

Как написать замечательную статью



Ольга Константиновна Громова
главный редактор журнала
«Библиотека в школе», Москва

КУДА ПИШЕМ?

Вопрос, вынесенный в название главы, – очень важный. От ответа на него зависит, какой должна или может получиться статья. Вариантов ответа много. Самые распространённые в профессиональной среде – три:

- статья «вообще»,
- статья в конкретное издание,
- доклад на конференцию или статья в научный сборник.

Вот о них и поговорим.

Статья «вообще»

Это статья, которая пишется «в никуда» и рассылается во все концы по принципу «где возьмут». Самый неэффективный вариант и с точки зрения работы над статьёй, и с точки зрения перспектив публикации. Почему? Казалось бы, рассылая статью во все концы, мы увеличиваем свои шансы на публикацию. Ан нет! Редакции, как правило, принимают их к публикации реже, чем написанные специально для них. Причин этому несколько.

Во-первых, и в-главных, потому, что статья, написанная не для конкретного издания, никак не учитывает не только стиль подачи материалов в издании (а он у всех разный!), но и интересы его читателей. А это уже выглядит как неуважение к читателю. Да и читать статью, адресованную «непонятно кому», не так интересно: она ведь и получается «непонятно какая», потому что ни к кому не обращена.

Да, есть журналисты-фрилансеры, которые могут себе позволить писать статью, а потом предлагать её разным изданиям. Но для этого, во-первых, надо быть мастером-универсалом очень высокого класса, чтобы тебя было интересно читать в любом издании,

и во-вторых, надо всё равно иметь несколько вариантов статьи, написанных в разной тональности. На узкопрофессиональном поле вроде библиотечного, где многие специалисты читают не один и не два журнала параллельно, а пишут чаще всего не журналисты, такие попытки выглядят, прямо скажем, плохо.

Две другие причины – совсем на поверхности. Первая. У каждой редакции есть риск нарваться на проблемы с другими издателями, если статья одновременно будет напечатана в нескольких изданиях. Редакции любят материал если не эксклюзивный по теме, то по меньшей мере – написанный с учётом их стиля и ориентации. Вторая – и редакции, и автор в таких случаях выглядят некрасиво перед читателями.

Если уж вы непременно хотите писать для всех сразу, то, по крайней мере, рассылая статью, честно напишите об этом в сопроводительном письме, а потом, когда у вас где-то приняли материал к публикации, сообщите об этом остальным издателям. Они решат, будут ли у себя повторять материал, согласуют с вами варианты публикации, а в случае прямого повтора смогут согласовать это с коллегами. Даже если какому-то главному редактору совсем безразличен факт повтора публикации (на библиотечном поле я такого безразличия не встречала), он, как минимум, оценит вашу щепетильность.

Статья в конкретное издание

Для начала выбираем, куда хотим писать. На любом профессиональном поле не одно издание. Для этого сравниваем всё, что имеем. Принцип «нравится – не нравится» здесь тоже годится. Но неплохо бы ещё и подробности выяснить.

Смотрим: рубрики, принципы построения материалов, общий вид (объём материалов, на-



личие цвета, качество печати). От этого зависит судьба вашей публикации.

Редко издания берут материалы, которые не впишутся ни в одну из их рубрик. Если у вас методический материал на двадцать страниц, а издание специализируется на обзорных заметках типа «новости библиотечной жизни» или в нём только одна рубрика про библиотеки, а остальные – про другое, то ваша статья – точно не для него.

Качество печати и цвет. Пока «БШ» была чёрно-белой и выходила на газетной бумаге, для нас были большой проблемой статьи о художниках, книжной иллюстрации, об оформлении выставок. Вы же не хотите, чтобы на ваших прекрасных фотографиях выставка выглядела серым пятном?

Узнаём условия публикации. Может быть, у редакции переполнен портфель и материал будет лежать полгода, а публикация вашей статьи к тому времени потеряет смысл (например, если это анонс предстоящей конференции). Возможно, вы рассчитываете на гонорар, а их сейчас платят далеко не все. Или наоборот: публикация в этом издании стоит денег – такое бывает. Научные журналы часто требуют рецензии-рекомендации. Лучше узнать заранее и озаботиться этим сразу.

