.
4. За протести шахтеров в Киеве допрашивают менеджеров Ахметова. – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://korrespondent.net/ukraine/3512238-za-protesty-shakhterov-v-kyeve-doprashyvauit-menedzherov-akhmetova>
5. Ілларіонов А. Четверта світова війна. – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http://www.ji.lviv.ua/n77texts/Chetverta_svitiva.htm
6. Магда Є. Гібридна війна. – Х. : Віват, 2015.
7. Обушний М. І., Примуш М. В., Шведа Ю. Р. Парталогія: Навч. посібник / За ред. М. І. Обушного. – К. : Арістей. – 2006. – 432 с.
8. Порошенко вважає українську армію однією з кращих в Європі. – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrinform.ua/ukr/news/poroshenko_vvagae_ukraiinsku_armiya_odnie_yu_z_krashchih_v_evropi_2035506
9. Тымчук: Министерство информации долго пудрило нам мозги. – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://glavcom.ua/news/292160.html>
10. Ученова В. В., Старых Н. В. История рекламы. – СПб. : 2002.
11. Цуладзе А. М. Политические манипуляции или покорение толпы. – М.: 1999.
12. Шведа Ю. Теорія політичних партій та партійних систем: Навч. посібник. – Львів: Тріада плюс. – 2004. – 528 с.



ГЕРОЇ АТО

твоя допомога
борцям за єдність
України

■ Катерина
Бистрицька



ГЕРОЇ АТО.

ІСТОРІЯ ЗАПУСКУ ВСЕУКРАЇНСЬКОГО СОЦІАЛЬНОГО ПРОЕКТУ

Місяць тому після складної операції на нозі з Італії повернувся Юрій Весельський, відзначений орденом «За мужність» III ступеня. У лютому в Україну прилетів Роман Огурківський, який отримав 85 % опіків тіла і лікувався в США. Сергій Руденко переніс четверту операцію в інституті Шалімова, лікарі кажуть – вона пройшла успішно. Максим Ящук повернувся з Ізраїлю і тепер лікується в Україні. Історії цих хлопців були одними з перших, які з'явилися на сайті «Герої АТО».

Сайт «Герої АТО» став окремим масштабним всеукраїнським проектом, який запустила команда Першого житомирського інформаційного порталу. Тому коротко розповім про те, як поетапно запускався проект, чому виникла така ідея, як технічно побудований сайт та яку місію виконує.

ІДЕЯ

За кілька років роботи Першого житомирського інформаційного порталу було кілька окремих проектів, для яких ми робили спеціальне меню чи сайт. У 2012 році запустили проект «Вибори-2012». Це був окремий сайт, де була зібрана уся інформація про перебіг виборчих перегонів на Житомирщині. Ще у нас була окрема кнопка для проекту «Рік після Євромайдану», де була вміщена хроніка подій та рефлексії активістів щодо очікувань та результатів.

У колективі неодноразово виникало питання, як систематизувати всю інформацію про поранених житомир'ян, яким потрібна допомога... Ми вирішили створити окремий сайт, але і не планували, що цей сайт стане всеукраїнським.

Історії хлопців, які отримали важкі поранення у зоні АТО, ми почали збирати 9 місяців тому. Наша журналістка Юлія Демусь разом із колегами їздила до Вінниці у шпиталь, аби зустрітись із хлопцями та їхніми родинами. У Житомирі важкопоранених не приймали. У кожному матеріалі була особиста картка пораненого бійця, на яку кожен бажаючий міг перерахувати гроші. Коли таких історій було більше 10-ти, виникла проблема із систематизацією, швидким пошуком карток та оновленням інформації. Усі ці історії потрібно було швидко знаходити на сайті, тому вирішення проблеми було очевидним – вони повинні усі бути на одній платформі. Відтак почалась робота над створенням сайту «Герої АТО».

РОБОТА НАД ПРОЕКТОМ

У нас було кілька завдань, які потрібно було вирішити. По-перше, сайт треба було зробити швидко, адже кожен день був важливий для тих, хто перебував у лікарні. По-друге, він має бути максимально простим і мати чітку структуру. Там повинен бути зворотній зв'язок і можливість додавати анкети, які проходять попередню модерацію. У результаті ми створили сайт atoheroes.org.

Коли ми планували структуру сайту, то зійшлись на тому, що в усіх містах є журналісти чи волонтери, які збирають інформацію про своїх поранених земляків. Тому на сайті з'явилась карта. Поділ за місцем проживання став основним у структурі сайту.

Загалом ми намагались максимально спростити структуру. На сайті є анкети поранених бійців, статті, інформація про проект, контакти. Також є можливість додати героя. Після додавання анкети потрапляє на модерацію, після перевірки даних з'являється на сайті.

До того ж, для нас було важливо, аби допомога була персональна. Без збору коштів на якийсь окремий рахунок фонду, громадської організації чи волонтера. А саме на особисту картку бійця чи його рідних. По можливості додавали телефон когось із близьких, хто може підтвердити номер картки. За весь час роботи сайту в нас не було жодної проблеми щодо публікації фейкових анкет чи чужих карток. Усі гроші, які волонтери перераховували, адресували на лікування героя АТО. До того ж, поділ на області виявився доволі ефективним: люди почали шукати земляків, аби допомогти саме їм.

На сайті atoheroes.org розділу «Статті» спочатку не було. Ми вирішили його створити, коли учні однієї із шкіл області організували концерт, щоб зібрати гроші своєму земляку. Інформацію про нього вони знайшли на сайті і через нас передавали зібрані гроші. Тоді ми створили розділ із статтями, де публікували фідбек та корисну інформацію. До речі, зробили дуже хорошу підбірку книг із реабілітації. На сайті також зібрані зразки заяв, списки необхідних документів для отримання статусу учасника АТО, юридичні поради та поради психолога.

CMS сайту знайома багатьом – це [drupal](http://drupal.org). Працювати з ним легко, для сайту із простою структурою він підходить, вважаємо, ідеально. Коштував він трохи більше 1000 грн. Знайти волонтерів, які б зробили його швидко та безкоштовно нам, на жаль, не вдалось.

ЗАПУСК ПРОЕКТУ

Для початку ми поставили окрему кнопку в меню на Першому житомирському. Вона вела на сайт, який мав окремий домен. Після цього ми розіслали реліз про те, що запустили сайт, мета якого – систематизувати інформацію про поранених в АТО. Запустили сторінки у соцмережах (Facebook, Google+, Twitter), почали вести розмову про співпрацю із волонтерськими організаціями. Майже всі викладали дані про поранених у соцмережах, відтак вона спускалась у стрічці новин і знайти інформацію про того чи іншого хлопця було дуже важко. На сайті все було простіше. Кожен поранений

226 історій – це тільки частина інформації про поранених героїв. Усього з початку АТО в Україні поранення отримали 6256 чоловік. Кожному з них потрібна наша підтримка. Ці хлопці йшли у бій, захищаючи нас. Тепер наша черга підтримати їх. Напевно, нам би усім хотілось, щоб цього сайту не було взагалі. Щоб не було війни. Не було загиблих і поранених. Але змінити хід історії ми не в силах.

має свою анкету, яку можна будь-коли редагувати, оновлювати, доповнювати.

Окрему медійну кампанію ми не планували, але публікація релізу мала результат. Значну увагу приділили оптимізації сайту. Нашу інформацію почали використовувати журналісти інших видань. Час від часу нас запрошували (і досі запрошують) на ефіри. Сьогодні щодня на сайт заходить близько 1000 читачів.

ВІД МЕДІА-ПРОЕКТУ ДО ГРОМАДСЬКОГО ОБ'ЄДНАННЯ

За кілька місяців роботи проекту біля нас почали гуртуватися волонтери, яких зараз ми називаємо волонтерами «Героїв АТО». Це дівчата, які не були членами якихось організацій, але постійно опікувались пораненими у шпиталі. Першою такою волонтеркою стала киянка Єлизавета Масляк. Ми знайшли таких людей у Львові, Рівному, Івано-Франківську, Дніпропетровську. Київські волонтери досі працюють у шпиталі. Дівчата майже щодня пишуть звіти для сайту про те, чим вони займалися, які наразі є потреби і кому в першу чергу потрібні кошти. Відтак проект зібрав навколо себе ціле коло активістів, які почали працювати під єдиним брендом.

Місяць тому ми долучили до роботи над проектом юриста. За тиждень спробуємо через суд допомогти одному із мобілізованих бійців повернутись на роботу. Наша команда зараз – це також психологи, які допомагають із реабілітацією пораненим та їхнім родинам.

Сайт «Героїв АТО» читають у США, Італії, Канаді, Німеччині, Польщі та Британії. Кілька місяців тому телефонував пенсіонер із Запоріжжя, щоб дізнатись, кому допомога потрібна у першу чергу: він вирішив перерахувати свої заощадження кільком хлопцям. Нещодавно телефонувала дівчина, щоб запитати, як пройшла операція у хлопця, якому вона перераховувала кошти... Таких історій у нас вже сотні.

Тому ми переконані, що наш сайт виконує свою місію.

До того ж, ми оновлюємо інформацію. Нам завжди приємно ставити позначку на сайті, що збір коштів на лікування припинено, боєць повертається додому. Розуміємо, що на цьому не закінчується робота. У країні з'явилась велика кількість людей, про яких ми не маємо права забувати, скільки б не пройшло часу. Але ініціатива була б абсолютно недовгою, якби не участь кожного із вас. Це ви щодня перераховуєте гроші пораненим бійцям, які цього потребують. Ви відгукуєтесь на прохання щодо купівлі ліків. Ви пишете нам листи і пропонуєте перекласти анкети іншими мовами, аби про потреби бійців дізнались у всьому світі. Ви запитуете, чи стало краще тим, про кого ми писали і для кого збирали гроші. І це змушує не зупинятись.

226 історій – це тільки частина інформації про поранених героїв. Усього з початку АТО в Україні поранення отримали 6256 чоловік. Кожному з них потрібна наша підтримка. Ці хлопці йшли у бій, захищаючи нас. Тепер наша черга підтримати їх. Напевно, нам би усім хотілось, щоб цього сайту не було взагалі. Щоб не було війни. Не було загиблих і поранених. Але змінити хід історії ми не в силах. Тому все, що можемо зробити – допомогти справжнім українським героям, які зараз цього потребують.

P. S. Ми розпочали оновлювати анкети хлопців, про яких мало пишуть у ЗМІ. Віта Демусь, журналіст Першого житомирського, обдзвонює тих, чиї контакти ми маємо, і запитує, як вони почуваються зараз, через 9 місяців після поранення. Результати невтішні. Більшість хлопців уже виписались та перебувають вдома, постійно приймають дорогі ліки, самостійно роблять перев'язки, чекають на реабілітацію... Я розумію, що їхні картки зараз поповнюють не так активно, як 9 місяців тому. І, скоріше за все, чим далі, тим менше грошей зможуть жертвувати українці. Тому перед нами стоять нові проблеми та завдання, які вже зараз треба вирішувати.

<input type="checkbox"/>	ЗАГОЛОВОК	ТИП	АВТОР	СТАН	ОНОВЛЕНО ▼	МОВА	Дії
<input type="checkbox"/>	Мельник Андрій	Герої	adminato	опубліковано	05/07/2015 – 16:53	Українська	редагувати видалити
<input type="checkbox"/>	Козачок Олександр	Герої	Анонім (не перевірено)	опубліковано	05/07/2015 – 16:51	Українська	редагувати видалити
<input type="checkbox"/>	Олександр Синюк	Герої	Анонім (не перевірено)	опубліковано	05/07/2015 – 12:56	Українська	редагувати видалити
<input type="checkbox"/>	Леонід Хмельков	Герої	adminato	опубліковано	05/07/2015 – 11:38	Українська	редагувати видалити
<input type="checkbox"/>	Руслан Філіпсов	Герої	adminato	опубліковано	05/07/2015 – 10:04	Українська	редагувати видалити
<input type="checkbox"/>	Іван Васько	Герої	adminato	опубліковано	05/06/2015 – 21:28	Українська	редагувати видалити
<input type="checkbox"/>	Калиновський Михайло	Герої	adminato	опубліковано	05/06/2015 – 11:10	Українська	редагувати видалити
<input type="checkbox"/>	Арсен Боярчук	Герої	adminato	опубліковано	05/06/2015 – 09:40	Українська	редагувати видалити
<input type="checkbox"/>	Бійці Азову та Дніпра-1 отримали подарунки	Статті	adminato	опубліковано	05/05/2015 – 11:16	Українська	редагувати видалити



ЛЕКЦІЯ ВІД...

РОМАНА КУЛЬЧИНСЬКОГО, ГОЛОВНОГО РЕДАКТОРА TEXTY.ORG.UA

Один. Просто і доступно. Доступно і просто

Якщо ви працюєте з чимось, що поширюється в медіа, основоположний принцип, котрий приносить успіх продукту скрізь однаковий: у журналістських матеріалах, кінофільмах і художній літературі. Навіть книги нобелівських лауреатів стають бестселерами, якщо вони написані за цим принципом. Пересічна людина цього головного принципу не бачить. Але він є і він простий: розповідайте про щось одне і говоріть ясною, зрозумілою і доступною мовою.

Щоб написати зрозуміло, потрібно ясно уявити, про що саме ви хочете написати. Між іншим, ясність письма відображає ясність мислення.

