

**Міністерство освіти і науки України
Університет митної справи та фінансів**

В. М. Дрешпак

ЖАНРОЛОГІЯ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ ТВОРІВ

Навчальний посібник

**Дніпро
2021**

УДК 070:82-92

ББК 76.00

Д73

*Рекомендовано до друку вченою радою
Університету митної справи та фінансів
Протокол № 1 від 28.08.2020 р.*

Рецензенти:

Чекиштуріна В. М., д.н.соц.ком., доцент, професор кафедри управління соціальними комунікаціями Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця;

Калашикова О. Л., д.філол.н., професор, завідувач кафедри гуманітарної підготовки, філософії та митної ідентифікації культурних цінностей Університету митної справи та фінансів

Дрешпак В. М.

Д73 Жанрологія журналістських творів : навчальний посібник / Дрешпак В. М. – Дніпро : УМСФ, 2021. – 186 с.

ISBN 978-966-328-174-2

Видання містить навчальні матеріали до аудиторних занять і самостійної роботи з дисципліни «Жанрологія» для студентів спеціальності «Журналістика» (освітній рівень «Бакалавр»). Матеріали навчального посібника також можуть бути використані студентами під час вивчення окремих тем дисциплін «Вступ до спеціальності», «Теорія журналістики», «Журналістський фах», «Політична журналістика», «Урядові комунікації», а також журналістами-практиками під час навчальних заходів за програмами неформальної та інформальної освіти.

Для студентів спеціальності «Журналістика» та журналістів-практиків.

ISBN 978-966-328-174-2

© Дрешпак В. М., 2021

© УМСФ, 2021

ЗМІСТ

ВСТУП	4
1. Жанрова система журналістики	7
2. Класифікація жанрів журналістських творів	15
3. Методика журналістської роботи з фактом	24
4. Характеристика інформаційних жанрів	32
5. Замітка	42
6. Звіт	49
7. Інтерв'ю	57
8. Репортаж	66
9. Характеристика аналітичних жанрів	74
10. Анкета. Моніторинг. Рейтинг	82
11. Кореспонденція	93
12. Аналітичне інтерв'ю. Бесіда	100
13. Коментар. Рецензія. Авторська колонка	108
14. Огляд	116
15. Стаття	123
16. Журналістське розслідування	130
17. Характеристика художньо-публіцистичних жанрів	138
18. Замальовка. Есе	145
19. Нарис	152
20. Сатира та гумор у журналістських творах. Фейлетон	162
ГЛОСАРІЙ	172
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	180

ВСТУП

Жанрологія як одна з дисциплін журналістикознавства, що зосереджена на вивченні жанрів журналістських творів, хоча й пов'язується передусім з теорією журналістики, проте не є винятково теоретичною дисципліною. Адже отримані внаслідок вивчення жанрів знання мають бути цінними не самі собою – їх практичне застосування дасть змогу авторам поповнити власний творчий інструментарій апробованими матрицями журналістського відображення світу з різною метою, у різний спосіб, для різних аудиторій.

Власне журналістський твір розуміємо як продукт творчої діяльності журналіста, що є об'єктом авторського права, створений на основі певної концепції у процесі пізнання та публіцистичного відтворення дійсності з використанням відповідних форм і засобів, призначений для опублікування в засобах масової інформації. Журналістський твір може бути поданий як текст, зображення, звуковий чи аудіовізуальний твір. Саме тому жанрологія журналістських творів зосереджена не лише на вивченні текстових (навіть у широкому сенсі) аспектів цих творів. У практичному сенсі жанрологія журналістських творів важлива з позиції розуміння технологій поєднання змісту повідомлення та найрізноманітніших форм викладення матеріалу, зважаючи на особливості конкретної аудиторії, певного медіа-ландшафту, в контексті усього комунікативного процесу, включно з діяльністю як автора, так і читача (слухача, глядача). Вивчення жанрів, з огляду на це, допоможе журналістові відтворити реалії та донести їхню суть цільовій аудиторії найбільш адекватними за певних умов засобами.

Водночас слід зауважити, що опанувати журналістську жанрологію тому, хто навчається, «раз і назавжди» не вдасться. Адже жанрова палітра журналіста не є сталим явищем – вона постійно модернізується через високу динаміку змін у медіа-середовищі, осучаснення творчого інструментарію власне медійників, оновлення технологій масової комунікації, мінливість запитів аудиторії щодо і змісту, і форм подання журналістських матеріалів, інші чинники трансформації сучасних мас-медіа. Тож важливо розуміти закономірності функціонування жанрової системи журналістики, її трансформацій. Жанри журналістських творів слід розглядати як частину більш широкого поняття «жанри медіа», в контексті якого має йтися не лише про продукти журналістської, але й літературної, кінематографічної, образотворчої, іншої творчості, які транслюються мас-медіа.

У журналістикознавстві поняття «жанру» нині не має сталого визначення й можна припустити, що не матиме. Це зумовлено багатьма чинниками, пов'язаними насамперед із характером журналістики як об'єктом дослідження, так і власне зі специфікою сучасного журналістикознавства. По-перше, журналістика як вид творчої та суспільно значущої діяльності є надзвичайно динамічним об'єктом, ґрунтується на часто кардинально відмінних національних традиціях, розвивається в руслі найрізноманітніших

соціально-культурних, політичних, технологічних процесів. По-друге, журналістика як галузь знань також інтенсивно розвивається, ґрунтуючись на попередніх досягненнях гуманітарних і соціальних наук, адаптуючись до актуальних запитів медіасфери, зосереджується як на опрацюванні та поширенні кращого національного й світового досвіду, так і на формуванні науково обґрунтованого бачення майбутнього галузі. На основі синтезу низки підходів до розуміння жанрів журналістики у цьому навчальному посібнику поняття «жанр» розглядатимемо як відносно стійкий історично сформований тип журналістського твору зі спільними формальними, структурними та змістовими властивостями, що зумовлені конкретною комунікативною ситуацією, соціокомунікативними функціями цього твору, способами відображення в ньому реальності й характером ставлення до неї автора.

Прикладний бік розуміння журналістом жанрової системи мас-медіа загалом, оволодіння конкретними жанрами журналістських творів виявляється в тому, що це дає змогу певним чином стандартизувати творчу діяльність, надає журналістові своєрідного алгоритму підготовки матеріалів, допомагає з добром методів отримання інформації, технологій її опрацювання та презентації цільовій аудиторії. Сукупно це сприятиме досягненню максимальної реалізації творчого потенціалу і окремого журналіста, і редакції певного медіа загалом. Досконале володіння жанрами є показником фаховості журналіста. Саме тому відповідно до стандарту вищої освіти за спеціальністю 061 «Журналістика» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти однією зі спеціальних (фахових) компетенцій випускника є вміння створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, зважаючи канал поширення чи платформу оприлюднення [65].

І хоча нині іноді доводиться чути, що бачення журналістського твору через призму поняття про жанр застаріле, консервативне, та, як засвідчує практика, для сучасного журналіста, як і для поколінь його попередників, вміння орієнтуватись у загальних тенденціях жанротворення, знати особливості того чи іншого жанру, доречно застосовувати відповідні жанрові засоби надзвичайно важливо. Журналіст має прагнути не тільки якомога ефективніше використати наявну жанрову палітру, але й продовжити подальший пошук нових творчих форм і методів.

Навчальний посібник «Жанрологія журналістських творів» ґрунтується на основах теорії та практики журналістських методів і жанрів, у межах яких розглядається жанрова система журналістики та її окремі елементи, закономірності їх функціонування. Досить уваги приділено особливостям технології підготовки матеріалів різних жанрів.