Выясняем, куда и как посылать материал. Многие уже не берут материалы в бумажном виде – только в электронном, и по электронной почте. Нам до сих пор иногда присылают для публикации методички, напечатанные в библиотеке, и даже компьютерные распечатки. Если материал уж очень интересный, мы, конечно, перенаберём, но всё же... если писали в компьютере – присылайте файл. А вот сопроводительное письмо от районного управления образования на бланке с категоричным «направляем вам для публикации материал библиотекаря...», присланный в редакцию «БШ», скорее отвратит нас от публикации, чем сподвигнет на неё. С вашего позволения, мы всё-таки сами решаем, что будем публиковать, а что – нет, без указаний управленцев. Виза директора школы или библиотеки на вашей статье тоже делу не поможет. Статья либо интересна редакции,

либо – нет. Кстати, ни одна редакция не обязана объяснять причину отказа, а некоторые вообще пишут в выходных данных «Редакция в переписку с авторами не вступает». Будьте готовы и к этому.

ДОКЛАД НА КОНФЕРЕНЦИЮ ИЛИ В НАУЧНЫЙ СБОРНИК

Совсем другой жанр. И это надо учитывать. Но... сие вовсе не означает, что текст должен быть полон канцеляризмов и наукообразных терминов: чем «учёнее» – тем лучше. Самые великие учёные обладали прекрасным слогом и писали просто и понятно. Дело в другом. Такой текст должен иметь признаки строгой научности: чёткую логику построения, структурированность, внятные положения и их доказательства, точность цитирования и ссылок...

ЗНАКОМИМСЯ С ИЗБРАННИКОМ

Смотрим стиль подачи материалов: заголовки и подзаголовки, редакционные комментарии, стиль текстов, наличие/отсутствие иллюстраций, тип иллюстраций (бывает оформление, например, ироническими картинками), способ представления автора (есть ли фото, как подписывают статью, пишут ли сведения об авторе).

Например, всем, кто внимательно читает «БШ», известно, что мы любим тексты, написанные хорошим, простым и понятным языком. Потому что наши читатели их любят, и именно за это нас и вас хвалят.

Если в издании не приняты шуточные эпиграфы, смайлики в тексте, интонация «с улыбкой», это стоит учесть и писать строже. Мы – любим ☺.

Учтите, что заголовок, который вы придумали, совсем не обязательно подойдёт для публикации. Это не повод для обид, и полезно быть к этому готовым. Так же, как и к редакторской правке, в том числе – к сокращению текстов.

Если издание требует список источников обязательно, его надо грамотно оформить и сделать ссылки в тексте.

Иллюстрации. Если в редакции не принято ставить иллюстрации к тексту или качество их печати оставляет желать лучшего, значит, надо стараться писать так, чтобы и без картинок всё было понятно. Если в издании публикуют фото автора, то хорошо бы прислать его и сведения о себе сразу. О подборе иллюстраций к статье мы ещё поговорим отдельно, но в целом хорошо, если вы сразу прилагаете к тексту иллюстрации, особенно если они дополняют или уточняют материал.

ВЫБИРАЕМ ТЕМУ

Итак, о чём мы хотим рассказать миру?

- Обо всём сразу?
- Об одном направлении работы?
- Об одном мероприятии (одном виде работы)?

- Об одной находке?
- Об одном человеке?
- Поделиться размышлениями по теме, проблеме?

Вот тут начнём сразу с того, чего делать не стоит.

Не пытайтесь рассказать обо всём сразу: отчёт о проделанной работе с перечислением всех проведённых мероприятий и всех достижений **читается плохо и почти никогда не приносит пользу читателю**. Но хочется же рассказать сразу обо всём: другого такого шанса может не быть... а я ещё и на машинке умею...