Отже, спочатку чітко уявіть про що стаття. Це не так просто, як здається.

Студентка журфаку якось запропонувала тему: «Останнім часом відбувається багато неоднозначних подій, про які всі знають. Я хочу про це написати». З такою постановкою задачі вийде відповідний текст.

Обрати кут зору на проблему, про яку пишемо – займає чи не половину часу роботи просунутої редакції. Якщо кут зору чи ракурс обраний правильно, написати статтю, яку всі будуть передруковувати й обговорювати, справа мінімальної професійності.

Навіть найкращий журналіст не зробить гарної статті, якщо вирішить писати «про останні тривожні події».

Два. Працюйте зі своїм словником

Слідкуйте, щоб мова не була затяганою і заштампованою, водночас зважайте на те, що занадто рафіновані слова можуть бути не зрозумілі публіці. Двомовність також дається знаки: «смачні» українські словечка можуть бути не зрозумілі російськомовній людині і навпаки.

Класики жанру рекомендують: щоб навчитися гарно писати потрібно багато читати. І звісно, багато писати. Журналіст-початківець, який щодня пише статті, набирає руку за 2-3 роки, не раніше.

Три. Не переношуйте текст

Якщо довго відкладали текст, котрий ви почали формувати в голові, він «скисне». Якщо ви в уяві бачите статтю, у вас є максимум три дні, щоб викласти її на папері. Далі вона пропаде. Або вийде нудною, нецікавою і натягнутою.

Чотири. Пишіть про щось нове

Не сподобляйтеся політикам, котрі говорять загальновідомі банальності. Загальні розмірковування на будь-яку тему це добре для Фейсбуку, але це не стаття. «Размишлізми» на наш вибір. Узагалі, кожне речення і слово повинні вжити виправдано.

Сентенції на кшталт «громадянське суспільство в Україні, на відміну від країн східної Європи слабо розвинене», або «самоорганізація мешканців багатоповерхівок знаходиться на низь-

кому рівні» нікому не цікаві, це і так усі знають. Не витрачайте свій і чужий час на констатацію загальновідомих банальностей.

П'ять. Уявляйте свого читача

Візуально уявіть представника своєї цільової аудиторії. Хто він: якого віку, як вдягається, які видання читає, фільми дивиться і т.п. Тримайте в голові цей образ, коли починаєте писати. Тоді ви будете підбирати слова і конструкції, які найближче підходять цьому «Ідеальному читачу».

В одній із студій BBC стіни ньюс-руму обклеїли величезними фотографіями простих людей, щоб журналісти не забували для кого працюють.

Шість. Порівнюйте

Дані самі по собі нічого не говорять. Цифра про те, скільки Україна витрачає на Євроньюс може обурювати, але щоб читач хоча б приблизно оцінив, крадуть чи ні, порівняйте з аналогічною цифрою в аналогічній країні.

«Міськрада цього року закупила скріпок на 100 тисяч» – це мало про що говорить. Порівняйте з іншими аналогічними міськрадами і закупівлями в попередні роки.

Вказуйте джерела даних. Кожен жонглює цифрами і фактами, проте для довіри важливо показати звідки ви берете дані.

Якщо у тексті багато цифр, зробіть з них інфографіку і проілюструйте нею статтю.

Сім. Почали писати – пишіть

Завжди важко сісти і почати писати. Перше слово і перше речення – найважчі. Починайте писати з будь-чого, аж до того: «ця стаття про те, як у місцеве самоврядування...». Після того, як напишете чорновик, все зайве і несуразне викинете.

Моменти, які потрібно уточнити, позначайте спеціальними позначками і йдіть далі. Потім повернетеся. Лінки, які треба вставити, вставте потім. Якщо відволікатиметеся, ризикуєте так нічого і не написати.

Дайте чорновику деякий час (пару годин) відлежатися, особливо, якщо це складний аналітичний текст. Потім приступайте до правок.

Вісім. Коротіть

Загальний принцип такий: після вашого редагування стаття стає як мінімум на 10% коротшою. Як правило, хочеться зробити навпаки, бо під час редагування виникає бажання дописати й уточнити.

Викидайте цілі шматки, які прямо не стосуються головної теми чи занадто деталізують якийсь момент. Потім викидайте зайві речення, потім словосполучення, потім зайві слова. Лише за рахунок зайвих слів можна скоротити текст на ці 10%.

«Убийте свою любов!». Ця сентенція власне про те, що часто шматок тексту з якимось зворотом, який вам особливо сподобався, треба вбити клавішою ДЕЛЕЙТ. У статтях зазвичай «любов автора» – це порівняння, «цікава» паралель чи вправлення в красномовстві, які ріжуть очі читачу.

Зайві слова і речення, тобто, ті які не несуть змістового навантаження. Без них текст нічого не втратить.

Коли перечитуєте написаний текст, уявіть, що кожне слово – це лампочка. Якщо все зрозуміло, лампочка засвічується, коли ви читаєте слово, якщо ж ні, не світиться. Переписуйте, поки не загориться кожна лампочка!

Дев'ять. Читайте гарні тексти ;)

Забудьте про штампи й офіційну мову, пишіть вільно. Пам'ятайте заповіт Стінга: «Гарно писати – це значить позбавитися страхів і неприродності».



■ Вікторія
Ейсмунт

ХОЧУ БУТИ...

Серед різноманітності професій редакторсько-видавничого та журналістського напрямку, безумовно, кожна вирізняється своєю специфічністю, цікавістю, оригінальністю. Так, журналісти, кореспонденти, редактори – люди, які є своєрідними «містками» між інформацією та суспільством, між владою та народом.

У спектрі медійних професій особливе місце займає робота у прес-службі. Зазвичай такі люди залишаються «в тіні» своїх відомих керівників, на відміну від журналіста чи телеведучого. Але від цього професія прес-секретаря не є менш важливою та цікавою.

Прес-секретар – це людина, яка планує, організовує, координує процес комунікації між певною організацією або владною структурою та суспільством. Така особа керує прес-центром і має у підпорядкуванні інших спеціалістів. Зазвичай прес-центри (вони можуть мати інші назви – відділи преси, сектори інформаційної діяльності, відділи інформації) знаходяться при місцевих органах влади, правоохоронних органах, силових структурах, крупних фірмах.

Прес-служба організовує прес-конференції за участю свого керівника, проводить моніторинг преси, акредитує кореспондентів на роботу у відповідній організації, пише виступи для свого керівника, супроводжує його на зустрічах, потім висвітлює його діяльність у пресі.

Прес-секретар також тісно співпрацює із пресою. Зокрема, він складає прес-релізи на певну подію, яка відбуватиметься, контактує із журналістами з приводу певного заходу, який заплановано, та передбачає висвітлення його у медіа.

У людини на цій посаді простору для маневру більше, ніж у звичайного диктора. Диктор просто зчитує готову інформацію, а для прес-секретаря її потрібно створити. Від правильно та грамотно складеної промови залежить його робота, репутація та престиж. Проте прес-секретар офіційно не несе відповідальності за створений текст, а от до диктора можна буде прискіпатись за висловлену думку. Тому для речника важливо продумувати наслідки висловлювання, аби створити

позитивний імідж для свого керівника, оскільки в цьому полягає його професіоналізм.

На кого б не працював прес-секретар, – він лише голос свого роботодавця і має оформити його висловлювання в таку форму, яка є прийнятною для висвітлення у ЗМІ. У цьому і проявляється головна специфіка його роботи. Якщо журналіст має змогу висловлювати свою точку зору з приводу певного питання, то у прес-секретаря такої можливості нема. Зрозуміло, що це залежна людина.

Проте все ж не варто одразу робити висновок, що ця професія передбачає втрату права на висловлення власної думки. Якщо випаде можливість «бути голосом» якоїсь важливої чи впливової особи – то це величезний досвід роботи та гарний спосіб налагодити хороші контакти в медіа-просторі.

Зазвичай у свою команду керівники певних організацій чи служб беруть людей, перевірених часом, тих, які починали разом із ними. Яскравим прикладом є Святослав Цеголко. Сьогодні він прес-секретар Президента України Петра Порошенка. Останні десять років він працював на «5 каналі», який належить Петру Порошенку. Це приклад того, як, зарекомендувавши себе професійним, компетентним працівником, можна зробити кар'єрний ріст.

Робота у прес-центрі особлива і тим, що є можливість присвятити себе певній сфері – висвітленню діяльності окремої особи чи організації. У журналістиці важко передбачити про що писатимеш завтра, тому часто доводиться писати на теми, які особисто для журналіста є не зовсім цікавими. Через це можуть виникнути змістові прогалини, з'явитися некомпетентні матеріали.

Тому робота у прес-службі будь-якого підприємства, адміністрації, силових відомств є цінним досвідом та передбачає безпосередню комунікацію із людьми. Це дозволяє розширити коло знайомств, завести цікаві контакти та вивчити «кухню» організації із самого її серця. Не пропустіть можливості попрацювати у такій сфері медіа-діяльності та реалізувати свої творчі здібності.

5 СЕКРЕТІВ УСПІШНОГО НАПИСАННЯ ЗАГОЛОВКІВ



1. Чому необхідно завжди писати заголовок спочатку?

Бажаєте писати влучні заголовки і навіть ще кращий контент? Почніть із заголовка. У Вас, звичайно, є основна ідея щодо теми Вашого блогпосту, статті, вільної доповіді або рекламного листа. Таким чином, просто скористайтесь цією основною ідеєю та створіть карколомний заголовок перед тим, як написати хоча б єдине слово контенту.

Чому? Ваш заголовок є обіцянкою для потенційних читачів. Завданням заголовка є чітко описати вигоду, яку Ви запропонуєте читачам в обмін на їх дорогоцінний час.

Справа з обіцянками постає так, що вони часто даються до їх виконання. Написання контенту в першу вимагає від Вас комплексного підходу до Вашої обіцянки. Подивіться на неї під іншим кутом, і Ви отримаєте перевагу очевидного виконання непереборної обіцянки, яку Ви дали в заголовку, яка зрештою допоможе зберегти Ваш контент чітким та добре сконструйованим.

Виконати обіцянку, яку Ви ще не давали, складно, і це часто призводить до створення невдалого заголовка. А погано продуманий заголовок не дасть змоги помітити Ваші добрі наміри.

2. Посібник шахрая щодо створення влучних заголовків

Уявіть собі життя автора рекламних текстів... усамітнена постань, яка пильно вдивляється в комп'ютерний монітор (або у вікно), напружуючи свої мозкові м'язи, щоб висмоктати з пальця карколомний заголовок, результатом якого став би продаж на мільйони доларів.

А можливо й ні.

Більш вірогідний сценарій складає авторка, яка шукає натхнення в своїй колекції безпрограшних рекламних оголошень, рекламних листів і навіть в останньому випуску «Космо». Вона також звернеться до книжок, в яких немає нічого, крім збірки заголовків, що довели свою ефективність.

Ці солідні збірки називаються свайп-файлами та є напрочуд цінними при складанні влучних заголовків.

Чому? Тому що влучні заголовки складені в певний час та перевірені з комерційної точки зору способами, які можливо узгоджувати з різними контекстами та використовувати багато разів. Щоразу, коли реклама пахне великими грошима, Ви можете бути впевнені, що автори рекламних текстів та маркетологи досліджуватимуть та зберігатимуть такий заголовок для використання його в майбутньому.

Фактично, свайп-файли не можна навіть розглядати як шахрайство. Вони використовуються, якщо ви бажаєте створити ефективну рекламу, особливо на перших етапах її створення. Як тільки автор рекламних текстів підходить до вірного розуміння речей, що працюють, він може застосувати повністю оригінальний підхід, і навіть тоді дуже рідко вдається створити яскравий заголовок, який був би на 100% унікальним.

Дякуючи Інтернет-маркетингу, що заохочує самостійні дії, Ви знайдете людей, які продають свайп-файли заголовків і навіть програми для програмного забезпечення, що обіцяють вирішення проблеми «заповнення пропусків» на основі «найкращих заголовків», будь-коли написаних. Не піддавайтеся на провокацію.

Проблема з таким підходом має бути очевидною. Якщо Ви не зрозумієте, чому певні заголовки спрацюють, Ви ніколи не зможете добре їх написати. Крім того, без справжнього розуміння, Ви, напевно, виберете невірну «формулу» для будь-якої ситуації, що може спричинити поразку навіть добре продуманого заголовка.

Починаючи з цих перевірених формул, Ви можете покращити заголовки своїх блогпостів, що, в свою чергу, принесе більшу кількість читачів та збільшить об'єму трафіку. Я продемонструю деякі з цих безпрограшних формул написання заголовків, які можна використовувати для написання блогів, та поясню, чому вони працюють.

Проте спочатку, у наступному пості цього випуску досліджуватимуться ключові слова та їх важлива роль у заголовку. Відповідь може бути не такою, на яку Ви сподіваєтесь.

3. Чи насправді ключові слова мають значення в назвах постів?

Це нагадує епічну битву біблійських масштабів у блогосфері.

База оптимізації пошукового сервера говорить, що ключові слова є найважливішим аспектом у заголовку блогпосту.