Кожен підрозділ навчального посібника містить теоретичний матеріал для лекційних занять і самостійної роботи та завдання до практичних занять. Поданий теоретичний матеріал посібника дає змогу дізнатися про ознаки жанрових груп, основних жанрів журналістських творів, а також окремих міжжанрових видів. Вивчення теоретичного матеріалу рекомендуємо поєднувати з творчими розмірковуваннями над тим, як практично

застосувати те чи інше положення жанрології у журналістській діяльності. Зосередитися на основному в розділі та перевірити рівень засвоєння навчального матеріалу допоможуть висновки і контрольні запитання, а рекомендована література – навчальні та практичні посібники, монографії, наукові статті – стане у пригоді під час самостійного поглибленого опрацювання тем. Виконання запропонованих практичних завдань допоможе набути вмінь застосовувати теоретичні знання на практиці, розрізняти жанри журналістських творів, отримати практичні навички щодо технологій підготовки різних за жанром журналістських матеріалів з використанням широкого спектра джерел інформації, методів добору й опрацювання фактів, їх адекватного відтворення, аналізу, осмислення.

Цей навчальний посібник дасть можливість студентам набути теоретичних знань та вмінь у галузі практичної журналістики щодо особливостей журналістських жанрів, тенденцій трансформації жанрової системи сучасних ЗМІ, а також допоможе сформувавши високий рівень особистої фахової готовності до прикладного використання цих знань і вмінь у сучасних умовах.

1. ЖАНРОВА СИСТЕМА ЖУРНАЛІСТИКИ

Мало який термін чи підхід до класифікації жанрів, про які далі йти-меться, є усталеним. Можливо, це здивує, але, як ми вже зауважували вище, нинішнього часу немає навіть сталого визначення власне поняття «жанру». Чому так? І чи це нормально?

Крім обставин, що зумовлюють такий стан термінологічного апарату, про які вже було згадано у вступі, справа ще й у тому, що журналістська жанрологія як наука про розвиток, функціонування жанрів у сфері ЗМІ сформувалась значно пізніше, аніж відповідні дисципліни в інших видах творчо-практичної діяльності людини, такі як література, музика, образотворче мистецтво. Як зауважує Н. Мантуло, це пояснюється тим, що журналістські жанри сформувалися лише тоді, коли й власне журналістика виокремилась як окремий вид суспільно-творчої діяльності. Відповідно й дослідження журналістських жанрів розпочалося значно пізніше за історію вивчення жанрів, наприклад, літератури як найбільш близької галузі. У процесі осмислення жанрових проблем теоретики журналістики із самого початку стали використовувати досвід філологічних дисциплін, із якими до середини ХХ ст. наука про журналістику розвивалась в єдиному філологічному річищі [52, с. 32].

Водночас така термінологічна «маловизначеність» журналістської жанрології не є суттєвою перешкодою для опанування передусім практичних, фахових аспектів знання про жанри журналістських творів. А вони важливі насамперед для: 1) розуміння технологій поєднання змісту та найрізноманітніших форм викладення матеріалу, зважаючи на особливості конкретної аудиторії, певного медіа-ландшафту, в контексті усього комунікативного процесу, включно з діяльністю як автора, так і читача (слухача, глядача); 2) необхідної стандартизації творчої діяльності, оволодіння алгоритмами підготовки різних матеріалів, включно з добором методів отримання інформації, технологій її опрацювання.

Щодо з'ясування значення базового для цієї дисципліни терміна «жанр», наведеного у вступі, ми виходимо з таких позицій. Огляд наявних визначень поняття «жанр» як журналістської категорії, проведений О. Голік, засвідчив, що йому властиві такі елементи: 1) стійкість, усталеність; 2) історичність; 3) змістовно-формальна єдність; 4) структурна організація; 5) спосіб освоєння дійсності; 6) оцінні елементи. При цьому категорія жанру формувалася протягом тривалого періоду й увібрала в себе чимало елементів як професіональної, так і загальнонаціональної культури [16, с. 16]. Погодимось також із підходом Г. Лазутіної та С. Распопової, які стверджують, що жанр – це вид певного роду творчості, що має стійкі особливості не лише на рівні продукту (текст), але й на рівні способу діяльності [43, с. 8]. Тобто має йтися не лише про тип твору, але й умови формування притаманних йому властивостей.

Отже, на основі синтезу відомих визначень поняття «жанр» та з урахуванням вітчизняної традиції журналістської жанрології поняття «жанр журналістського твору» пропонуємо розуміти так.



Жанр журналістського твору – відносно стійкий історично сформований тип журналістського твору зі спільними

- ✓ формальними,
- ✓ структурними,
- ✓ змістовими *властивостями*,

що зумовлені:

- ❖ конкретно комунікативною ситуацією,
- ❖ соціокомунікативними функціями цього твору,
- ❖ способами відображення в ньому реальності,
- ❖ характером ставлення до неї автора.

Поняття «жанр журналістського твору» слід також розглядати у контексті низки споріднених та похідних термінів. Почнемо з терміна «стиль журналістського твору».

Наприклад, укладачі посібника «Польове керівництво для наукових журналістів» – представники Національної асоціації наукових журналістів США – розглядають журналістські твори цієї тематики у розрізі не жанрів, а стилів: оперативна журналістика, журналістське розслідування, «важурналістика», пояснювальна журналістика, оповідальна (нарративна) журналістика, есе [62]. Деякі з наведених тут назв стилів збігаються з відомими нам назвами жанрів. У чому відмінність?

Поняття стилю – багатозначне. Так, стиль розуміється як єдність основних ідейно-художніх особливостей, характерних рис, що виявляються у творчості автора певного твору, а також творча манера автора, групи авторів чи медіа. Стиль передбачає також характер відтворення реальності, використання мовно-стилістичних та невербальних засобів у журналістському творі.

Таким чином, з одного боку, може йтися про індивідуальні особливості авторського сприйняття реалій та відтворення їх у творах відповідними засобами. У цьому сенсі можемо розглядати стиль кожного окремого автора, групи авторів чи медіа, а з іншого боку, стиль – це певна система мовних засобів і способів їх організації, пов'язана з певною сферою комунікативної діяльності людей – розмовний стиль, офіційно-діловий, науковий, художній, публіцистичний стилі. Коли взяти для порівняння жанр, то твори одного жанру мають спільну структуру, характерні способи викладу матеріалу та лексичні засоби. Отже, поняття жанру і стилю журналістських творів не ідентичні, проте мають головну спільну ознаку – їх споріднює характер добору мовних та аудіовізуальних засобів для відтворення реальності. Тобто те, **ЯК** відтворено у творі реалії й об'єднує жанр і стиль цього твору. Вибір автором певного жанру, як і стилю, визначається темою, метою твору, його аудиторією. Часто окремі жанри потребують також відповідного стилю викладу матеріалу – наприклад, у тексті статті можемо на-

трапити на елементи наукового стилю, нарису – художнього. Водночас, на відміну від стилю, жанр передбачає урахування не лише формальних, але й структурних і змістових ознак твору.

Як споріднене вживається також поняття «формат журналістського твору». Цим терміном описують специфічну внутрішню організацію цього твору відповідно до його жанру та стилю авторського подання. Х. М. де Мело називає формати інструментом, способом демонстрації та поширення виробленого контенту відповідно до різних обставин. [91]. Отже, поняття «формат» більше стосується формальних ознак твору, що, зі свого боку, зумовлені характером добору засобів відтворення реальності у межах відповідних жанру й стилю. Так, формат мовлення телерадіоорганізації – це стандарт компоновання та подання матеріалів певних жанрів і видів.

Жанри не існують «самі собою», а об'єднані у відповідну струнку систему. **Жанрова система журналістики** – це структурована та історично обумовлена сукупність усіх жанрів журналістських творів, пов'язаних ієрархічними взаємовідносинами «рід – жанр – жанровий різновид».

Родовим поняттям тут є термін «група жанрів». **Група жанрів** характеризується спільними принципами формальної організації творів, використання творчого інструментарію, методами відображення реальності.

Жанри можуть мати свої жанрові різновиди. **Жанровий різновид** – це тип журналістського твору, який відповідає спільним формальним, структурним і змістовним властивостям певного жанру, проте має окремі типові особливості з огляду на конкретну комунікативну ситуацію, соціокомунікативні функції цього твору, способи відображення в ньому реальності й характер ставлення до неї автора.