Здесь нам поможет одно простое правило. Представьте себе, что вы не пишете статью для журнала, а читаете её, да не о себе – о чужой библиотеке. Вам интересно будет читать перечисление мероприятий, выставок, конкурсов? Нам даже и такое встречалось: «Наша библиотека имеет: помещение площадью ... кв.м, в нём пять окон, на 4-х столах стоят компьютеры... есть хранилище площадью...» и так два абзаца. Вам это важно? Такие данные имеют значение только тогда, когда от них зависит, например, организация той или иной конкретной работы. Да и то я бы хорошо подумала: так ли уж зависит?

Не пытайтесь писать тексты типа «Расскажу о хорошем человеке» – это труднейший жанр даже для профессиональных журналистов. У других, как правило, интересно не получается. Кроме того, у читателя возникает резонный вопрос: почему про этого человека, а не про другого? Где критерии?

Так как же выбрать тему?

1. Определимся с направлением:

- Опыт работы?
- Постановка проблемы и её решение?
- Своя история или размышления?

Выбираем, например, конкретику: опыт работы.

Есть хороший алгоритм выбора темы.

1. Перечислите для себя СЕМЬ лучших находок из вашего опыта, о которых хотелось бы рассказать людям: 7 мероприятий, 7 достижений – личных или вашей организации/отдела и т.п.

2. Сократите список до ПЯТИ.

3. Выберите из них ТРИ самых-самых.

Посмотрите на эти три строго.

- Чего из этого не делает никто?
- Где вы нашли новый методический или технологический ход?

• Можно ли будет повторить этот опыт по вашему описанию в других условиях?

• Если бы вы увидели публикацию о таком опыте у другого автора, зачем вы стали бы это читать и какую пользу извлекли бы из материала?

Исходя из ответов на вопросы п. 3, выбираем ОДНУ позицию из трёх. Вот об этом и будет статья.

Можно ещё и так выбирать тему. Представьте себе, что вы пьёте чай с коллегами из другого города, а у них полчаса до отъезда. О чём из своего опыта вы больше всего захотите им рассказать за чаем, чтобы, во-первых, им было интересно и, во-вторых, чтобы успеть и они бы при этом всё поняли?

Что мы, редакция «БШ», точно не берём к публикации?

1. Отчёт обо всём. Это мы уже обсудили. «БШ» – не инспектор, которому надо отчитываться.

2. Рассуждения вообще. Если вы хотели поговорить о пользе чтения, роли книги, важности патриотического воспитания и т.п. без конкретных, новых предложений из вашего опыта – задумайтесь: вам-то это надо объяснять? Если нет, то чем профессионалы, которые будут читать вашу статью, хуже вас?

3. Работа, которую делают все. Если вы делаете хорошие книжные выставки, проводите гениальные литературные вечера или просто читаете вслух детям – это прекрасно. Статью об этом надо писать тогда, когда вы можете на своём опыте научить коллег чему-то новому, даже просто подсказать им неожиданный ход или показать технологию, идею.

4. Сценарии и стихи. Готовые сценарии тиражируются в разных изданиях в таком количестве, что в методическом журнале на них жалко тратить место. В библиотеке повторить чужой сценарий очень трудно: он же рассчитан не на ваших читателей, на других. Конечно, очень хороший сценарий даст вам основу, на которой вы можете построить свой. Их мы иногда публикуем в электронном приложении, чтобы это был файл в формате word, с которым удобно работать. Сценарии в стихах не берём потому, что переделке они, как правило, не поддаются, а стихи в них бывают либо очень слабые, либо взятые у известных авторов. Как там у нас с авторскими правами?

Стихи библиотекарей и другое самодеятельное творчество не публикуем, потому что не берём на себя смелость судить, что хорошо, а что – плохо. Если же мы будем публиковать всё, что нам присылают, журнал превратится в альманах «Графоман».

Что мы берём наиболее охотно?

• Одна яркая идея. Даже если это текст на полстранички с одной картинкой, даже если идея ещё не осуществлена, а только пришла в голову, но может заинтересовать коллег.

• КАК вы делали что-то (идея, разработка, находки, ошибки).

• Маленький совет.

• «А мы делаем так» – известная работа в новом исполнении. Даже если ваше новшество кажется вам мелкой частностью, но делается не как у всех. Может быть, именно его не хватает вашим коллегам?