Як ще Ви зможете підвищити результати та отримати більшу кількість натиснень на мишу пошукачами, якщо правильно підібрані ключові слова є відсутніми у заголовку? Так чи не так, але навіть не очікуйте, що Вашу статтю буде повторно опубліковано з каталогу рекламних статей, якщо заголовок до неї не містить жаданих ключових слів.

З іншого боку від Вас стоятиме маєте табір пуристів, що «пишуть для людей», та колективно осміюватиме концепцію пошуку ключового слова для написання заголовку.

Який сенс шукати оптимізовані назви для постів, якщо ніхто їх не читає (і не робить посилань) у першу чергу? І трафік пошуку в дійсності не такий вже важливий для пристрасної підтримки більшості блогерів, особливо в порівнянні з високоякісним довідковим трафіком з посилань.

Добре, ось вердикт. Ключові слова мають значення. Але не обов'язково з тих причин, про які думають члени вищого керівництва компанії.

Проведення дослідження ключових слів здатне творити дива. Це безкоштовне або дешеве вікно у розум Вашої основної аудиторії.

До створення механізмів пошуку не було жодного способу точно дізнатися про слова, якими б користувалася велика група людей, розмірковуючи на якусь певну тему. Так, звичайно, Ви можете запитати малу кількість людей, проте жоден, хто будь-коли працював зі спеціальними фокус-групами, не скаже Вам, що те, що люди говорять перед іншими, є те саме, що вони дійсно будуть робити.

Отже, якщо Ви пишете будь-який з видів заголовка, в режимі онлайн чи офф-лайн, Ви повинні користуватися механізмом пошуку ключових слів. Тому що будь-який влучний заголовок повинен говорити мовою слухачів та бути загорненим у перевірену часом структуру, яка привертає увагу та створює вартість.

Але вже краще.

Будь-які члени вищого керівництва, до яких варто дослухатися, скажуть, щоб Ви йшли далі найбільш популярних ключових слів і

задавали вузькоспеціалізовані вирази. Вони можуть спровокувати менший обсяг трафіку, проте зважаючи на їхню велику кількість, конкуренція буде меншою.

Це є ідеальним для написання заголовків для споживачів. Вузькоспеціалізовані вирази є набагато конкретнішими, а конкретика допомагає створити кращий заголовок. Кращі заголовки ведуть до кращого контенту, якщо ви спочатку пишете заголовок.

Google та інші пошукові системи дійсно бажають відобразити те, що є важливим для людей. Тому вони використовують посилання та опорний текст як один з головних засобів визначення актуальності.

Ключові слова мають значення, тому що, говорячи мовою аудиторії, Ви залучаєте більше читачів, більше посилань, більше діггів, більше соціальних закладок, і так... більший обсяг відповідного пошукового трафіку. Обидва табори мають рацію, з різних причин.

Що ж ... нехай на хвилинку запанує спокій у блогосфері.

4. Як написати карколомний та привабливий пост зі слова «як»

Розмістіть ваш блогпост на популярній сторінці del.icio.us, або на титульній сторінці Digg приблизно на один день. До того часу, коли Ви завершите читання цієї статті, Ви будете краще озброєні, що зробити цей сценарій реальністю.

Не секрет, що статті, що починаються словом «як», та блогпости є найбільш популярними; на них робиться найбільше посилань та закладок в режимі он-лайн. Люди хочуть мати корисну інформацію, і вони отримують її, пропонуючи її іншим, якщо Ви надаєте таку інформацію.

Найбільша битва триває, перш за все, за привернення достатньої кількості людей, які читають Ваші статті. І ця битва перемагає або зазнає поразки, починаючи із заголовка. Крім того, написання влучного заголовка, що починається словом «як», допоможе Вам краще написати контент, коли Ви виконуєте обіцянку, дану у Вашому заголовку, щоб залучити людей до читання перших слів Вашої статті.

Чудовою річчю щодо популярності контенту, що починається зі слова «як», є той факт, що люди зазвичай не бажають вчитися, як щось робити.

Вони й так мають багато справ, спасибі.

Проте це, без сумніву, саме завдяки божевільному ритму нашого життя, ми прагнемо віднайти поради, рекомендації та методи, щоб робити все у спосіб кращий, простіший та, зрештою, щасливіший для нас самих. Зосередженість на «кращому, простішому, та щасливішому» є ключем до успішного написання заголовків, що починаються зі слова «як», та відповідних контентів.

Неправда, що люди недостатньо розумні для того, щоб зрозуміти приховані вигоди навчання тому, як щось зробити. В дійсності усе навпаки. Приховані вигоди не спонукають нас до дії так, як виражені вигоди.

Люди вправно застосовують активні фільтри уваги під час перегляду заголовків, і Ви проходите через фільтри більшої кількості людей, якщо Ви прямо пояснюєте вигоди, аніж просто покладаєтесь на приховані значення. Крім того, контент, який фокусується

як на вигодах, так і на процесах дій, є більш емоційним, що залишає читача більш задоволеним наприкінці тексту.

Було сказано, що майже неможливо написати поганий заголовок, що починається словом «як». Це може бути правдою, але прочитання цього магічного слова може суттєво вплинути на обсяг уваги читачської аудиторії.

Давайте подивимось на структуру деяких відомих заголовків, що починаються словом «як», та побачимо, чи зможемо ми визначити, чому вони працюють, та адаптувати їх до нових ситуацій та змісту.

Подвоєння вигод, подвоєння впливу

Цей заголовок може бути найвідомішим серед тих, що починаються словом «як», наприклад, Як завойовувати друзів та впливати на людей. Перед фактичним опублікуванням класичної книги Дейла Карнегі «Як завойовувати друзів та впливати на людей» він продав її поштовим замовленням під тим же заголовком, який був вказаний у рекламному листі. Немає сумніву, зміст книги Карнегі був переконливим, але цей заголовок сам по собі є блискучим.

Структура заголовка є вражаючою. Ви отримуєте вигоду номер один відразу ж після слова «як», з наступною вигодою, яку несе в собі слово «та». Просто, чи не так?

Бажаєте підвищити чинник зацікавленості аудиторії у Вашому заголовку, гарантуючи, що Ви закріпите первинну вигоду Вашого посібника? Почніть зі слова «як ...», але пропустіть пов'язане дієслово в початковій формі. Ви все ще робитимете вигідну обіцянку Вашому читачеві, яка буде виконана в контенті, але чинник інтриги виявиться вищим, і Ваші результати, мабуть, будуть ще кращими.

5. Чому в когось майже завжди виходять чудові назви постів

Що такого особливого в людях, які штампують назви для блогів, що спрацьовують по-справжньому добре більшу частину часу? Чи є це вмінням, яке можна опанувати? Так, і, за винятком надзвичайно рідкісних випадків, створення влучних назв постів та інших заголовків не є лише предметом навчання. Крім експлуатації свого природного таланту, люди, які постійно видають варті уваги заголовки, здобули навички за трьома основними пунктами:

1. Вони розуміють, що в усіх вражаючих заголовках міститься інтригуюча обіцянка, яка робить цей заголовок майже непереможно цікавим для цільової аудиторії. Розуміння того, що цільова аудиторія є ключовим об'єктом звернення – по-справжньому вдалий заголовок, не звернений до всіх, і зведення його ролі до привернення масової уваги тільки завдасть Вам шкоди.

2. Вони досліджують заголовки з доведеною ефективністю, що зазвичай означає заголовки рекламних оголошень, на які була отримана пряма реакція. У цьому контексті «ефективність» значить, що люди відреагували на якийсь певний заголовок, витягнувши гаманці та зробивши покупку. Можна також навчатися на заголовках деяких журналістів, і навіть на оголошеннях, розміщених в проходах супермаркетів.

3. Що найважливіше, вони не просто копіюють влучні заголовки, але намагаються зрозуміти, чому заголовок спрацьовує, і тому можуть прийняти компетентне рішення щодо того, яка структура заголовка найбільш доцільна та як узгодити її з певним контекстом.

ДОБІРКА РЕСУРСІВ. АБО ЯК ПРАВИЛЬНО І СТИЛЬНО ПИСАТИ

Матеріали BBC University про журналістську майстерність – від порад із граматики до основ цифрової журналістики: <http://bbc.in/18Dnq6k>

Безкоштовний онлайн-курс із граматики та стилю для журналістів від **Poynter University**: http://bit.ly/poynter_university

Поширені граматичні помилки в медіа від **CUNY School of Journalism**: http://bit.ly/CUNY_grammar

10 гумористично-граматичних заповідей журналіста: http://bit.ly/pray_grammar

Добірка в добірці – посилання на ресурси для редакторської роботи в медіа: http://bit.ly/edit_tools

Короткий словник журналістської лексики: http://bit.ly/media_vocabulary_1

Geek-добірка для розуміння цифрової журналістики: http://bit.ly/media_vocabulary_tech

Міні-словник журналістського сленгу: http://bit.ly/media_vocabulary_2

Ще одна добірка: http://bit.ly/media_vocabulary_3



PRO ФОТО

Чи не кожен з нас, хто має вдома фотоапарат чи мобільний телефон з функцією фотозйомки, вважає, що неперевершено фотографує. Звісно, для звичайної людини знань про натискання кнопки повністю достатньо, та чи достатньо таких знань журналісту?

Багато хто до сьогодні переконаний, що автоматично стає майстром своєї справи, маючи в арсеналі дорогу фототехніку. Та й звичайні люди щиро вірять, що якість фото залежить від фотоапарата, і тільки-но у них з'явиться нова, краща і дорожча його модель, їхні фото вмиль перетворяться на шедеври. Але це, на жаль, чи на щастя, зовсім не так.

Звісно, є випадки, коли в людини ніби закладено всередині робити чудові знімки. Та навіть попри це такі люди обов'язково прагнуть навчитися більшого, аби розкрити свій талант сповна.

Статистика переконує: журналістські тексти, до яких не додані фото, майже не читаються. Люди надають перевагу перегляду декількох світлин, ніж прочитанню довгого тексту. Вдале фото не просто слугуватиме окрасою матеріалу, а й змістовно його доповнить, допоможе читачеві уявити ситуацію. Саме тому журналісту не завадить розумітися у фотосправі. Це не лише привабить читача, але й приємно порадує прибутком.

Ми поговорили з декількома серйозними професійними фотографами, які були раді дати кілька важливих порад.

Використовуйте їх!

Тримайте камеру ближче:

часто фотографи-аматори тримають фотоапарат на витягнутих руках, далеко від обличчя. Це може повністю дестабілізувати всю вашу поставу і зменшити різкість зображення. Не віддаляйтеся, тримайте камеру близько до себе, зберігаючи максимальну стабільність.

Використовуйте таймер:

для нетренованої руки натискання кнопки для знімка може створити неконтрольовані і небажані коливання, які можуть призвести до розмитих фотознімків. Якщо ви використовуєте таймер, у вас є кілька секунд, щоб відновити стабільність після натискання.

Використовуйте спалах удень:

це може здатися дивним, але це працює. Фотографування зі спалахом при сонячному світлі допомагає фотокамері справлятися з несподіваним природним світлом, що виходить у невідгідному розташуванні по відношенню до об'єкта зйомки. Це спрацює особливо добре, якщо ви фотографуєте навпроти яскравого світла.

Зробіть крок вперед:

хочете збільшити знімок? Спробуйте наблизитись. Збільшення – це відмінна особливість (тим паче, якщо у вас професійний об'єктив, якого не-





вас сильним і слабким сторонам тих чи інших позицій для зйомки.

Навчіться редагувати фотографії:

це не вважається лукавством. Кращі фотографи у світі використовують різні технології для поліпшення своїх робіт. Використовуючи різні програми, ви досягнете кращих результатів, а також знатимете більше про такі поняття, як контрастність, колір, світло та інші важливі елементи фотографії.

Читайте:

Фотографія – це поєднання мистецтва, науки і технології, де присутні теорія і знання. Якщо ви по-справжньому захочете зрозуміти, що є фотографія, вам необхідно буде ознайомитися з професійним жаргоном і дізнатися хоча б основні необхідні терміни.

Не видаляйте знімки з камери:

Незважаючи на те, яким невдалим вам здається знімок на крихітному екрані вашого фотоапарата, будьте терплячі і дочекайтеся, поки ви не роздивитесь його в нормальному розмірі, перш ніж приймете поспішне рішення. Навіть якщо знімок виявиться невдалим, розглянувши його, ви зможете навчитися уникати помилок у майбутньому.

Просто знімайте!

Не замислюйтесь занадто багато, не сумнівайтесь і бережіть час. Просто знімайте стільки, скільки зможете. Ви навчитесь, експериментуючи, і знайдете впевненість, практикуючись. А також, скоріш за все, зробите чимало відмінних знімків. Примусьте фотоапарат попрацювати – це найкращий шлях до вдосконалення.

має у більшості новачків), але ви, напевно, помітили, що це трохи знижує якість.

Зробивши кілька кроків вперед, ви скоротите необхідну відстань і позбавитеся можливих дефектів на знімках.

Спробуйте фотографувати під різними кутами:

не звикайте фотографувати в одній і тій же позиції. Будьте гнучкими, поекспериментуйте знімати під різними кутами. Ви не знаєте, який саме знімок виявиться найбільш вдалим. Рухливість навчить



СЕСІЯ VS СТУДЕНТ



Одне з найстрашніших слів для студентів, яке тільки можна придумати. Деяким воно сниться вночі, приходять у кошмарах, деяким захоплює дух від нього, а деяким все одно тато гроші платить. Для когось вона розставляє всі крапки над «і», а комусь потрібно довго та старанно працювати, щоб досягти бажаного. Ця «гостя» приходиться неочікувано, в той момент, коли найбільше роботи, яку потрібно негайно здати чи доздати.