Приклад

<i>Група жанрів</i>	<i>Жанр</i>	<i>Жанровий різновид</i>
інформаційні	інтерв'ю	бліц-опитування
аналітичні	коментар	економічний коментар
художньо-публіцистичні	нарис	подорожній нарис

Із терміном «жанр» пов'язані ще кілька термінів, важливих для розуміння жанрової системи журналістики. **Жанрова структура твору** – побудова твору, що відповідає ustalеним для певного жанру вимогам. Твори одних і тих самих жанрів мають або ustalену структуру (наприклад, замітка), або досить гнучкі структури, схожі підходи щодо алгоритмів створення такого матеріалу (наприклад, есе). Розглядаючи далі окремі жанри журналістських творів, ми неодмінно розглянемо їхні структурні особливості.

Жанрова палітра журналіста (засобу масової інформації, виду ЗМІ) – це сукупність виражальних засобів, якими володіє автор, колектив авторів конкретного мас-медіа, що дають змогу створювати журналістські твори певних жанрів. Як і на палітрі художника, журналіст має певний набір творчих інструментів, виражальних засобів, якими він володіє якнайкраще.

Звичайно, є універсальні журналісти, нині це провідна тенденція. Проте із часом кожен усе ж отримує певну спеціалізацію: репортера, інтерв'юера, оглядача, розслідувача тощо. Тому, скажімо, відсутність у складі авторського колективу досвідченого оглядача з економічних питань може означати лише одне: на жанровій палітрі такого медіа бракуватиме постійних якісних економічних оглядів як жанрового різновиду. У такий спосіб жанрова палітра авторського колективу зумовлює відповідну жанрову структуру ЗМІ.

Жанрова структура засобу масової інформації – це сукупність жанрів, у яких створено матеріали цього ЗМІ, що відповідає певній жанровій моделі. Про жанрову структуру говоримо, взявши до уваги окремий випуск чи кілька випусків певного медіа. В одному, наприклад, буде більше матеріалів інформаційних жанрів, в іншому – аналітичних.

Жанрова модель ЗМІ – це певна структурована у відносно сталій протягом окремого проміжку часу пропорції сукупність журналістських жанрів, у яких створено матеріали цього ЗМІ. Жанрова модель формується або штучно, коли редакція вирішує, скільки матеріалів яких жанрів буде в кожному випуску й потім чітко дотримується цієї пропорції, або природним чином – коли така модель складається сама собою за певний час діяльності. Зрештою, модель як спрощене відображення найбільш суттєвих параметрів певного явища чи процесу допомагає не лише глибше пізнати, спрогнозувати розгортання тощо цих явищ і процесів, але й може слугувати певним взірцем для подальшої мультиплікації певної моделі, визнаної за зразкову.

На відміну від жанрової палітри, яка засвідчує потенційні та реалізовані можливості автора чи медіа, жанрову модель слід розглядати як певну цілісну систему, що має власні функції та структуру, внаслідок чого забезпечує стрункність усього творчо-виробничого процесу.

До основних функцій цієї моделі можемо зарахувати:

- конструювання образу ЗМІ;
- структурування матеріалів за формою та змістом;
- репрезентації ЗМІ аудиторії;
- формування та збереження певної творчої культури редакції.

Шляхом дослідження жанрової моделі можна не лише охарактеризувати зміст ЗМІ, але й специфіку організації творчого процесу в редакції, особливості аудиторії видання, рівень спроможності видання до реалізації певних медійних функцій тощо. Прийняття певної жанрової моделі колективом редакції ЗМІ зумовлює також відповідну жанрову структуру цього ЗМІ.

Жанрова модель певного ЗМІ у штучний чи природний спосіб формується під впливом багатьох факторів. Так, наприклад, О. Голік зазначає, що серед основних чинників, які безпосередньо відображаються на жанровживанні газетно-журнальної періодики, виокремлюють політичну систему країни, інтенсивність і динамічність політичних процесів, ринкові умови існування преси; розвиток Інтернету, зарубіжних ЗМІ, суміжних із журналістикою сфер людської діяльності, взаємодію мас-медіа між собою, загальний культурний рівень аудиторії, професійну підготовку та майстерність

журналістів [15, с. 11]. Проте надзвичайно слушний акцент М. Василенка на тому, що жанротворення в пресі є реакцією на об'єктивні явища соціально-економічної дійсності, реалії змін у суспільній свідомості та на суб'єктивні чинники в процесі журналістської творчості, пов'язані з індивідуальною діяльністю журналіста і редакційного колективу в цілому [7, с. 8]. З огляду на це зауваження підкреслимо, що жанрова модель, яка навіть спочатку була штучно сформована як результат відповідної редакційної політики, у подальшому може змінюватися не лише природним шляхом, але й унаслідок певних впливів з боку редактора, журналістського колективу, власне аудиторії та інших суб'єктів медійного простору.

Через це й жанрові моделі ЗМІ постійно змінюються. Зокрема, основними тенденціями сучасного жанротворення у друкованих ЗМІ за О. Голік [15, с. 11] є: 1) перебудова традиційної типологічної структури жанрів, стирання жанрових кордонів, зміна пріоритетів у вживанні жанрових зразків (тобто зміна власне жанрів як базових компонентів жанрових моделей); 2) установа сталого арсеналу жанрів для конкретного видання (саме цей процес, на наш погляд, і є центральним для формування жанрових моделей); 3) запозичення із суміжних сфер творчої діяльності нових методів збору та опрацювання інформації, які трансформуються у самостійні форми публіцистичних матеріалів (цей процес можна означити як перманентну трансформацію жанрових моделей). Також зміни в системі жанротворення залежать як від об'єктивних чинників (розвиток суспільства, соціально-економічні зміни тощо), так і від саморозвитку окремих складників як загальносвітової, так і конкретної національної системи медіа.



Приклад

М. Дяченко під час дослідження преси Запорізького регіону другої половини ХХ ст. – початку ХХІ ст. з'ясувала, що від серпня 1991 р. зменшилася площа, яку займали художньо-публіцистичні жанри (на час дослідження становила 12,3 %); жанрам аналітичної групи належало 22,8 % газетної площі; 64,9 % – інформаційні жанри. На початку ХХІ ст. в усіх виданнях помітною стала тенденція до зниження площі публікацій художньо-публіцистичних жанрів, особливо нарисів, фейлетонів; зникнення памфлетів зі шпальт регіональної преси [26, с. 16–17].

Переважання інформаційних жанрів у сучасній регіональній пресі засвідчив і порівняльний аналіз жанрових моделей місцевих газет Дніпра та Харкова [24], що також продемонстрував наявність регіональних відмінностей щодо жанрової палітри видань, які виходять у подібних за характеристиками медіа-просторах. Це засвідчує також про вплив низки суб'єктивних факторів на вибір тієї чи іншої моделі. Домінуючі жанрові моделі місцевих газет Дніпра та Харкова переважно інформаційні, проте дніпровські газети доповнюють цей складник розважально-пізнавальним

компонентом, харківські – аналітичним. У межах одного регіону також використовується декілька близьких за структурою і змістом жанрових моделей.



Підсумки

□ Жанр – це відносно стійкий історично сформований тип журналістського твору зі спільними формальними, структурними та змістовими властивостями, що зумовлені конкретною комунікативною ситуацією, соціокомунікативними функціями цього твору, способами відображення в ньому реальності й характером ставлення до неї автора.

□ Жанрова система журналістики – це структурована та історично обумовлена сукупність усіх жанрів журналістських творів, пов'язаних ієрархічними взаємовідносинами «рід – жанр – жанровий різновид».

□ Родовим поняттям у жанровій системі є «група жанрів», що характеризується спільними принципами формальної організації творів, використанням творчого інструментарію, методами відображення реальності. Жанри можуть мати свої жанрові різновиди, що відповідають спільним формальним, структурним і змістовним властивостям певного жанру, проте мають окремі типові особливості з огляду на конкретну комунікативну ситуацію, соціокомунікативні функції твору, способи відображення в ньому реальності й характер ставлення до неї автора.