ПИШЕМ СТАТЬЮ



Как нас учили в школе, сначала надо создать план будущей статьи. Вот самый простой.

- Вводная: что делали?
- Почему именно это? Как придумали, зачем?
- Как реализовывали (по шагам)?
- Какие трудности встретились на пути?
- Как преодолевали?
- На какие грабли наступили? Выводы?
- Что полезно учесть тем, кто попробует повторить ваш опыт?

Если вы начали статью со слов: *В наше время, когда кризис чтения...* или *Всем известно, что нынешние дети мало читают, тогда как чтение способствует...* вы, конечно, можете написать для разгона пару абзацев на эту тему и даже сослаться на классиков, но когда доберётесь до сути статьи, уберите это начало. Ваши коллеги – наши читатели – не хуже вас это понимают, а читать статью, начатую с банальности, никому не захочется.

Куда важнее объяснить, почему вы взялись за эту тему, реальными местными причинами. Например: *В работе именно с нашими читателями мы обнаружили, что им не нравится / у них не получается... Поэтому мы решили / придумали...*

В практической статье (если это не учебная лекция для повышения квалификации) лучше избегать: ссылок на классиков по общеизвестным поводам; цитат из «умных» людей в поддержку своей идеи (если идея хорошая, она и так всем понравится); рассуждений о пользе книги, чтения, учения, работы по воспитанию... и т.п.

Главное правило: **не** пишите то, что вам не интересно было бы читать в чужом тексте. Например, вас лично нужно убеждать в пользе краеведческой работы? Вы и так это понимаете? Тогда зачем эти три абзаца в вашей статье для специалистов?

Полезно вставить в статью: примеры своих доводов «за» и «против», если идея спорная; технологию работы; достижения, находки, выводы.

Какие слова нужны в заключение?

- О конкретных результатах работы.
- О планах дальнейшего развития идеи.
- О том, что следует учесть идущим следом.

Здесь тоже бесполезны рассуждения о пользе любви к Родине, чтению, учению и т.п., о высокой миссии библиотекаря / учителя и прочие общие слова.

Я НЕ УМЕЮ ПИСАТЬ СТАТЬИ!

Не умеете, ну и не надо. Не пишите СТАТЬЮ. Пишите что-нибудь другое, но тоже нам.

Вариант 1. Пишите письмо. Берём лист бумаги / компьютер и пишем:

«Здравствуйте, дорогая редакция! Мне хочется рассказать вам о том, как в нашей библиотеке внедрялось... с какими трудностями мы столкнулись и какой выход нашли. А началось вот с чего...» Если письмо нас заинтересует, мы и сами из него статью сделаем. А с вами свяжемся, чтобы согласовать правку и обсудить публикацию.

Только не забудьте даже в самом простом письме оставить телефоны и адреса для связи, а также полностью имя, отчество, фамилию. Знаете, сколько расследований на предмет связи с авторами приходится проводить нашему ответственному секретарю?!

Вариант 2. Пишите план и ключевые слова. После создания **плана статьи** к каждому его пункту пишем *подпункты* любыми словами или назывными предложениями: о чём не забыть здесь написать. Дальше к каждому подпункту пишем *набор ключевых слов*, которые надо не забыть включить в текст. Если нам хочется передать эмоции, впечатления от работы или вызвать определённые чувства у других – пишем нужные слова типа: *Не бойтесь! Как красиво!*

Забудьте мысль, что статью надо писать серьёзным языком... **НЕ НАДО!** Статью в любой журнал, кроме сугубо научного, надо писать обычным человеческим языком, чтобы было приятно и интересно читать. Если у вас хорошо с чувством юмора, снабдите даже самый серьёзный текст шутивным эпиграфом – вам станет легче писать, а другим – читать. Сразу предусмотрите разбивку большого текста на главы и дайте им названия, можно забавные. Текста ещё нет, а названия глав уже есть! Это хорошо помогает. Я сама нередко так пишу, особенно если у проблемы много разных аспектов. И этот текст написан именно так: сначала – план, названия глав и ключевые слова.