Але є ще такі люди, яким не страшна перевірка, це особлива каста – «відмінники», вони ні від кого не залежать і ніколи нікому нічого не дають списати чи переписати. Таких людей у нас не дуже багато, але все ж вони існують. Отож, СЕСІЯ: хто як до неї готується і чим відбивається?

Анжеліка, I курс. Пам'ятаю свій перший екзаме́н, було страшно, старанно готувалася, в кінцевому результаті отримала «відмінно». Ще зрозуміла одну штуку: виявляється, наші поточні оцінки ніяк не впливають на екзамени! А далі розслабилася, бо не такий страшний чорт, як його малюють.

Віктор, V курс. На п'ятому курсі розумієш те, що за травень і грудень можна зробити неможливе. Кожного разу кажеш, ось здам і буду ходити на пари, все робити, складати, насправді обманюючи себе. У результаті робиш те саме, але викручуєшся. Вважається успіхом, коли здав усі заліки та екзамени без перескладань. Отаке воно студентське життя, і нічого з цим не поробиш.

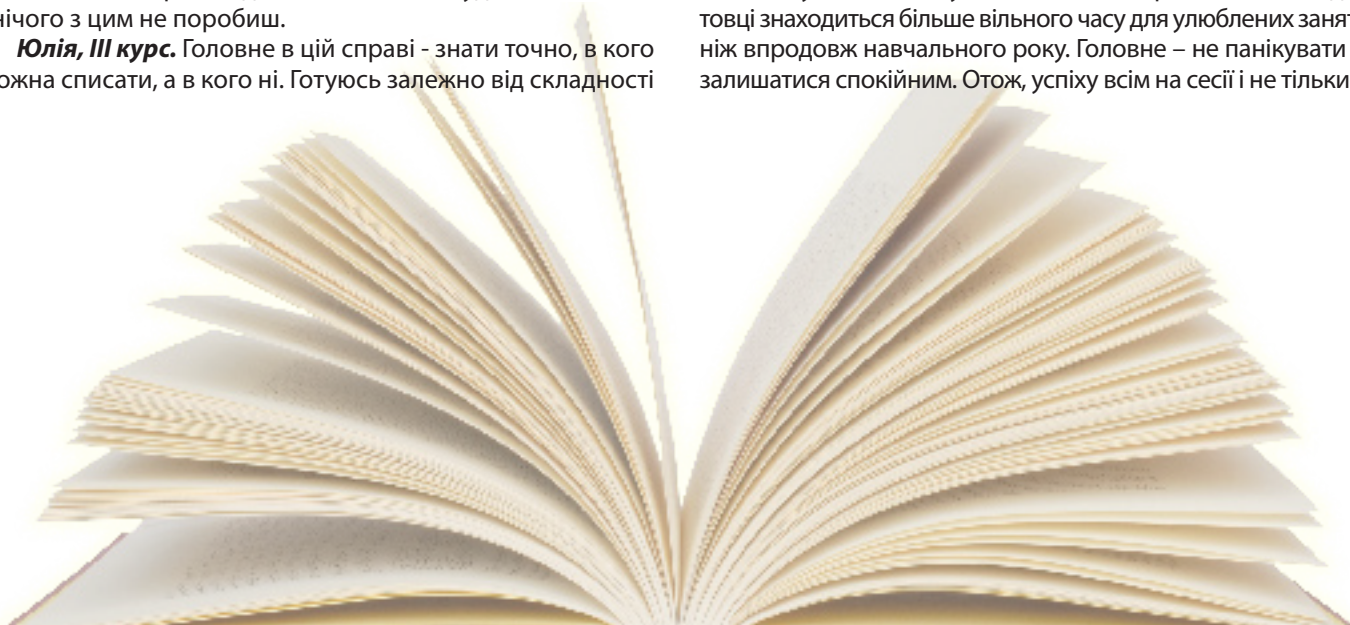
Юлія, III курс. Головне в цій справі – знати точно, в кого можна списати, а в кого ні. Готуюсь залежно від складності

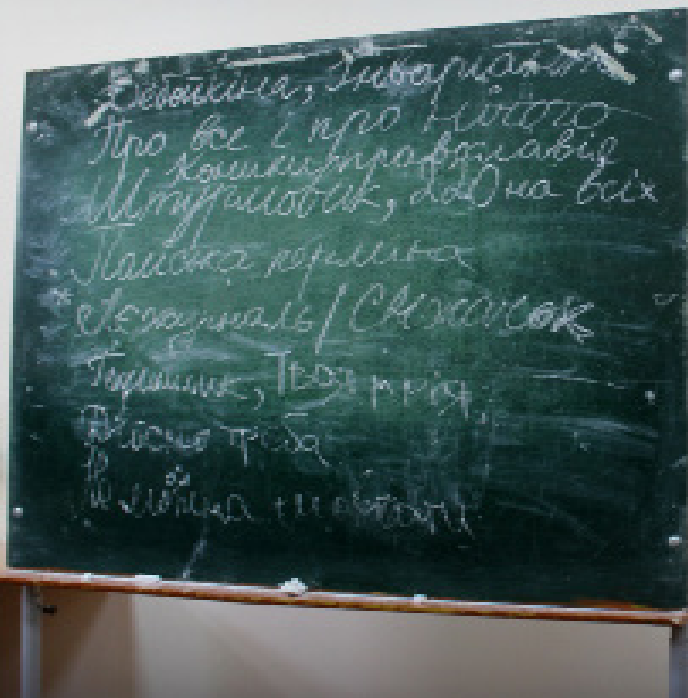
предмета: якщо важко – то погортаю якісь записи, пошукаю щось у книзі, а якщо не дуже складний – то для чого до нього готуватись?! А взагалі не суттєво, готуєшся ти чи ні, все одно поставлять те, що було заплановано. Найкраще – вичекати момент, коли гарні оцінки майже закінчились, а ти до того часу щось вивчив, і якщо пощастить, то мінімальна «чотири» тобі забезпечена. Одним словом, від сесії до сесії студенти живуть весело.

Богдан, IV курс. Дуже болюча тема, проте тішить думка, що ця сесія – остання цього року. Взагалі, підсумовуючи багаж попереднього досвіду, можна сказати: все добре складається, коли ти маєш хоч якесь уявлення про предмет і викладача, який читав лекції. Потрібно готуватись впродовж семестру, і буде тобі «щастя» без перескладань та ускладнень.

Насправді ж, у сесії нічого страшного немає. Кожен, хто вчиться, звик до такого темпу, бо постійно є контроль. Перевірка знань триває ще від дитячого садочка. Контрольні, самостійні, екзамени, тестування... Таким студента вже не здивуєш. Перечитати, переписати, запам'ятати величезні об'єми інформації за короткий термін – це ремесло, яким студенти володіють досконало.

Правильно розрахувавши свій час, можна встигнути все на світі: і погуляти, й іспит успішно скласти. При своєчасній підготовці знаходиться більше вільного часу для улюблених занять, ніж впродовж навчального року. Головне – не панікувати та залишатися спокійним. Отож, успіху всім на сесії і не тільки!





■ Євгенія Фриштак Жанна Беркута

ДУМКИ ВГОЛОС

Студент – це постійно голодна та сонна людина. Тому найголовнішою в університеті для нього є перерва. Що ж встигають зробити викладачі та студенти за час перерви? Чи бажають вони збільшити її тривалість чи залишити такою, якою вона є?

Анатолій, студент.

– Щодо перерви, то вона коротенька. Вистачає її тільки щоб збігати в туалет, а нормально підкріпитися взагалі неможливо. Щоб перекусити в «Берізці», змушений постійно запізнюватися. Тож нехай збільшують перерву до 25 хв.

Ольга, студентка.

– За час перерви я встигаю перекусити та перейти в іншу аудиторію.

Олена Борисівна, викладач.

– Фізично я встигаю забігти на кафедру, взяти потрібні мені матеріали, перемовитися з колегами кількома словами та бігти знову на наступне заняття.

Наталія Вікторівна, викладач.

– За час перерви я встигаю зібрати сумку, вийти з корпусу і дістатися до іншого корпусу. Навіть не можу випити чаю, тому що він не встигає охолонути.

Вікторія, студентка.

– За перерву я встигаю хіба що спуститися з поверха на поверх чи подивитися в розклад. Це занадто мало для перерви, дуже!

Зоя, студентка.

– Під час перерви я нічого не встигаю! Пізніше відпускають з пари, тому примудряюся навіть запізнитися на наступну.

Анна, студентка.

– Перерви мені катастрофічно не вистачає ні на що. У туалеті черги, в буфеті черги, а в коридорі немає де пройти через натовп студентів.

Сніжана Вадимівна, викладач.

– Встигаю лише перекинутися кількома фразами з колегами і випити чаю. Ось і все.

Наталія, студентка.

– Кожен студент повинен мати час для своїх справ, особливо в університеті, коли йому потрібно сходити у буфет поїсти чи просто до бібліотеки за підручниками. На даний момент у нашому університеті, на жаль, маленька перерва, що не дозволяє відволікатися від навчання.

Віталій, студент.

– Встигаю тільки сходити до розкладу і переговорити з кимось по дорозі назад. Або сходити купити каву і надпити її до половини. Потрібно збільшити перерви хоча б до 15 хв. або зробити одну велику в 30 хв. певний час.

Тетяна, студентка.

– Не встигаю нічого зробити. Поїсти не можна нормально, бо іноді затримають після пари, поки доберешся до буфету чи (в кращому випадку) розпакуєш свій бутерброд – дзвоник на наступну пару. Їм похапцем і що знайдеться (хто мені потім за лікування відшкодуватиме, питання). Про інші справи взагалі мовчу. Інколи перерви вистачає тільки аби перейти з однієї аудиторії в іншу. Тому я просто впевнена, що перерви повинні бути збільшені. Їх підлаштували під перший семестр, зараз ми працюємо в звичному темпі, так чому ми маємо страждати далі?

**– Фізично я
встигаю забігти
на кафедру, взяти
потрібні мені ма-
теріали, перемо-
витися з колегами
кількома словами
та бігти знову на
наступне занят-
тя...**





ОРЕЛ & РЕШКА

Юлія Гуцало
Роман Іванчик
Віталій Коваль

Юлія Гуцало: Згідно із правилами експерименту, у мене було всього 50 гривень на тиждень, але половину суми я витратила в перший же день. І тут настала найскладніша частина експерименту, адже у мене залишилося 25 гривень на чотири дні. Розтягнути на таку кількість днів цю суму дуже складно, адже зазвичай тільки шість гривень у день витрачається на проїзд, хоча якщо їздити на тролейбусі, то чотири. Але цього все одно було не достатньо, тому іноді доводилося використовувати нечесний метод, а саме проїзд у транспорті «зайцем». Таким методом я користувалася три дні, тому половину коштів, які пішли б на проїзд, я витратила на їжу.

За ці дні більше за все я економила на їжі, зазвичай купувала в університеті тільки чай або булочку та брала їжу із дому. А в п'ятницю, щоб не купувати самій чай, я влаштувала бартер із подругою – вона мені чай купує, а їй млинці даю.

Таким чином, у результаті експерименту за тиждень я витратила 48 гривень 40 копійок. Тому можна зробити висновок, що прожити за 50 гривень на тиждень цілком реально, якщо правильно розподілити кошти. Проте це дуже важко і постійно користуватися такою суворою економією неможливо, адже це шкідливо для здоров'я. Особисто я не змогла б, тому що зазвичай приблизно 50 гривень на тиждень я витрачаю на продукти, іноді навіть більше. Скажу чесно, в мене був момент, коли я готова була зірватися і купити собі шаурму, яка продавалась поряд. Але мене врятувала маршрутка, яка вчасно приїхала на зупинку. Саме тому я з полегшенням зітхнула, коли експеримент закінчився.

Роман Іванчик: Оскільки я ще сам студент, вирішив провести експеримент: чи зможу я вижити три дні на 50 грн.

Отже, день перший – понеділок: ранок, 06:45, за вікном співають пташки і світає – звична картина для мене, адже я мешкаю за містом. Все йшло за планом, і я, власне як завжди, запізнювався, батьки вже мене виганяли з дому на пари. Оскільки коштів у мене обмежена кількість, я вирішив економити по максимуму і тому зранку не сідав у маршрут-

ку (104, 102, 106), не платив 4 грн і потім не пересідав на іншу, де мені знову довелося б заплатити 3 грн. З музикою у навушниках, усмішкою на обличчі та бутербродами в сумці я пішов до найближчої тролейбусної зупинки, яка знаходиться від мого будинку на відстані близько 2 км. Як на мене, чудова заміна ранковій зарядці. Купити 2 булочки та каву в буфеті – не для мене, бо занадто дорого. Відтак саме час згадати про бутерброди, що в сумці, й добрих одногрупників, які приго-

стять кавою, водичкою, соком.

Додому дістатися також було нескладно: тролейбус, кінцева зупинка – «Ялинка», і я крокую додому з втомленим і виснаженим поглядом, голодний і з розрядженим акумулятором на телефоні.