□ Жанри журналістських творів є частиною більш широкого поняття «жанри медіа», що стосується не лише продуктів журналістської, але й літературної, кінематографічної, образотворчої, іншої творчості, які транслюються мас-медіа.

□ Жанр і стиль журналістського твору споріднює характер добору мовних та аудіовізуальних засобів для відтворення реальності у цьому творі. Вибір автором певного жанру, як і стилю, визначається темою, метою твору, його аудиторією. Проте, на відміну від стилю, жанр передбачає урахування не лише формальних, але й структурних і змістових властивостей твору. Формат передбачає специфічну внутрішню організацію твору відповідно до його жанру та стилю авторського подання.

□ Поняття «жанрова палітра», «жанрова структура» та «жанрова модель» взаємно обумовлені. Жанрова палітра журналіста (засобу масової інформації, виду ЗМІ) – це сукупність виражальних засобів, якими володіє автор, колектив авторів конкретного мас-медіа, що уможливають створення журналістських творів певних жанрів, жанрова палітра зумовлює відповідну жанрову структуру ЗМІ. Жан-

рова структура ЗМІ – це сукупність жанрів, у яких створено матеріали цього ЗМІ, що відповідає певній жанровій моделі. Жанрова модель ЗМІ – це певна структурована у відносно сталій протягом окремого відрізка часу пропорції сукупність журналістських жанрів, у яких створено матеріали цього ЗМІ.



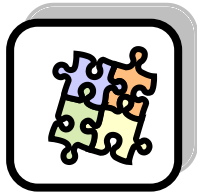
Запитання для самоконтролю

1. Чим зумовлена неусталеність термінології у сфері журналістської жанрології?
2. Які основні ознаки жанру? Які ознаки споріднюють поняття жанру, стилю та формату?
3. Які основні елементи жанрової системи журналістики?
4. У чому відмінності понять «жанрова палітра», «жанрова структура» та «жанрова модель»?
5. Як формується жанрова модель ЗМІ?



Рекомендована література

1. Балалаєва О. Ю. Класифікація жанрів новинної журналістики: вітчизняні та зарубіжні підходи / О. Ю. Балалаєва // Вісник Харківського нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. Серія: Соціальні комунікації. – 2017. – Вип. 12. – С. 36–39.
2. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія / М. К. Василенко. – К. : Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2006. – 238 с.
3. Вольфф Ф. Журналістика газет і журналів / Вольфф Ф. – Вид. 2-ге, перероб. ; пер з нім. В. Климченка. – К. : Центр вільної преси, 2017. – 377 с.
4. Дрешпак В. Жанрові моделі місцевих газет України (на прикладі видань Дніпра та Харкова) / В. Дрешпак // Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. – 2019. – Вип. 45. – С. 183–191.
5. Мельник Г. С. Основы творческой деятельности журналиста : конспект лекций и практикум / Г. С. Мельник, К. Е. Виноградова, Р. П. Лисеев. – СПб. : С.-Петербур. гос. ун-т, Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций, 2013. – 210 с.
6. Мой Д. Телевізійна журналістика / Д. Мой, М. Ордольтф ; за заг. ред. В. Ф. Іванова ; пер. з нім. В. Климченка. – К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. – 234 с.
7. Риженко Л. М. Жанрові моделі друкованих ЗМІ. Старі проблеми і нові підходи / Л. М. Риженко // Наукові записки інституту журналістики. – 2017. – Т. 2 (67). – С. 58–65.



Завдання до практичної роботи

Практична робота 1.1. Аналіз жанрової моделі засобу масової інформації

Мета: закріпити отримані знання щодо критеріїв поділу жанрів журналістських творів на групи, психологічних і соціальних передумов їх розрізнення, функціонування та сприйняття аудиторією.

Хід роботи:

1. У складі робочої групи проаналізувати контент певного ЗМІ (за попереднім узгодженням з викладачем) за період 1–2 тижні та з'ясувати:

1) пропорційне співвідношення журналістських матеріалів інформаційних, аналітичних, художньо-публіцистичних жанрів;

2) найбільш характерні публікації за тематикою і жанрами у розрізі кожної групи жанрів;

3) загальні характеристики цього ЗМІ, його аудиторії, авторського колективу.

2. Результати викласти у формі аналітичної записки, що має містити: склад робочої групи, назву ЗМІ, його характеристики, припущення щодо характеристики аудиторії та авторського колективу цього ЗМІ, таблиці та діаграми за результатами дослідження, висновки та рекомендації. Аналітичну записку подати викладачеві.

3. Взяти участь в обговоренні результатів виконання завдання іншими групами в аудиторії, порівняти жанрові моделі різних засобів масової інформації.

2. КЛАСИФІКАЦІЯ ЖАНРІВ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ ТВОРІВ

Класифікація жанрів журналістських творів може здійснюватися на основі різних критеріїв. Здебільшого класифікацію проводять за такими ознаками: 1) предмет пізнання, відображення об'єкта; 2) конкретне призначення, робочі функції, пізнавально-виховні завдання; 3) обсяг висвітлення дійсності, масштаби висновків та узагальнень; 4) характер літературно-стилістичних і виражально-зображальних засобів. До цих критеріїв Д. Прилюк також додавав специфіку аудиторії, до якої звертається автор [16, с. 16–17]. Окреслений підхід пояснюється тим, що: 1) певне явище, процес чи особу, про які йдеться у журналістському творі, найбільш зручно висвітлити з використанням відповідного жанру; 2) вибір жанру має відповідати меті публікації; 3) кожен жанр дає різні можливості для масштабності висвітлення того чи іншого об'єкта; 4) характерні для кожного жанру засоби мають узгоджуватися з трьома названими вище параметрами; 5) кожна аудиторія з огляду на її соціопсихологічні характеристики і найбільш прийнятний комунікативний інструментарій віддає перевагу певним жанрам. Водночас О. Тертичний виокремлює такі три основні жанротвірні чинники: предмет, цільова настанова (функція) та метод відображення [75], що більш спрощено повторює зазначені вище критерії.

Узагальнюючи наведені підходи як основні критерії виокремлення жанрів журналістських творів, можемо назвати такі:

- об'єкт, предмет відображення, що є основою твору;
- спосіб відображення (фактографічний, аналітичний, образний);
- призначення журналістського твору за функціями журналістики;
- обсяг відображення дійсності та масштаб висновків, узагальнення;
- особливості мовних та аудіовізуальних стилістичних засобів відображення;
- специфіка цільової аудиторії, її запити.

Один із авторів німецької медіа-енциклопедії «Публіцистика. Масова комунікація» К. Ройманн розглядає журналістський жанр як характерний тип оформлення матеріалу, призначеного для оприлюднення в мас-медіа. Так, якщо мета журналістського повідомлення втілена саме у змісті, то форма є власне носієм послання, водночас приховуючи («упаковуючи») і відкриваючи («розгортаючи») ту реальність, про яку повідомляється. Зауважуючи, що межі між формами нечіткі, К. Ройманн усе ж виокремлює три типи форм журналістського викладу: 1) реферуючі форми з наголосом на фактах (новина – повідомлення, кореспонденція, фотонovina; репортаж, нарис, інтерв'ю, документ); 2) форми з наголосом на думці (передова стаття, коментар, глоса, портрет, карикатура, рецензія, есе); 3) форми з наголосом на фантазії (коротка історія, фейлетон, радіоп'єса, комікс) [66, с. 236 – 262].

Бразильський науковець Х. М. де Мело, виокремлюючи жанри, приймає за основу такі дві основні характеристики, як формальні ознаки твору та його соціальну функцію, і визначає такі групи жанрів: інформативні (заміт-

ка, новина, репортаж, інтерв'ю); ті, які осмислюють (редакційна передова стаття, коментар, стаття, огляд, колонка, карикатура, лист, хроніка); ті, які тлумачать, інтерпретують (аналіз, профіль, опитування, хронологію, досє); ті, які відволікають (різноманітні історії); утилітарні (показчик, цитата, сценарій, послуги) [91].