ВРАГИ ТЕКСТА

Канцеляризмы типа «является», «реализация деятельности», «тематическая направленность». Типичная фраза: Волга является самой большой рекой России. Да не является! Она просто самая большая река. Так и пишем. О таких врагах мы ещё поговорим в других номерах в рубрике «Так и запишем!».

Наукообразие. Часть УУД – *смысловое чтение как осмысление цели чтения и выбор вида чтения в зависимости от цели; извлечение необходимой информации из прослушанных текстов различных жанров; определение основной и второстепенной информации; свободная ориентация и восприятие текстов*

художественного, научного, публицистического и официально-делового стилей; понимание и адекватная оценка языка средств массовой информации. Ну и как вам это читать? А это, между прочим, – ФГОС. Не хотите в порядке домашнего задания перевести это на понятный русский язык? Пишите проще, господа!

Те, кто читали нас в 2013 году, помнят декабрьский номер «Письма из Финляндии». Это не выдумка ради красоты, всё началось именно с того, что библиотекари тоже боялись писать статьи! И смотрите, какие получились материалы: ясные, живые, рассказывающие просто даже о сложном.

ИЛЛЮСТРАЦИИ

Если вы хотите снабдить вашу статью иллюстрациями, вам будет полезно узнать несколько простых правил, чтобы потом редакция не бомбардировала вас письмами с просьбой всё переснять, найти другие картинки и т.п.

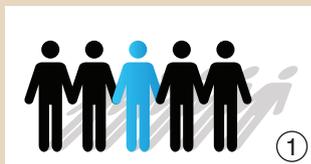
Во-первых, никакие картинки нельзя вставлять в текстовый файл типа word или OpenOffice. Только если вам важно обозначить место для той или иной схемы, картинки в тексте, можно её вставить для справки. Но отдельно в иллюстративном формате всё равно надо прислать. А проще пронумеровать картинки, вставить номера в текст в нужных местах, в конце статьи дать подписи к ним по номерам, а сами картинки прислать отдельно с теми же номерами в форматах Jpg, Jpeg, Tif с разрешением не менее 300 точек на дюйм.

Сюжеты картинок должны раскрывать текст или добавлять ему динамики. В иллюстрациях к выставкам и деталям оформления лучше давать крупно детали, а не ряд книг или вид издали.

Фото автора желательно неформальное, но где хорошо видно лицо и глаза.

Есть фото, которые при любом хорошем техническом качестве не интересны читателям: они ничего не добавляют к статье. Острые на язык редакторы даже придумали несколько названий для типично непригодных иллюстраций. Итак, вот что обычно не идёт в печать.

• *Расстрел на рассвете* (1) – участники чего-нибудь, выстроенные в ряд.

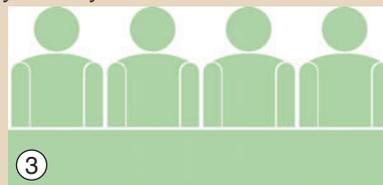


• *Говорящая голова* (2) – человек с микрофоном, если только лицо не выражает особых эмоций или чего-то отмеченного в статье. В крайнем случае это имеет смысл, если нам надо познакомить читателей с самыми заметными выступавшими на конференции. Да и то – лучше,

если фото отражают эмоции, а не просто лицо с микрофоном.



• *Болванчик за столом* (3) – президиумы всякого рода, особенно – вид издали. Исключение – крупные планы в случае, описанном в предыдущем пункте.



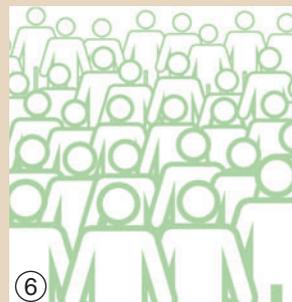
• *Расчленёнка* (4) – фигуры, обрезанные по суставам рук или ног, по талии.



• *Тень отца Гамлета* (5) – съёмка против света, где объект плохо виден. Такие снимки практически не поддаются исправлению даже в профессиональных программах.



• *38 попугаев* (6) – «расстрел» в много рядов.



И это всё. Как видите, создать хорошую статью совсем не трудно! Пишите! Мы ждём! ●