За підсумками першого дня я витратив 4 грн на проїзд і 3 грн на чай у буфеті, а також близько 5 грн на бутерброд та 6 грн на 2 упаковки «Мівіні» – загальна сума витрат за перший день експерименту склала 18 грн.

Другий день дав про себе знати ще тоді, коли я

намагався встати з ліжка – далися взнаки ранкова двокілометрова прогулянка та таке ж вдале й довге повернення додому після п'яти пар у понеділок. Зважаючи на це, я відразу вирішив, що сьогодні дозволю собі приїхати в університет на маршрутці. Після закінчення пар я сів у маршрутне таксі та поїхав додому, щоб взяти спортивний одяг і піти на тренування, так би мовити – добити ранкову крепатуру.

Вдосталь накатавшись та вдало позаймавшись у тренажерному залі, я вирішив підбити підсумки витрат за день, які в

загальному склали 14 грн.

Проїшла ніч і настав останній день експерименту – день, коли я можу витратити всі гроші, які у мене залишилися, а це аж 18 грн. Тому в середу я поїхав на маршрутці на пари, купив собі чаю, добрий знайомий поділився зі

мною булочкою і ніщо б не зробило цей день кращим, якби не випадково знайдені 5 грн на вулиці. Радості моєї не було меж. Відразу після пар я зайшов у найближчий магазин, купив собі дві пачки «Мівіні» і вже вдома відчув, як все ж таки чудово їсти.

За останній день я витратив 21 грн і, враховуючи знайдені 5 грн, у мене залишилося ще 2 грн.

Якщо робити загальний висновок, то економія йде студенту на користь. Мені це дозволило більше часу проводити на свіжому повітрі

та знаходитися перебувати подалі від буфету, проте є й свої нюанси, адже внаслідок того, що я вживав не досить корисну їжу, у мене виникли проблеми зі шлунком. Тому варто пам'ятати, що економити можна, але в міру і не на своєму здоров'ї.

Як живуть студенти і за які гроші? Наші третьокурсники вирішили провести експеримент і, взявши ідею з відомої програми «Орел & Решка», перевірити, чи вдасться їм вижити в університеті на певну суму коштів. В експерименті взяли участь один студент із стипендією та двоє контрактників.

Віталію Ковалю випала можливість користуватись «StudentCard» від ПриватБанку із місячним повним «баком» - стипендією. На балансі на 3 дні у нього було 822 гривні.

Зі щоденника Віталія:

Першим ділом ми маємо потрапити до університету. Маючи «StudentCard», ми можемо не йти на зупинку і чекати маршрутку, а замовити таксі. Що і робимо. Кілька хвилин, і наша карета готова відправлятися. Надцять хвилин – і ми знаходимося біля навчального закладу (-35 грн). Але як на першу пару йти без французького сніданку? В «АртКафе» ми змогли відшукати дійсно смачні каву й круасан (-25 грн). Хотілося тут посидіти замість пар, але потрібно вирушати.

Зазвичай студенти мають по 5 пар, а перерви маленькі, тому довелось зробити собі одну велику перерву і освіжитися зеленим чаєм з печивом (-10 грн).

Час навчання пройшов, тому можна подумати про відпочинок. Сьогодні у нас понеділок, тому потрібно налаштувати себе на вдалий тиждень. Разом з іншими студентами ми відвідуємо «Антикафе», поки що на 2 години (-30 грн). Особливість цього закладу в тому, що ти платиш за час. У принципі ти можеш займатись тут чим завгодно, але завжди ходіть сюди з компанією. Тут чудово.

Час знову поповнити енергію. Ми йдемо у «Пан Марципан» – заклад, який рекомендують як один із найкращих у Житомирі ресторанів європейської кухні. Борщ український з пампушками, стейк телячий і банановий Кан-Кан виявилися на вищому рівні, надзвичайно смачно (-120 грн).

Вечірній кіносеанс – чудовий спосіб відпочити із компанією. Кінотеатр «Мультіплекс», фільм «Незламна» останній ряд і дві години атмосфери Голлівуду (-110

грн). Морозиво в «Макдональдсі» і витрати на проїзд також включаємо (-10 грн). Набираємось сил уві сні до наступного дня.

День другий. Час зайнятися активною діяльністю. Цього разу ми пройдемося до зупинки і поїдемо на маршрутці (-3 грн). Більш прагматичний сніданок у вигляді йогурту (-10 грн). Сьогодні потрібно зберегти сили, адже після навчання ми йдемо грати в пейнтбол. Між парами смакуємо чорний чайок з печивом. Ще кілька пар – і настане обід, але ми йдемо за найкращою бразильською кавою до «БГ». У це місце, за легендою, йдуть прямі надходження через бразильських кур'єрів. Не відмовляємо собі і цього разу (-5 грн). Настав час побігати і підняти свій рівень адреналіну. Поки команда збирається, ми і самі маємо доїхати (-3 грн). Гра в пейнтбол доволі популярна, рухлива і попри можливість отримати синяка від попадання, гра дуже цікава. Три години гри коштували 200 грн. Іншу частину дня можна провести прогулюючись по місту (-50 грн).

День третій. Проїзд і сніданок у нас як завжди (-20). На завершення потрібно зробити фінальний штрих: заховати щасливих 50 гривень студента в місті. Слідкуйте, ми їх кладемо в конверт і ховаємо в Монумент Слави зі східного боку в щілину на другому ряду.

Час експерименту підійшов до кінця, і ми були раді провести його так. Іноді потрібно давати волю собі і своєму гаманцю, але не забувайте, що можна загра-тись. Тому відпочивайте весело і працюйте плідно.

Витрати: 681 грн.



СТУДЕНТСЬКЕ ХАРЧУВАННЯ – КОРИСНО ЧИ НЕБЕЗПЕЧНО?

Студент – це завжди бідна особа, якій не вистачає грошей та їжі. Особливо тоді коли в тебе чотири або більше пар. Хочеться попоїсти смачно, ситно і, головне, дешево. У студентів Житомирського державного університету ім. І. Франка вибір не дуже великий, але все-таки він є. Якщо ви навчаєтеся на бюджеті, то зрозуміло, що грошей на обід вистачає. В такому випадку ви швиденько можете збігати у буфет і придбати собі щось смачненьке. Вибір широкий, але проблема у тому, що пообідати там можна тільки солодощами, які не втамовують голод, а навпаки – підсилюють його. Ще й, до того ж, місця не вистачає: якщо ви захочете посидіти у буфеті, щоб попити чаю, то чергу потрібно займати ще на першій парі і стільці, вірогідно, теж.

Але якщо ви студент контрактної форми навчання і коштів на таку розкіш як буфет не вистачає, то у нагоді стане студентська їдальня «Берізка», яка знаходиться на території університету. Черги величезної немає і місця завжди вистачає, приміщення комфортне та тепле, ціни помірні, страви смачні, вибір широкий і, здається, що ще потрібно? Але не все так «гладко», як хотілося б.

Якщо вам видасться нагода завітати до цієї їдальні, то зможете перекоонатися, що недоліки все-таки є. Перше, що вас має збентежити, це пластиковий посуд. Так, можливо його використовують для полегшення праці персоналу, але чи зручно відвідувачам користуватися ним? І чи можемо ми бути впевнені в тому, що цей посуд не використають ще раз? Коли береш до рук пластикову виделку для того, щоб відламати шматочок котлети чи сосиски, то рука тремтить від того, щоб не зламати її. А якщо ви захочете замовити собі обід, то відчуєте як «швидко» вас обслуговують.

Щоб довідатися краще про цей заклад, ми поспілкувалися з його відвідувачами. Марія Маслюківська каже: «Одного разу ми з одногрупницями вирішили пообідати у «Берізці». Своє замовлення ми отримали нескоро, але їжа досить-таки смачна, та й ціни нам підходять. Пізніше я підійшла, щоб купити мінеральну воду, але нікого на місці не виявилось і чекати довелося близько 10 хвилин, хоча я вже запізнювалася на заняття. Зрештою я не дочекалася й побігла в університет, але на вулиці зустріла працівника, який курих цигарку. Це дуже безвідповідально, покидати своє робоче місце, якщо знаєш, що тебе чекають відвідувачі. Також потрібно додати, що посуд жахливий, особливо виделки, дуже незручно їсти».

Вживайте більше свіжих овочів та фруктів!



500 грамів на день у 5 порціях!

У твоєму житті є люди, заради яких варто жити!

ПЛЕЙЛИСТ У ДОРОГУ

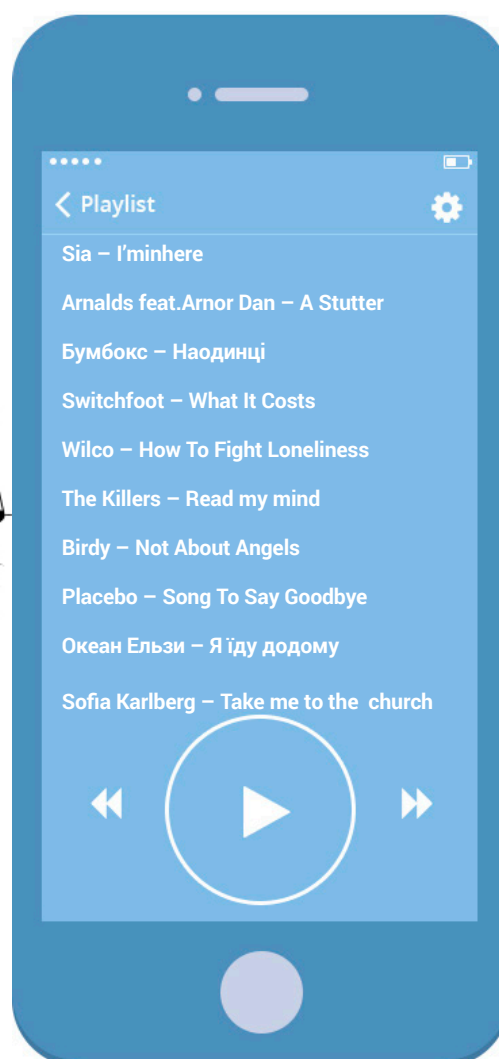
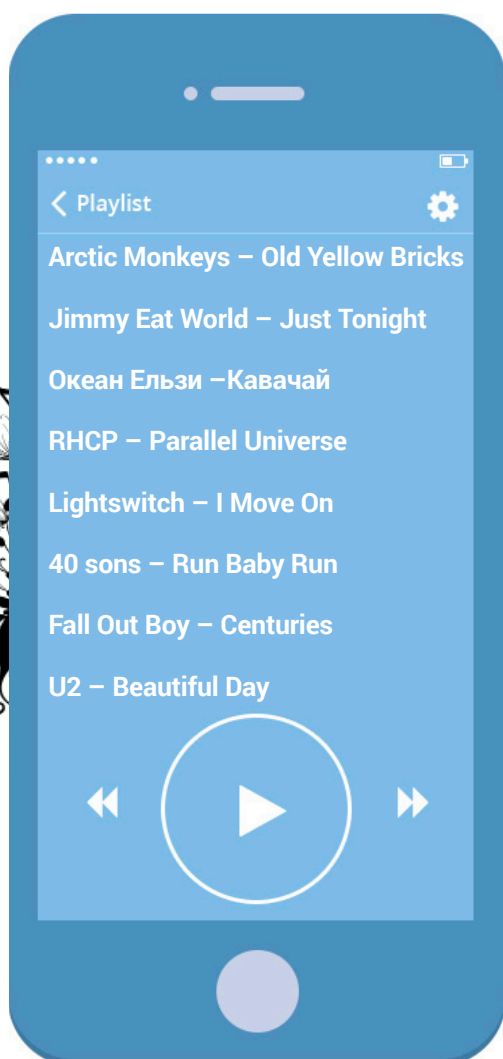
■ Діана Бондарчук

Люди настільки звикли до музики, що вже не уявляють свого життя без неї. І навіть якщо ми кудись поспішаємо, то намагаємось зробити ці подорожі більш цікавими, заповнюючи наші програвачі улюбленими піснями.

Звичайно, з часом одна й та ж музика набридає і виникає потреба знайти щось нове. Якщо ви не знаєте, що послухати у дорозі, то ця рубрика саме для вас.

Відкривають наш список пісні, які можна слухати по дорозі в університет чи на роботу. Вони допоможуть вам прокинутися та пришвидшити крок, коли ви поспішаєте.

Якщо ваша подорож буде тривалою, то відповідно і плейлист може дещо відрізнятися від звичного. Якщо їхати треба рано-вранці або пізно ввечері, спокійні пісні нададуть вашій поїздки затишку та приємної атмосфери. Так ви зможете отримати максимальне задоволення від поїздки.





■ Наталія Флячинська

ВСТИГНУТИ ВСЮДИ

Останнім часом мене все частіше запитують, як я встигаю виконати стільки справ за добу і при цьому нормально виглядати? Відповідь проста: той, хто хоче, шукає можливість, а той, хто ні – причину. Але, крім того, потрібна неабияка витримка, сила волі, терпіння, самоконтроль і розуміння, що колись-таки необхідно ставати дорослим, змінюватися.