Г. Лазутіна та С. Распопова розглядають жанри журналістської творчості (вони оперують саме таким терміном) у розрізі новинної журналістики, проблемно-аналітичної, нарисової, сміхової, культурно-просвітницької та інтерактивної. В межах кожної з груп авторки привертають увагу до їхніх предметно-функціональних характеристик, власне характерних жанрових моделей (жанрів) і технологій роботи з такими текстами. Жанрові моделі новинної журналістики такі: коротка новинна замітка та розширена новинна замітка, критична замітка, репортаж; проблемно-аналітичної – кореспонденція (персоналізована чи ділова та журналістське розслідування як особливий формат кореспонденції), стаття (проблемна та полемічна), коментар, огляд; нарисової – замальовка, життєва історія, нарис, есе; сміхової – розіграш, бувальщина, жарт, анекдот, сатирична замітка, фейлетон, памфлет; культурно-просвітницької – анонс, анотація, рецензія, мистецтвознавча стаття, мистецький огляд, творчий портрет, науково-популярна стаття та науково-популярний нарис, пропагандистська стаття, контрпропагандистська (полемічна) стаття, рекомендація, культурно-історичний нарис; інтерактивної – огляд листів, матеріали «запитання – відповідь», звіт, літературний запис, інтерв'ю, бесіда, бліц-опитування, «круглий стіл», ток-шоу [43].

Існують також інші підходи до класифікації жанрів журналістських творів. Так, Л. Кройчик класифікує журналістські тексти за критеріями оперативності, новинності, аналітичності та образності. Відповідно, тексти поділено на п'ять груп: 1) оперативно-новинні (замітка та всі її різновиди); 2) оперативно-дослідницькі (інтерв'ю, репортаж, звіт); 3) дослідницько-новинні (кореспонденція, коментар (колонка), рецензія); 4) дослідницькі (стаття, лист, огляд); 5) дослідницько-образні або художньо-публіцистичні (нарис, есе, фейлетон, памфлет) [35, с. 138–139].

У низці зарубіжних праць із журналістики, де йдеться про жанрову диференціацію журналістських творів, класифікація жанрів, усе ж не наводиться. Так, Г. Гіссен виокремлює такі жанри журналістських творів, як повідомлення, новина, прес-реліз (вони розглядаються разом як базові інформаційні жанри), звіт, репортаж, коментар, інтерв'ю [13]. Ф. Вольфф аналізує такі жанри газет і журналів, як замітка, кореспонденція, інтерв'ю, коментар, фейлетон, критика, репортаж, нарис, портрет [10]. Д. Мой та М. Ордольфф найпоширенішими жанрами телевізійних журналістських продуктів називають новину у фільмі, кореспонденцію, журнальний сюжет, нарис, репортаж, портрет, документальний фільм, інтерв'ю, іронічний коментар (ремарку), коментар [55, с. 42]. Щодо «зображальної журналістики», то З. Вайшенберг її основою вважає фотографію, політичну карикатуру, інформаційну графіку [4, с. 130]. Однак ніякого поділу названих жанрів на групи ці автори не наводять.

Натомість маємо і зворотний приклад, В. Шнайдер та П.-Й. Рауе, не подаючи чіткої класифікації, розглядають окремо жанри, що інформують, розважальні, які містять власну думку авторів [85].

Отже, навіть наведені підходи до класифікації жанрів журналістських творів не вичерпні й демонструють можливість різного бачення цього питання. Окремі відмінності у підходах до такої класифікації, притаманні різним авторам, пояснюються специфікою жанру як предмета систематизації, про що вже частково йшлося у попередньому розділі. «Живий», мінливий під впливом багатьох чинників творчий процес, утілений у жанрах журналістських творів, постійний розвиток жанрової системи ЗМІ у цілому, зокрема у напрямі взаємовпливу жанрів і міжжанрових утворень, є підставою стверджувати, що будь-яка класифікація суто умовна. Водночас в основі кожної класифікації є певний найбільш значущий критерій, що має більшу чи меншу значущість з огляду на практичне призначення того чи іншого підходу до виокремлення та групування жанрів.

Ставлячи собі за основну мету в межах цього курсу підготувати тих, хто навчається, практично застосовувати набуті знання у галузі жанрології журналістських творів під час використання різноманітних методів журналістики для збору інформації, добору, адекватного відтворення, аналізу, осмислення фактів і створення різних за жанром журналістських текстів, ми в основу класифікації покладемо критерій характеру відображення фактів реальності у цих творах. Це відкриває можливість подальшого розгляду журналістських жанрів у контексті традиційного для вітчизняного журналістикознавства поділу їх на три групи: інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні.

Такий підхід зумовлений тим, що в кожному журналістському творі домінує певний основний компонент:

- повідомлення про факт – *інформаційні жанри*;
- осмислення факту (фрагментарне чи ґрунтовне) – *аналітичні жанри*;
- емоційна реакція на факт, його художня (фантазійна) інтерпретація (на логіко-понятійному чи понятійно-образному рівні) – *художньо-публіцистичні жанри*.

Поміркуйте!



Маємо факт «Наш курс почав вивчення дисципліни «Жанрологія». Напишіть повідомлення про цей факт, використавши не більше 10 слів. Кількість розділових знаків не обмежується. Проаналізуйте написаний текст.

- Що дає це повідомлення для конкретної сторонньої аудиторії (інші студенти, ваші батьки, звичайні перехожі)? До чого це її спонукає – суто дізнатися про факт, задуматися, емоційно відреагувати?
- Як Ви досягли такого ефекту? Навівши факт, пояснивши його, чи поділившись власною емоцією щодо нього?
- Чи вистачило для виконання завдання 10 слів? Яке смислове навантаження виконали розділові знаки?

Крім поділу жанрів на групи, також може бути систематизація жанрів залежно від видів журналістських творів з огляду на використання певних засобів: текстові, візуальні, звукові (аудіотвори), аудіовізуальні. На основі поєднання зазначених критеріїв жанрову систему ЗМІ (без жанрових різновидів) спробуємо подати у такий спосіб (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Основні жанри журналістських творів за групами та видами творів

Текстові твори	Візуальні твори	Аудіотвори	Аудіовізуальні твори
<i>Інформаційні жанри</i>			
замітка	фотоінформація, ілюстративна інфографіка	усне повідомлення, радіосюжет	усне повідомлення, відеосюжет
звіт	фотозвіт	радіозвіт, трансляція	трансляція, стрім
інтерв'ю		радіоінтерв'ю	телеінтерв'ю
репортаж	фоторепортаж	радіорепортаж	відеорепортаж
репліка	фотофакт	репліка	репліка, рухомий рядок
<i>Аналітичні жанри</i>			
кореспонденція	фотокореспонденція	радіокореспонденція	відеокореспонденція
коментар	аналітична інфографіка	коментар, виступ	коментар, виступ
бесіда		бесіда, ток-шоу	бесіда, ток-шоу
рецензія		рецензія	рецензія
огляд	інфографіка	огляд	огляд
стаття		передача	передача, телефільм (документальний)
колонка (авторська, редакторська)		виступ	виступ
<i>Художньо-публіцистичні жанри</i>			
замальовка	фотоетюд	радіозамальовка	етюд
есе			
нарис	фотонарис	радіонарис	теленарис
фейлетон	карикатура, шарж, комікс	радіофейлетон	сатиричний телесюжет
памфлет	карикатура	радіопамфлет	сатиричний телесюжет
	фотоколаж	радіокомпозиція	композиція
		радіофільм	телефільм (документальний)
		радіоп'єса	телеп'єса

Проте, як уже зазначалося, кожен жанр може мати низку власних різновидів, можуть бути різноманітні міжжанрові утворення. Наприклад, певні

твори за змістовними ознаками можуть бути аналітичними, але мати форму «класичного» інформаційного жанру (скажімо, аналітичний репортаж, аналітичний звіт тощо). Водночас у загальних рисах місце основних жанрів у жанровій системі ЗМІ за групами можна зобразити собі так (рис. 2.1).

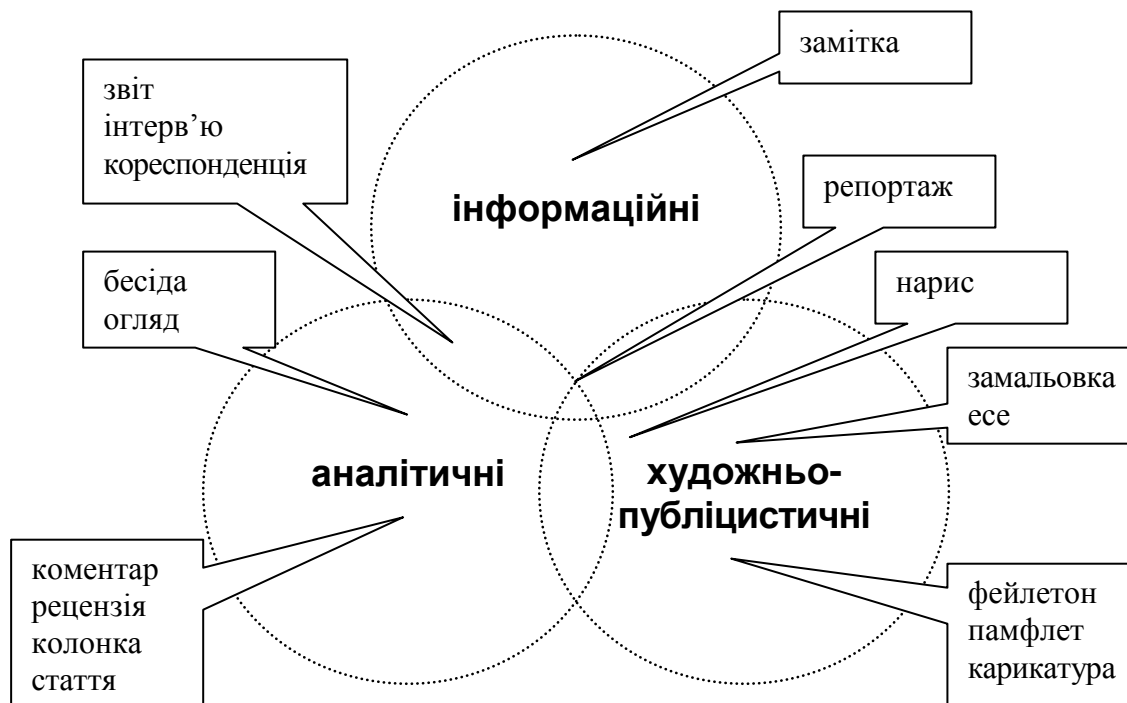


Рис. 2.1. Основні жанри журналістських творів за групами

У жанровій системі ЗМІ, подібно до систем живої природи, відбуваються постійні обмінні процеси, явища злиття та ділення окремих елементів тощо. Це пояснюється еластичністю відкритих за своєю природою соціокультурних систем. Зокрема, як зауважує М. Василенко, зміни в жанротворенні відбуваються в результаті творчого пошуку окремих індивідів, закріплюються на рівні колективної свідомості і, як передовий досвід, реалізуються в практиці видавничої діяльності редакцій друкованих ЗМІ, набуваючи специфічних ознак у різних редакціях, а також і регіонах, де розповсюджується конкретне видання [7, с. 8].

Явище змішування різних жанрів, їх гібридизації, навмисного використання у стійкому сполученні, властивому стилю певного журналіста або видання, називають *дифузією жанрів*. Наприклад, в одному творі можливо поєднання ознак огляду та інтерв'ю, завдяки чому узагальнення, висновки автора, які робляться в огляді, аргументуються тезами інтерв'ю, взятого в експертів з тематики, про яку йдеться. З огляду на це явище також існують міжродові жанрові різновиди: аналітичне інтерв'ю, інформаційна кореспонденція тощо.

Явище дифузії жанрів із психологічної точки зору можна обґрунтувати як результат прагнення автора до розмаїття форм комунікації, творчого

самовираження. З позицій семіотики – науки про знаки та знакові системи – це можна пояснити також явищем «перетікання» змісту до найбільш відповідних для подальшої трансляції комунікативними каналами і донесення до цільової аудиторії форм, створених за допомогою відповідних семіотичних засобів (візуальних та/або звукових).

З огляду на зазначене, основні сучасні тенденції розвитку жанрової системи ЗМІ можна охарактеризувати так:

– відбувається перебудова традиційної типологічної структури жанрів, стирання жанрових кордонів, зміна пріоритетів у вживанні жанрових зразків;

– організація роботи конкретних ЗМІ здійснюється переважно за певними жанровими моделями;

– запозичення із суміжних сфер творчої діяльності нових методів збору та опрацювання інформації веде до трансформації жанрів, подання традиційного за типом змісту в нетрадиційній формі, утворення нових жанрів журналістських творів.

Такі тенденції вже зумовлюють і зумовлюватимуть надалі нові підходи до виокремлення та класифікації жанрів журналістських творів.



Висновки

□ Виокремлення та класифікація жанрів журналістських творів може здійснюватись у різний спосіб залежно від обраного домінуючого критерію. Відмінності у підходах до такої класифікації, притаманні різним авторам, пояснюються специфікою жанру як предмета систематизації. Основними критеріями виокремлення жанрів журналістських творів можуть бути:

- об'єкт, предмет відображення, що є основою твору;
- спосіб відображення (фактографічний, аналітичний, образний);
- призначення журналістського твору відповідно до функцій журналістики;
- обсяг відображення дійсності та масштаб висновків, узагальнення;
- особливості мовних та аудіовізуальних стилістичних засобів відображення;
- специфіка цільової аудиторії, її запити.

□ Традиційним для вітчизняного журналістикознавства є поділ жанрів журналістських творів на такі групи: інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні.

Такий підхід зумовлений тим, що в кожному журналістському творі домінує певний основний компонент:

- повідомлення про факт – інформаційні жанри;
- осмислення факту (фрагментарне чи ґрунтовне) – аналітичні жанри;

– емоційна реакція на факт, його художня (фантазійна) інтерпретація (на логіко-понятійному чи понятійно-образному рівні) – художньо-публіцистичні жанри.

□ Явище змішування різних жанрів, їх гібридизації, навмисного використання у стійкому сполученні, що власне стилю певного журналіста або видання, називають дифузією жанрів.



Запитання для самоконтролю

1. За якими критеріями здійснюється класифікація жанрів журналістських творів?
2. Які групи жанрів журналістських творів виокремлюються за вітчизняною традицією?
3. У чому полягає явище дифузії жанрів?
4. Назвіть сучасні тенденції розвитку системи жанрів журналістських творів.

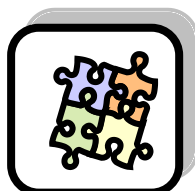


Рекомендована література

1. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія / М. К. Василенко. – К. : Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2006. – 238 с.
2. Вольффф Ф. Журналістика газет і журналів / Вольффф Ф. – Вид. 2-ге, перероб. ; пер з нім. В. Климченка. – К. : Центр вільної преси, 2017. – 377 с.
3. Дрешпак В. Жанрові моделі місцевих газет України (на прикладі видань Дніпра та Харкова) / В. Дрешпак // Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика. – 2019. – Вип. 45. – С. 183–191.
4. Лавриш Ю. Жанрова палітра нових медій: специфіка і креативність / Ю. Лавриш // Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика. – 2018. – Вип. 44. – С. 239–245.
5. Лешко У. Типологія жанрів Інтернет-журналістики / У. Лешко // Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика. – 2018. – Вип. 44. – С. 246–253.
6. Мельник Г. С. Основы творческой деятельности журналиста: конспект лекций и практикум / Мельник Г. С., Виноградова К. Е., Лисеев Р. П. – СПб. : С.-Петербур. гос. ун-т, Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций, 2013. – 210 с.
7. Мой Д. Телевізійна журналістика / Д. Мой, М. Ордольфф ; за заг. ред. В. Ф. Іванова ; пер. з нім. В. Климченка. – К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. – 234 с.