Але яким би класним, досвідченим спеціалістом ти не був, тобі постійно буде не вистачати часу. 24 години – це дуже мало. Можливо, це лише моя суб'єктивна думка, але дуже важко поєднувати роботу, навчання, керівництво проектами, оскільки в одному журналі я є заступником редактора, а в іншому – головним, родину, особисте життя, друзів і сон. Восьмигодинний повноцінний здоровий сон. Я вже й забула насправді, що це таке.

Взагалі професія журналіста не передбачає нормально-го графіку роботи, вихідних чи відпусток. Зазвичай є подія, і ти маєш на ній бути, і немає різниці, який це день та час. Ось, наприклад, як проходить типовий день у мене, заступника редактора, журналіста і студентки одночасно:

06:20 – це підйом та збирання до університету. Запитаєте, чому так рано, якщо нам на восьму? Тут все просто – доїхати з Богунії до університету займає близько 25-30 хвилин, це якщо їхати сидячи, що у наш час нереальна розкіш. Тут мені просто пощастило, що маршрутне таксі повертає на моїй зупинці, і я дійсно можу їхати, а не вивалюватись із дверей, як це зазвичай і відбувається.

Взагалі є лише дві маршрутки, за допомогою яких можна дістатися нашого університету з Богунії. Вони, звичайно, їдуть швидше, близько 20 хвилин, але



Перший етап змін – це вступ до університету. Зізнаюсь, що саме це змінило багато чого у моєму житті. Зокрема, деяким змінам сприяла специфіка моєї спеціальності. Бо якщо ти дійсно хочеш працювати надалі у сфері журналістики або видавничої справи, а не отримати диплом і не знати куди його подіти, то

варто з самого початку шукати можливості практикувати свої навички. За три роки навчання я спробувала себе у якості журналіста двох газет та журналу, пройшла практику у прес-службі та журналі. І зараз, коли ми готуємо до виходу курсовий проект, а також усією групою журнал, цей досвід неодмінно стає у нагоді.

це важко назвати «комфортальною поїздкою». Особливо, коли хтось стоїть двома ногами на твоєму взутті і ти запитуєш: а вам зручно стояти на моїх ногах?, чуєш у відповідь «Ні», або ж ще й грубощі; чи коли лише на одній зупинці заходить близько 20-ти людей, а таких зупинок з десяток, і всі вони намагаються тебе втиснути так, що триматися навіть не потрібно. Відчуваєш себе шпротиною у банці. Вивалившись з дверей, можна не одразу помітити, що твоя сумка поїхала далі, а ти лишився. Ось таким злим, сонним, пом'ятим, брудним ти приходиш на пари.

Зазвичай пар у нас по 4 щодня, тобто до другої години ти перебуваєш в університеті. Іноді тобі може зателефонувати редактор й сказати, що треба зробити якесь інтерв'ю або репортаж, тоді доводиться або йти замість пар, або після них. Також ще можна забігти до редакції, аби отримати якісь завдання або рекомендації. Або затриматися в бібліотеці, або

сходити за покупками, або провідати маму. Оскільки живемо ми окремо, а працює вона недалеко від університету, я за нагоди навішую до неї.

Якщо, завершивши усі ці справи, ти повернешся додому раніше 18-ї години – ти просто щасливець! Далі йде близько години на приготування їжі та нетривалий відпочинок. Потім писати статтю, готувати чотири різні предмети на наступний день, проконтролювати, щоб твоя команда працювала над матеріалом для журналу, перевірити частину того, що є, щось дописати, переробити, дати рекомендації, вказівки.

При цьому хочеться ще знайти якийсь час для спілкування, на особисте життя, родину, відпочинок. Але, щоб нікого не образити і виконати все, витрачається дуже багато часу і на сон лишається 4 години, іноді 6. Тобто і хронічним недосипанням ти починаєш новий день, маєш нові плани, справи, яким байдуже, скільки ти спав і чи спав взагалі.

Декому такий ритм життя не до вподоби, хтось зривається, а хтось просто нічого не робить, а лише жаліється, що всю ніч дивився серіали і не виспався. Для мене це незрозуміло – чому не використовувати хоча б мінімальні можливості, аби отримати більше знань, досвіду? Хіба не пора вже починати самоорганізовувати себе? Долати лінощі, контролювати свої витрати, час, іноді робити через силу.

Головне – мати бажання, а можливість знайдеться, як-то кажуть, хто шукає, той завжди знайде. Тому не лінуйтеся, працюйте над собою, і результати не змусять вас довго чекати. Це я вам кажу, як журналіст та редактор



МИ ПРОСТО РОБИМО ЦЕ ПО-РІЗНОМУ

Кажуть, студентство – прекрасна пора. Чомусь час навчання в університеті завжди асоціюється у випускників саме з гуртожитком і його веселими вечорами та трохи менше з парами та сесіями. Чого так? По-різному можна пояснювати, але факт лишається фактом: навчання навчанням, а відпочивати треба.

То як же ж ми відпочиваємо? Відповідь проста і до неможливості банальна – а ХТО ЯК. Тут, як кажуть англійці, it depends on... Хтось має більше грошей, а мало часу, хтось – навпаки; один зник до клубів та вечірок, а інший більш витончений та вибагливий – класифікувати можна довго. Та в цілому студенти діляться на два види:

Студентус звичайний

У звичайних все звичайно, вже вибачайте за банальність. І грошей три гривні на день, та і запити, може, не такі великі. Сюди, як правило, відносимо любителів швидкої вуличної кави та веселих комедійних прем'єр. Цей вид не такий простий, як здається. Їх можна побачити у кінотеатрах, антикафе (що стають такими популярними

представницям прекрасної статі трохи простіше з фінансовим боком дозвілля, та «немає нічого неможливого для людини з фантазією». Хоча чарівним леді слід пам'ятати, що в «Барбарисі» чи «Маріо» випускну сукню краще не демонструвати. Загалом приємно усвідомити, що студентус вишуканий хоче, шукає і знаходить.

Не всіх можна віднести до такої класифікації, але в цілому вільний час, якщо він є, ми всі проводимо однаково. На щастя, у Житомирі є вибір, і достатньо непоганий, куди піти і чим себе розважити. За романтикою можна завітати до Львівської кав'ярні «Брама», за домашніми мамуліними варениками без вагань біжити у «Вареничну» на Михайлівській – українська і смачна, все у ліпших традиціях. Кіно – краще «Мультиплекс», але, як казав Сюзюра: «Любіть «Україну»» й театр не оминайте, бо незалежно від того, «звичайний» ви чи «вишуканий», культура потрібна усім, а наш Житомирський драматичний вам це радо пропонує. Питання не завжди у коштах чи можливостях, але воно завжди у тому, що саме вам потрібно і наскільки ви готові експериментувати.



у Житомирі) та всюди, де збираються молоді та яскраві. Люди вміють розважатись і знають у тому толк. Хлопці вигулюють свої вихідні спортивні костюми у «Каньйоні». А коли вже хочеться відчувати себе «королями», можна запросити свою (чи, боронь Боже, чужу) дівчину до «Макдональдса». Називати цей варіант «бюджетним», мабуть, не варто, бо ж і ціни ростуть, і навіть самі заклади, що були колись «найпростіші», поступово розвиваються й стають цікавими ти сучасними. Та, окрім студентуса звичайного, є й інший...

Студентус вишуканий

Не хочеться розглядати цей вид як вищий, за попередній, а радше класифікуймо його як паралельний. Тут вибір дозвілля трохи інакший: можна додати театри, виставки й різноманітні арт-проекти. Щодо коштів, то заходи такого рівня є трохи дорожчими, хоча й не захмарними. Як то кажуть, було б бажання. Можливо,

Тож на закінчення трохи практичних порад:

- Маєш кошти? – Не витрачай їх на їжу, витрачай на враження! Подивись Житомир, бо, як показує практика, навіть ті, хто живуть тут роками, не знають його й наполовину. Житомир – цікавий.

- Маєш час? – Повчися трохи, а потім приділи цей час собі та друзям! Розважтеся на природі чи сходите у боулінг, бо ж рух це життя!

- Маєш бажання? – Маєш все необхідне! Шукай однодумців, знайомся й відпочивай по-новому!

- Не маєш нічого? – Віднайди у собі бажання і дивись попередню пораду: маєш бажання – маєш все.

Відпочивайте яскраво, бо, як показує досвід, це й запам'ятається найбільше. Головне – вчасно усвідомити, що вечірній променад по «Глобалу» – не те, про що можна буде розповісти дітям. Якщо це засвоїв, все інше – не страшно.

ТОП-5 КНИГ У ГАЛУЗІ ЖУРНАЛІСТИКИ

Книги – це справжня духовна скарбниця людства. Вони допомагають стати фахівцем кожному у вибраній ним справі. Ми зробили підбірку топ-5 книг, які є корисними для копірайтерів, журналістів і для всіх інших, хто якимось чином дотичний до створення текстів:

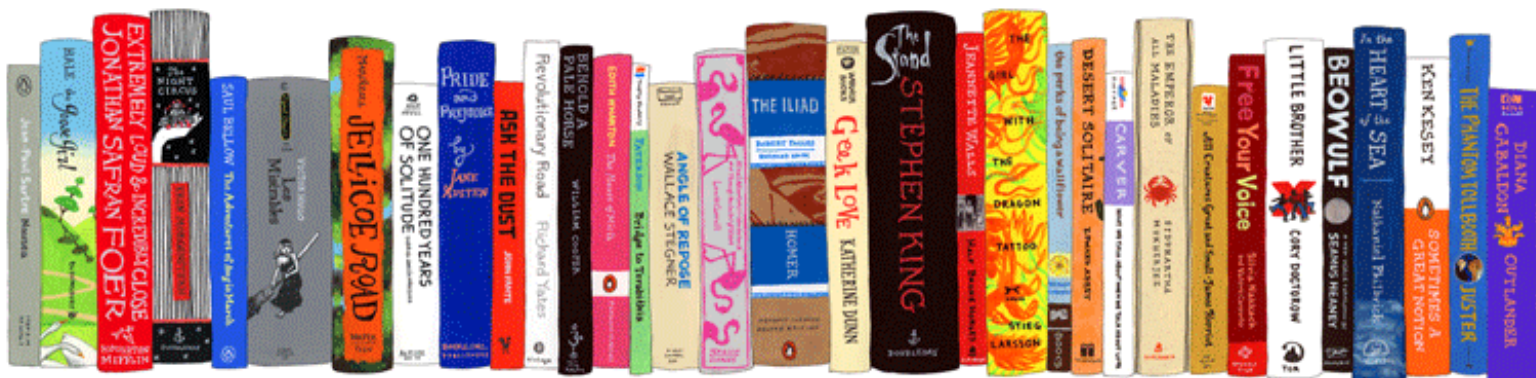
Кеннет Роуман і Джоел Рафаельсон
«Как писать так, чтобы вам доверяли».
 У цій книзі автори розкривають основні принципи успішного писання, приділяють особливу увагу діловому листуванню і спічрайтингу та дають поради щодо створення ефективного резюме.

Ольга Соломатина «Писать легко: как сочинять тексты, не дожидаясь вдохновения». Це своєрідний підручник для журналістів і копірайтерів.

Элина Слободянюк «Клад для копирайтера. Технология создания захватывающих текстов». У своїй книзі авторка ділиться прийомами створення ефективних текстів: як придумувати відмінні заголовки, як і якими літературними прийомами і засобами художньої виразності користуватися. Крім того, приділяє увагу і редагуванню текстів.

Марк Леви «Геніальність на заказ». Книга підкаже, як написати текст, коли він зовсім не пишеться, а терміни підтискають, як скласти список ідей для продукту, коли в голову лізуть одні шаблони і ви ніяк не можете придумати нічого нового. Ви дізнаєтеся багато цікавого про техніку фрірайтингу і набагато рідше стикатиметеся з творчим ступором.

Саша Карепина «Пишем убедительно. Сам себе копирайтер». 3 цієї книги ви дізнаєтеся як писати ефективні тексти, як позбавитися від канцеляризмів і почати писати живою мовою, як ненав'язливо підштовхнути читачів до потрібної вам дії.





ПОРАДИ ВІД КІНОФАНА: ФІЛЬМИ ПРО ЖУРНАЛІСТІВ

Що ми знаємо про журналіста? Це людина, роботу якої ми бачимо мало не щодня, переглядаючи новини.


Та це поверхневий погляд, адже помітним є лише результат.

Ми підготували для вас підбірку фільмів, які покажуть, якою є журналістська робота зсередини.


«Полювання на Вероніку» – стрічка, створена на основі реальних подій в Ірландії 90-х років минулого століття. Журналістка Вероніка Герін розповідає правду про злочини та «розбори» місцевих наркобаронів на тлі війни між католиками та протестантами. Звичайно ж, герої цієї історії влаштовують на неї справжнє полювання. Ця жінка своєю роботою, життям та смертю примусила звернути увагу на жертовність та відданість своїм принципам.



«Клуб безбашенних» – стрічка, створена на основі реальних подій, в якій йдеться про фотографів, що знімають останні дні кривавої білої влади у Південній Африці. Окрім подробиць життя та роботи фотографів, у стрічці вражає історія створення одного з найбільш відомих знімків – де хижий птах чекає, поки африканська дівчинка помре з голоду.



«Сальвадор» – життя фотографа у пеклі перевороту 1980-го року у Сальвадорі. Тільки таку роботу він обрав собі сам, як і особисте пекло, що мусить пережити. Стрічка вирізняється реалізмом та енергією.



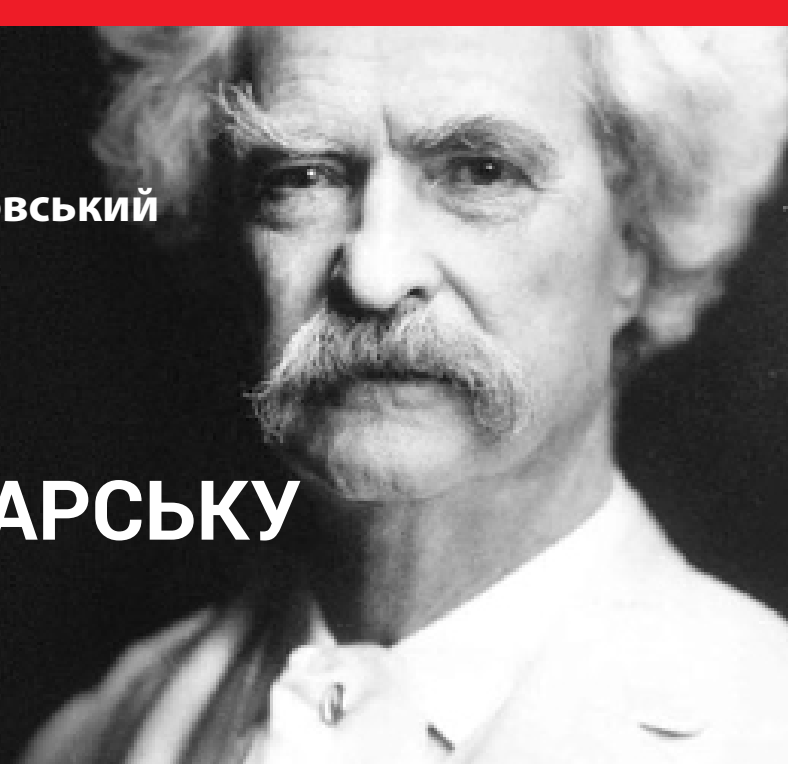
«Тут курять» – події фільму розгортаються навколо тютюнового бізнесу, проте тут головний герой відстоює право кожного курити та повільно вбивати себе за власним бажанням. Аргументи цигаркового адвоката такі, що заперечити їм неможливо. Адже він любить свою роботу та вірить у неї.



«Новини» – останній у списку та не останній у рейтингу – американський серіал у якому розкрито чимало секретів кухні телевізійних новин. Вілл Макевой, ведучий вечірніх новин і головна зірка каналу ACN, повертається на роботу після двотижневої відпустки і дізнається дуже неприємну новину: його команда і продюсер пішли з каналу разом з новим ведучим. У Вілла залишилося лише три людини. Але що ще гірше, студія підписала трирічний контракт з Макензі-Макхейл, колишньою подругою Вілла, яка стане виконавчим продюсером новинного блоку.

■ Перекладач Костянтин Шмиговський

МАРК ТВЕН: «ЯК Я РЕДАГУВАВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКУ ГАЗЕТУ»



Не без вагань взяв я на себе тимчасове редагування сільськогосподарської газети, – так як сухопутний чоловік не без побоювання взяв би на себе керування кораблем. Але я був у скруті, тож добра платня була мені дуже до речі. Постійний редактор газети йшов у відпустку, я погодився на запропоновані умови і зайняв його посаду.

Почуття, що в мене знов є робота, було чудове, і я працював цілий тиждень з непослабним задоволенням. Номер здали до друку, і я насилу діждався виходу газети – так мені хотілося дізнатись, чи приверне моя праця до себе чийсь увагу? Коли надвечір я виходив з редакції, гурт чоловіків та хлопчаків унизу біля сходів розбігся хто куди, пропускаючи мене, і я почув, як один чи двоє сказали: «Це – він!». Звісно, я був приємно вражений цим. На ранок я застав біля сходів такий самий гурт, а вподовж усієї вулиці стояли парами й окремо особи, що зацікавлено придивлялися до мене. Гурт розступився й позадував, коли я підійшов ближче, і хтось із натовпу сказав: «Гляньте, які в нього очі!». Я вдав, що не помічаю загальної уваги, але в глибині душі зрадів і вже вирішив написати про це своїй тітці.

Я піднявся невисокими сходами і, наблизившись до дверей, почув веселі голоси й дзвінкий сміх; відчинивши двері, я побачив двох молодиків, судячи з одягу – фермерів; їхні обличчя спершу зблідли й витяглися, коли вони побачили мене, а потім обидва вони прожогом вискочили у вікно. Мене це здивувало.

За півгодини ввійшов літній добродій з хвилястою бородою й тонкими, хоч і трохи суворими рисами обличчя. Я запросив відвідувача сідати. Видно було, що його щось непокоїть. Він скинув свого капелюха й поставив на підлогу, тоді витяг з нього червону шовкову хусточку й останній номер нашої газети.

Розклавши газету на колінах і протираючи хусточкою окуляри, він промовив:

- Ви – новий редактор?

Я відповів ствердно.

- Ви до цього редагували коли-небудь сільськогосподарську газету?

- Ні, сказав я, – це моя перша спроба.

- Воно й видно. А чи є у вас якась сільськогосподарська практика?

- Ні, гадаю, що ні!

- Я підсвідомо відчував це, – промовив старий добродій, накладаючи окуляри, тоді суворо глянув крізь них на мене

і згорнув газету зручніше. – Я хотів прочитати вам те, що збудило в мене це відчуття. Ось цю передову. Послухайте й скажіть, чи не ви писали її:

«Ріпу ніколи не потрібно зривати, це псує її. Куди краще послати хлопчика, щоб він заліз на дерево й потрусив його».

- Ну, що ви на це? Бо я гадаю, що писали це ви?

- Що я на це? Думаю, непогано! Мені здається, що в цьому є сенс! У мене немає жодного сумніву, що багато мільйонів бушелів ріпи щороку гине в самій лише цій окрузі, бо ріпу зривають недостиглою, тимчасом як можна послати хлопчика потрусити дерево...

- Потрусить свою бабусю! Ріпа не росте на деревах!

- Невже? Справді не росте?.. Але хто сказав, що росте? Це треба розуміти переносно, тільки переносно! Всяка людина, що хоч трохи тямить у цій справі, збагне, що я мав на увазі – хлопчик мусить потрусити виноградну лозу!

Після цього старий підвівся, подер газету на дрібні клптики, розтоптав їх, розбив кілька речей ціпком, сказав, що я тямлю в цій справі не більше, як корова, і пішов, грюкнувши дверима, – словом, поведився так, що мені спало на думку, ніби він чимось невдоволений. Однак, не знаючи, що його стурбувало, я не міг зарадити йому.

Трохи переходом у двері вдерлася довгов'яза, хирлява істота з рідкими патлами до плечей та тижневою щетиною на всіх виступах та западинах обличчя; він зупинився і застиг непорушно, приклавши палець до вуст та схиливши голову й тіло в позі людини, що до чогось прислухається. Не чути було жодного звуку. Та він усе прислухався. Ні звуку. Тоді він повернув ключа в дверному замку й обережно почав скрадатися до мене, доки не опинився на такій віддалі, що міг дістати мене рукою; тут він зупинився, і, хвилину-другу зацікавлено розглядаючи моє лице, витяг з-за пазухи згорнутий номер нашої газети й сказав:

- Ось що ви написали. Прочитайте мені, швиденько! Допоможіть мені! Я страждаю!

Я прочитав написане. І в міру того, як фрази зривалися з моїх вуст, я міг бачити, як йому легшає, як напружені м'язи на обличчі в нього послабли, тривожний вираз зникав, а умиротвореність та спокій розливалися по його рисах, як благодатне місячне проміння по пустельному краєвиду.

«Гуано – славна птиця, але догляд за нею вельми клопітний. Ввозити її можна не раніше червня й не пізніше вересня. Взимку її слід тримати в теплому приміщенні, де вона могла б висиджувати своїх пташенят».

«Очевидно, що сезон зернових у нас запізнився. Через це фермерів корисно було б висаджувати кукурудзу і сіяти гречану макуху в липні, а не в серпні».

«Щодо гарбуза. Це ягода, улюблена мешканцями внутрішніх районів Нової Англії, які для пирогів віддають їй перевагу перед агрусом, а так само й перед малиною, як кормом для корів, бо вона – ситніша й соковитіша. Гарбуз – єдиний їстівний плід родини апельсинових, що вистигає на Півночі, коли не рахувати плашкоподібних гарбузів та однієї чи двох відмін кабачка. Але звичай садити його в палісаднику разом з кущами виходить із моди, бо тепер всі вже визнають, що гарбуз, як тінисте дерево, не виправдав себе».

«Нині, коли наближається гаряча пора, і гусаки починають нереститися...»

Схвильований відвідувач підскочив до мене, потис мені руку й промовив:

- Годі, годі! Цього досить! Тепер я бачу, що я з глузду не з'їхав, бо ви прочитали те саме, що й я, слово в слово! Але, незнайомцю, коли я вперше прочитав це сьогодні вранці, я сказав собі: я зроду-віку не вірив цьому, хоч друзі тримали мене під пильним наглядом, проте тепер я вірю, що я таки божевільний; і я так заволав, що було чути за дві милі, а тоді вискочив, щоб убити кого-небудь, бо, бачте, я зрозумів, що рано чи пізно дійде до цього, – то краще вже відразу! Я прочитав удруге один абзац, щоб переконатися, що я справді божевільний; потім підпалив свій дім і взявся до діла. Я покалічив кількох людей, одного загнав на дерево, звідки можу зігнати його, коли схочу. Але я вирішив дорогою зайти сюди, щоб перевірити себе ще раз. Тепер я перевірів, і це щастя для того бідолахи на дереві. Я напевно порішив би його, вертаючись назад! До побачення, сер, до побачення; ви зняли великий тягар з моєї душі! Якщо мій розум витримав натиск однієї з ваших сільськогосподарських статей, то його тепер нічого не зможе пошкодити! На все добре!

Я відчув деяку незручність, взявши до уваги ті каліцтва й підпали, якими розважалася ця істота, бо мимоволі відчував, що певною мірою я – його співучасник. Але ці думки швидко розвіялися, коли в кімнату ввійшов постійний редактор. (Я подумав: якби ти поїхав до Єгипту, як я тобі радив, я б уже доклав свою руку, але ти не захотів. Нічого іншого від тебе не можна було й чекати.) У редактора був сумний, збентежений і пригнічений вигляд.

Він оглянув руїну що вчинив старий бешкетник та двоє молодих фермерів, і сказав:

- Сумна історія, дуже сумна. Розбито пляшку з клейстером і шість шибок, плювальницю і два підсвічники. Але це не найгірше. Підірвано репутацію газети – і боюся, що назавжди. Правда, на газету небувалий попит, вона ніколи ще не мала такого великого тиражу й такої слави; але чи добре заживати слави божевілля і наживатися на власному недоумстві? Друже мій, присягаюся, що на вулиці повно людей, деякі повилазили на паркани, чекаючи нагоди поглянути на вас, бо думають, що ви збожеволіли. І мають право думати так після ваших передових. Ці статті ганьблять журналістику. І чого це вам спало на думку, ніби ви можете редагувати таку газету? Ви, очевидно, не знаєте навіть основ сільського господарства. Ви кажете про борону й борозну так, ніби це одне й те саме; ви кажете про період, коли корови міняють пір'я, радите приручати тхорів, бо ці тварини відзначаються грайливістю і чудово ловлять пацюків! Ви пишете, що устриця лежить спокійно, доки для неї виконується музичний твір – це ж чисте безглуздя. Устриці ніщо не може потривожити. Устриця завжди спокійна. Устриця зовсім не потребує будь-якої музики. О, сто чортів, що ви накоїли! Якби ви поставили досягнення неуктва за мету свого життя – і тоді б ви не могли побити кращого рекорду, ніж цей, Я зроду не бачив чогось такого. Ваша замітка, що

кінський каштан, як стаття комерції, набуває дедалі більшої популярності, явно розрахована на крах газети. Я вимагаю, щоб ви залишили роботу. І негайно. Не треба мені відпустки – я не міг би відпочивати, навіть якби мав для цього змогу. В усякому разі, доки ви сидите на моєму стільці. Бо я весь час думатиму з жахом: а що ви там ще порадите читачеві в наступному номері? Я втрачаю рештки терпіння щоразу, як пригадую ваші міркування про устрицях грядки під заголовком «Ландшафтне садівництво». Я вимагаю, щоб ви пішли геть. Ніщо в світі не змусить мене взяти відпустку! О, чому ви не попередили мене, що нічого, не тямте в сільському господарстві!