8. Риженко Л. М. Жанрові моделі друкованих ЗМІ. Старі проблеми і нові підходи / Л. М. Риженко // Наукові записки інституту журналістики. – 2017. – Т. 2 (67). – С. 58–65.

9. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та он-лайн-журналістики / В. Шнайдер, П.-Й. Рауе ; пер. з нім. В. Климченка ; за заг. ред. В. Іванова. – К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. – 358 с.



Завдання до практичної роботи

Практична робота 2.1. Вибір жанру журналістського твору

Мета: закріпити отримані знання щодо підходів з добору жанрів для висвітлення у медіа подій різної тематики.

Хід роботи:

1. Дібрати найбільш відповідні жанри для висвітлення у медіа тем, наданих викладачем. Вибір відповідного жанру (жанрів) обґрунтувати. Пояснити, для якого саме засобу масової інформації готуватиметься кожен матеріал.

2. Результати викласти в таблиці за зразком, наведеним нижче, та подати викладачеві.

Прізвище, ім'я, навчальна група

Вибір жанру журналістського твору для висвітлення різних тем

Тема	Жанр/ жанри	Обґрунтування вибор

3. Презентувати результати роботи в аудиторії, взяти участь в обговоренні результатів виконання завдання іншими студентами.

Теми:

– Прес-конференція голови Державної митної служби України;

– Реконструкція трамвайної колії на центральному проспекті міста;

– Наближається ювілей відомого в області театрального режисера;

– Презентація звіту про виконання бюджету області за рік;

- Візит Надзвичайного і Повноважного посла Республіки Польща до міста;
- Під вікном вашої квартири птахи звили гніздо;
- Викрито корупційну схему в місцевій державній адміністрації;
- У парку міста зацвіли сакури;
- В електротранспорті міста впроваджується нова платіжна система;
- Очікується різке погіршення погоди в регіоні;
- До вас у гості приїхав шкільний товариш, який навчається у США;
- Обласна рада зібралася на чергову сесію;
- Громадські активісти виявили порушення на ринках міста;
- В Італії стався сильний землетрус із руйнуваннями та жертвами;
- Ви з колегами провели чудовий вихідний на приміському еко-хуторі;
- Вийшла друком чергова книга місцевого поета;
- Читача вашої газети образили у маршрутці;
- Помер колишній гравець відомого українського футбольного клубу;
- Оприлюднено декларації про доходи державних службовців за рік;
- До міста з гастролями приїздила відома співачка;
- Наступними вихідними відбудеться загальноміська акція «Чистий двір»;
- Підприємства області протягом року скоротили експорт металопрокату;
- Негода, яка вирувала вчора в області, спричинила відключення електроенергії;
- Оприлюднено черговий рейтинг університетів України;
- Учора на вечірці ви стали свідком епатажного вчинку відомої акторки;
- До редакції надійшов лист від вашого земляка з Канади.

3. МЕТОДИКА ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ РОБОТИ З ФАКТОМ

В основі будь-якого журналістського твору має бути факт. Саме конкретний факт з огляду на умови певної комунікативної ситуації, соціокомунікативні функції цього твору, способи відображення в ньому реальності й характеру ставлення до неї автора і зумовлюють ті змістовні, структурні, формальні властивості твору, що дають нам змогу зарахувати його до певного жанру.

Фактом називають певний елемент дійсності, чи результат пізнання дійсності. Відповідно є *факти об'єктивні* та *факти гносеологічні*.

Об'єктивні факти не залежать від нашої свідомості і стосуються об'єктів природи та людської діяльності – це *те, що є реально*.



Приклад

Факт об'єктивний: у четвер 5 вересня 2019 р. з 09.10 до 09.20 дві особи чоловічої статі і три особи жіночої статі віком 18–19 років були в коридорі другого поверху навчального корпусу 3 університету N.

Об'єктивні факти насправді є певним «еталоном» – «відбитком» реальності, з яким людина порівнює власне знання про ці факти, їх сприйняття, розуміння. Тобто, шукаючи факт об'єктивний у процесі пізнання, ми оперуємо фактами іншого типу – гносеологічними.

Гносеологічні факти – це відображення в людській свідомості об'єктивних фактів – це *те, про що хтось щось знає*.



Приклад

Факт гносеологічний: у четвер 5 вересня 2019 р. близько 9-ї години два студенти і три студентки другого курсу спеціальності «Журналістика» стояли у коридорі другого поверху навчального корпусу 3 університету N, нервово очікуючи, коли закінчиться пара, на яку вони так і не прийшли.

У соціальній комунікації відтак ми маємо справу з гносеологічними фактами різного рівня об'єктивності. У журналістському творі такий рівень об'єктивності залежить передусім від його автора. Надалі щодо фактів, ми матимемо на увазі саме факти гносеологічні.

Фактами зазвичай є певні явища, стани, процеси та результати їх пізнання. *Явища* – це об'єкти реальності з певними якісними та часово-просторовими характеристиками. *Стани* – це обставини, умови, в яких хто-, що-небудь перебуває, існує; ситуації, зумовлені певними обставинами, умовами. *Процеси* – це послідовна зміна певних станів або явищ. Іноді говорять лише про явища та процеси, маючи на увазі, що вони у будь-якому разі перебувають у певному стані.

Отже, реальність існує незалежно від людини, а факт – ні. Для того щоб факт став власне фактом, його потрібно встановити. Відбувається це у декілька кроків.

Перший крок. Факт стає таким і виявляється доступним тільки у формі судження (висловлювання). Людина виділяє якийсь фрагмент реальності, а в ньому – певний аспект (явище, стан, процес) і формулює власне судження щодо цього фрагмента як власне знання, викладене природною мовою.

Другий крок. Відбувається перевірка (верифікація): істинне це судження чи помилкове. По суті тут факт гносеологічний порівнюють із фактом об'єктивним.

Третій крок. Якщо виявиться, що судження істинне, – те, що описане в цьому судженні, стає фактом.

З огляду на рівень об'єктивності отриманого факту виокремлюють достовірні та недостовірні факти. *Достовірний факт* – це судження, яке виявилось істинним унаслідок верифікації. *Недостовірний факт* – судження, яке виявилось хибним після його верифікації, або верифікувати яке було неможливо.

Факт у якісній журналістиці має бути лише достовірним відображенням фрагмента дійсності, адже на його основі автор створює певну модель дійсності. Недостовірні факти зумовляють викривлення такої моделі, відповідно, введуть в оману аудиторію.

Для своїх публікацій журналіст добирає факти різних типів (наукові чи буденні), а також може доповнювати їх судженнями.

Наукові факти є результатом численних перевірок дібраних даних за допомогою апробованих методів наукових досліджень (емпіричні спостереження, експерименти, соціологічні опитування, експертні висновки, статистичні дані). Наукові факти можна отримати від експертів відповідної кваліфікації, навіть самостійно, застосувавши адекватні методи.

Буденні факти є результатом безпосереднього, конкретно-чуттєвого сприйняття людиною навколишньої дійсності, що ґрунтується на єдності емоційної реакції та логічного усвідомлення того, що сталося. Джерелом буденних фактів для журналіста є пересічні громадяни як очевидці чи учасники подій або ж він сам у цій ролі.