- Попередити вас, кукурудзяний качане, капустана голово, гарбузовий сину? Вперше в житті я чую таку нісенітницю! Ось що я вам скажу: я працюю на редагуванні чотирнадцять років і вперше чую, що для цього потрібно щось знати. О ти, ріпо! Хто пише театральні рецензії для другорядних газет? Згряя якихось шевців та аптекарських учнів, що стільки ж тямлять в добрій грі, скільки я в добрій обробці землі, й ні на йоту більше. Хто пише літературні огляди? Люди, що ніколи самі не написали жодної книги. Хто неподільно керує фінансами? Люди, що мають достатні підстави анічогісінько в них не тямити. Хто критикує індійські кампанії? Джентльмени, що не знають різниці між бойовим кличем та вігвамом, що ніколи не тікали стрімголов від томагавка і не висмикували стріл із своїх родичів, щоб розкласти на привалі багаття. Хто закликає в пресі до тверезості та найбільше галасує про шкідливість алкоголю? Люди, що не бувають ні хвилини тверезі, – хіба що в могилі протверезяться. Хто редагує сільськогосподарські газети – хіба не такі ж ріпи, як ви? Здебільшого це люди, що, провалившись на ниві поезії, писанині низькопробних кримінальних романів, сенсаційних драм, хроніки, хапаються за сільське господарство, як за тимчасове пристанище на шляху до притулку для бідних. Ви смієте розказувати мені про газетну справу? Я, сер, пройшов її від Альфи до Омахи і кажу вам: що менше у людини знань, то більше вона галасує і більшої платні вимагає! Хто зна, якби я був неук, а не освічена людина, і нахаба, а не скромняга, – чи не зажив би я собі слави в цьому холодному егоїстичному світі? Я покидаю вас, пане. Коли до мене ставляться так, як ви, я навіть радий піти геть! Але я виконав свій обов'язок. Я виконував свої обов'язки, скільки мені було дано їх виконати! Я сказав, що збільшу тираж до двадцяти тисяч примірників, – і якби мені ще два тижні, то збільшив би його. І я дав вам найкращу категорію читачів, яких будь-коли мала сільськогосподарська газета – без жодного фермера, без жодної людини, що могла б відрізнити стебло кавуна від персикового дерева, – навіть якби від цього залежало все його життя. Ви, хлібне дерево, втрачаєте на цьому, а не я. Прощайте!

І я вийшов.



ІНТЕРВ'Ю З ПРИВИДОМ АБО ПРО ГОТИЧНІ ШРИФТИ

Фендом: «Death Note», історія.

Автор оригіналу: права на «Зошит смерті» належать Цугумі Оба та Такеші Обата.

Персонажі: Лайт Ягамі, Рюк, Адольф Гітлер.

Рейтинг: PG-13.

Жанри: містика, AU, у певній мірі ангст.

Попередження: OOC.

Розмір: міні.

Статус: завершений.

Публікація на ресурсах: ні.

Посвята: немає.

Примітки: оскільки готичні шрифти у мене асоціюються з чимось темним, містичним та загадковим, то я використала для своєї історії відповідних персонажів – Лайта Ягамі (головного героя манги/аніме «Зошит смерті») та Адольфа Гітлера (фюрера Третього рейху).

Опис: Лайт Ягамі просто обожнював готичний шрифт...

Лайт Ягамі просто обожнював готичний шрифт. Він досконало знав його історію, а також вважав, що це найкращий винахід людства. Але, на жаль, готичні шрифти були несумісні з правописом його рідної мови. Хоча, з іншого боку, юнакові це було на руку. Інакше за шрифтовим написом його було б легше знайти.

Паралельно зі своєю місією Бога на землі Лайт продовжував займатися «людськими справами» – ходив у школу, відвідував спортивні секції.

Ну і, звісно, удосконалював свої навички з каліграфії. Проте один факт все ніяк не давав спокою герою. Чому за часів Третього рейху в Німеччині було заборонено використання готичних шрифтів? Одне запитання, стільки версій і жодної точної відповіді. А головне, немає ні найменшого шансу дізнатися правду.

Хоча чому немає? До зустрічі із Рюком Лайт не вірив, що сінігами існують. Але ж це правда. Тоді чому б не викликати дух фюрера під час спиритичного сеансу? А Рюк у цьому допоможе. Хай відпрацює крадені яблука.

Ще один тяжкий робочий день закінчився. Лайт, як ні в чому не бувало, лежав на ліжку у своїй кімнаті. А Рюк спокійно сидів на стільчику і їв уже п'яте яблуко.

– Рюк, – несподівано заговорив Лайт, – мені потрібно провести спиритичний сеанс.

– Проводь. Я тут до чого? – відповів Бог смерті, пильно подивившись на юнака.

– Розумієш, – хлопець сів на ліжку, звисивши ноги на підлогу, – для сеансу потрібно як мінімум чотири особи або один медіум.

– І?

– Де я стільки людей візьму? А ти міг би бути замість медіума. У тебе ж є досвід спілкування з душами померлих?

– Досвід то є, – промовив Рюк, погойдуючись на стільчику, – але бажання немає.

– Ні то й ні, – сказав Лайт, лягаючи знову. – Будеш без яблук сидіти.

Погроза не отримати більше солодких, соковитих плодів подіяла на сінігами так, як треба. Вони домовилися, що на наступних вихідних проведуть сеанс. Рідних Ягамі якраз не буде вдома. Будинок залишиться у їхньому розпорядженні на цілих два дні. Тож це буде чудовий шанс.

– Я тебе вдесьте запитую: ти добре подумав? – промовив Рюк, сидючи на шафі у кімнаті Лайта й спостерігаючи за приготуваннями.

– Так. Я збираюся викликати дух Адольфа Гітлера. А ти мені заважаєш, – роздратовано промовив юнак.

– Навіщо? Своїми планами на майбутнє хочеш поділитися?

– З чого ти взяв? – здивовано запитав Ягамі.

– У вас трохи ідеї схожі.

– Маячня. Я не збираюся йти його шляхом. До речі, де він зараз перебуває?

– В пеклі. Де ж іще. Так про що ти хочеш з ним поговорити?

– Все готово! Можеш починати, – сказав Лайт, проігнорвавши запитання співбесідника.

Рюк, тяжко зітхнувши, зіліз з шафи.

– Лайте, почекай за дверима. До речі, оскільки ти воло-

дієш «Зошитом смерті», то зможеш його побачити.

Через півгодини Лайт Ягамі уже сидів за одним столом із фюрером і спокійнісінько його розглядав. Як не дивно, серце в юнака шалено не билось. Та й рейхсканцлер виглядав цілком звичайно. Якщо не звертати уваги на ланцюги, що обплітали «тіло» привида.

– Хлопче, може перейдемо до справи? – заговорив колишній правитель Німеччини.

– Звісно, – відповів Лайт, здивований тим, що вони один одного розуміють, хоч і розмовляють різними мовами.

Всупереч усім розповідям і відомостям про спиритичний сеанс, дошка тут зовсім не потрібна для розмови. Чи це тільки у його випадку?

– То про що будемо говорити? Про мою кар'єру? Про коханок? Чи, може, про мою смерть? – фюрер ніяк не вгадував.

– Про готичні шрифти, – байдуже відповів хлопець.

– Хм. А ти точно викликав того духа?

– Без сумніву.

– І що саме тебе цікавить? – Адольф Гітлер знову став серйозним. Він відкинувся на спинку стільця і зосереджено подивився на Лайта.

– Чому у 1941 році в Німеччині було заборонено використання готичного шрифту? До того указу він же використовувався як елемент нацистської пропаганди.

– Тепер людям це цікаво? Дуже змінилися часи. Вже, мабуть, і досліджень багато зробили в цій галузі?

– Трохи є, – відповів юнак.

– І гіпотез багато висунули? – замріяно запитав рейхсканцлер.

– До чого хилите? – запитав Лайт, намагаючись зрозуміти, про що говорить привид.

– Висловлюй існуючі теорії. Я їх або спростую, або доведу. Якщо це тобі так потрібно. Хлопче, ти ж розумієш, що все, про що ти зараз почуєш, знатимеш тільки ти. Ніхто не повірить, що сам Гітлер тобі таке розповів.

– Мене це не хвилює. Я хочу дізнатися правду для себе. Перша теорія. Заборона була в'язана нібито з можливим впливом на гарнітуру літер єврейського квадратного письма, поширеного, зокрема, серед євреїв Швабії.

– Неправда, – спокійно сказав фюрер. – Готичні шрифти втілюють ґрунтовність, серйозність і глибину, тоді як повсюдно поширена у той час в Європі антиква свідчить про легкість, несерйозність і поверхневність, які чужі німецькому духу. Євреї до цього виду шрифтів жодного стосунку не мають. А навіть якщо це виявилось б правдою, то нікому не було б до цього діла. Я збирався знищити євреїв. Немає народу – немає проблем. І ніхто в світі не здогадався б, хто є справжнім винахідником готичних шрифтів.

– Добре. Як щодо наступної? Заборона була пов'язана з тим, що жителі окупованих територій і ввезені в країну іноземні робітники частенько не могли вільно читати тексти з використанням такого шрифту.

– Це ще дурніша теорія, ніж попередня, – сказав Гітлер, підперши руками підборіддя. – Захотіли б вижити, вивчили б і не таке.

– Ще є гіпотеза, що ви мали власні упередження щодо шрифту задовго до його використання.

– Це ближче до істини, – задоволено усміхнувся фюрер. – Тобі конче потрібна відповідь?

– Так? А що таке? – Лайт все ще чекав несподіванки від свого «нічного гостя».

– Це пов'язано з особистим. Але, на жаль, за правилами спиритичного сеансу я не маю права збрехати тобі, а тим паче відмовити, – сумно сказав співбесідник.

– Це вже цікаво, – промовив заінтригований юнак.

– Тридцятого квітня 1932 року я підписав договір із дияволом. Відповідно до підписаного документа він дав мені практично необмежену владу над людьми при умові, що я використовуватиму її виключно на зло. В обмін я зобов'язався віддати свою душу рівно через тринадцять років, – таємниче прошепотів Гітлер. – Саме тому я зараз у пеклі. І ще дуже довго там пробуду, якщо не вічність.

– То це правда? – Ягамі по-справжньому здивувався. – Це не вигадки?

– Ні. Це істина. Договір був підписаний кров'ю, як моєю, так і його. Але сам текст був написаний фрактурою. Саме її було заборонено.

– Але чому?

– Щоразу бачити шрифт, яким тобі підписано смертний вирок? Це нелегко. Іноді мені здавалося, що я збожеволію. І чим ближче наближався той день, тим нестерпніше мені було бачити такі шрифти. Тільки їх заборона полегшила мої страждання. Але все одно нічого не змінила. Офіційно ж довелося поширити чутки, що винахідниками фрактури були євреї – вороги німецького народу. Саме фрактуру було заборонено, проте аж ніяк не всі різновиди готичних шрифтів.

Лайт був вражений. Він ніколи не думав про це з такого боку. У нього в голові стільки думок виникло, стільки питань. І тільки він хотів промовити перше, як почув:

– Дякую, хлопче, за розмову! Мені трохи легше стало. Я маю вже йти, – сумно промовив чоловік.

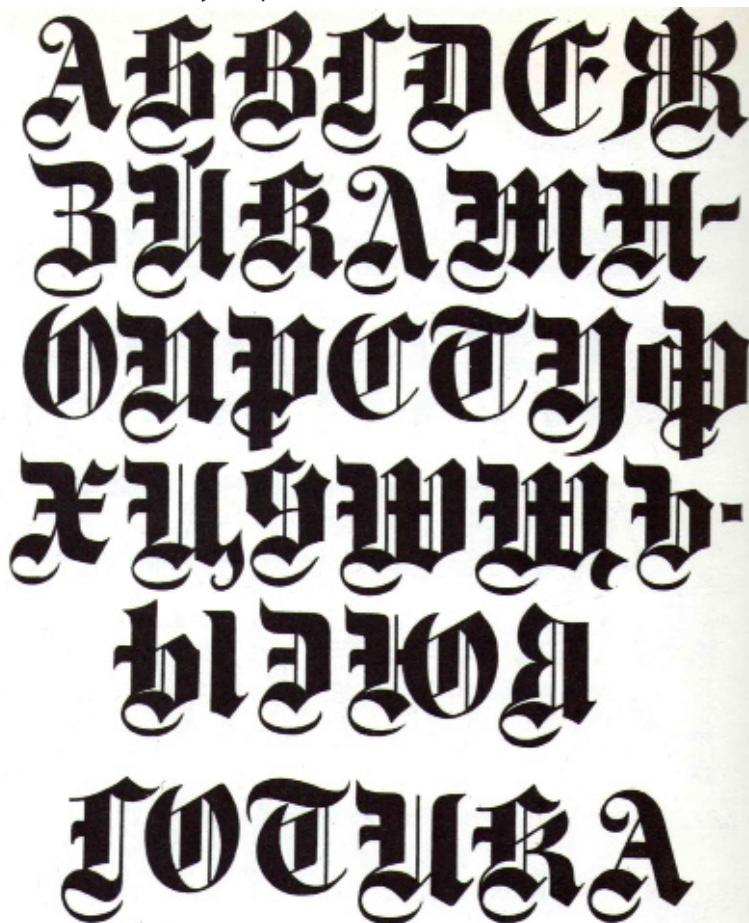
Ягамі вперше бачив Гітлера таким... Людям. Так, людяним.

– Вам дякую, – розгублено промовив юнак. – Прощайте.

Адольф Гітлер, обернувшись, загадково-сумно посміхнувся:

– Скоріше за все, до зустрічі, Лайте Ягамі!

Ніхто до Лайта не дізнався правди від Гітлера про його договір із дияволом. Страх тих, хто його викликав, давав можливість рейхсканцлеру не відповідати на поставлене запитання. Ягамі був першим...



**Випуск
№2**