Оціночне судження слід відокремлювати від фактів, оскільки це висловлювання, яке не містить фактичних даних, критика, оцінка дій, а також висловлювання, що не може бути витлумачене як таке, що містить фактичні дані, зокрема з огляду на характер використання мовно-стилістичних засобів (уживання гіпербол, алегорій, сатири). Оціночні судження, за Законом України «Про інформацію», не підлягають спростуванню та доведенню їх правдивості. Проте, якщо особа вважає, що оціночні судження або думки принижують її гідність, честь чи ділову репутацію, а також інші особисті немайнові права, вона вправі скористатися наданим їй законодавством *правом на відповідь*, а також на власне тлумачення справи у тому самому засобі масової інформації з метою обґрунтування безпідставності поширених суджень, надавши їм іншу оцінку.



Поміркуйте!

Перегляньте Ваше повідомлення про факт «Наш курс почав вивчення дисципліни «Жанрологія».

- Як ви встановили цей факт?
- Чи істинним є ваше судження?
- Як ви це перевірили?
- У вашому судженні повідомлено про «голий факт» чи там є оціночне судження?

У журналістських творах різних жанрів факти мають різні форми й способи відображення. Водночас один і той самий факт можна відтворити у різноманітний спосіб. Пояснюється це, зокрема, такими категоріями, як «об'єкт» і «предмет» та специфікою людського пізнання. Об'єкти як фрагменти реального світу (природні – власне природа, живі істоти тощо; штучні – машини, технології та інше; соціальні – люди в системі їх взаємодії) досягнути людині у їх повноті («скрізь-завжди-все») надзвичайно складно. Саме тому в межах кожного об'єкта люди виокремлюють певні предмети – ті частини, елементи, певні сторони об'єкта, які конкретно пізнаються за певної ситуації, відповідно до поставленої на цей момент мети («тут-зараз-щось»). Ці предмети можна просто описати, їх можна порівняти з іншими та зробити висновки, можна сформулювати певне ставлення до предмета пізнання. З цих позицій і слід розглядати факт як основу журналістського твору.

У матеріалах інформаційних жанрів факт є своєрідною опорою, фундаментом усього повідомлення. Матеріали інформаційних жанрів зазвичай ґрунтуються на одному-двох основних фактах. Рівень їх конкретизації залежить від певного жанру та авторського задуму. Так, у замітці висвітлюється один факт. А от у звіті, інтерв'ю, репортажі основний факт розгортається, уточнюється, доповнюється завдяки зверненню до другорядних фактів (деталей), пов'язаних із основним.

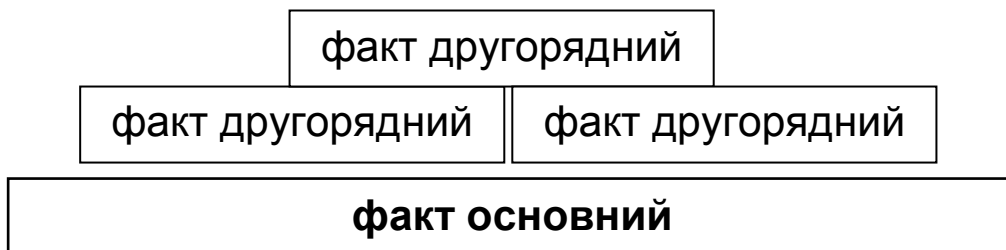


Рис. 3.1. Факт у журналістських творах інформаційних жанрів

У журналістських творах інформаційних жанрів про факт насамперед **повідомляють**. Результатом стає знання власне про факт. Саме тому факт у матеріалах інформаційних жанрів має бути виписаний чітко, конкретно, бути максимально об'єктивним. Головне завдання автора полягає тут у віднайденні потрібного цільовій аудиторії факту, його верифікації, оперативному та простому інформуванні.



Приклад

20 травня 2010 р. у місті Енську відбувся перший благодійний напівмарафон «Серденько». Участь у забігу взяли майже 100 аматорів і професійних спортсменів. Зібрані під час заходу кошти спрямовано на лікування дітей із вродженими вадами серця.

У журналістських творах аналітичних жанрів опора робиться на серію значущих для обраної теми фактів і зв'язків між ними, на основі чого формується, аргументується, пояснюється авторське судження щодо основного факту. Головним завданням автора матеріалів аналітичних жанрів є добір низки необхідних фактів, їх перевірка, встановлення їхніх взаємозв'язків, пояснення аудиторії цих фактів і їх взаємної обумовленості.

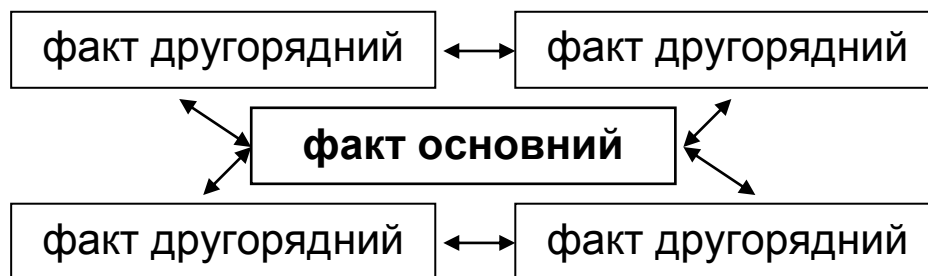


Рис. 3.2. Факт у журналістських творах аналітичних жанрів

У журналістських творах аналітичних жанрів факт передусім **раціонально осмислюють і пояснюють**. Так відбувається аргументоване тлумачення сутності певного факту і його контексту, умов, тенденцій, закономірностей розвитку певного явища стану чи процесу як факту. Внаслідок створюється нове знання про сутність, смисл відомих фактів, яке саме стає фактом.



Приклад

За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я близько 30 % новонароджених мають вроджені вади серця. Їх лікування, особливо у наших умовах, потребує значних коштів. Для допомоги таким дітям, які є й у нашому місті, в Енську відбувся перший благодійний напівмарафон «Серденько», під час якого було зібрано кошти для придбання необхідних вартісних ліків. Закуплених на ці гроші препаратів для маленьких пацієнтів міської дитячої кардіології вистачить орієнтовно на один місяць.

У журналістських творах художньо-публіцистичних жанрів факт є основою для певної авторської думки, авторського враження. І сам факт у результаті художнього домислювання, переосмислювання втрачає власну чіткість, залишається лише його змістовна «серцевина», на яку нашарову-

ються відчуття, враження, переживання. Авторське враження щодо факту зазвичай формується внаслідок типізації (відбувається шляхом утілення засобами мистецтва, літератури загального, типового в частковому, індивідуальному, в конкретних художніх образах, формах), інтерпретації (коли зміст цього факту пояснюється, тлумачиться автором), образного трактування фактів (реалізується через відтворення автором факту не шляхом документального опису, а через образ/образи як комплекс символів, разом із висловленням своїх поглядів щодо цього факту також не прямо, а в образній формі).

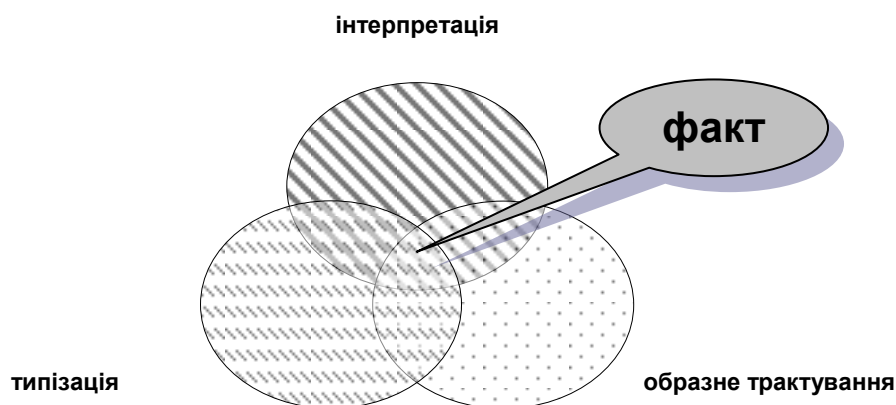


Рис. 3.3. Факт у журналістських творах художньо-публіцистичних жанрів

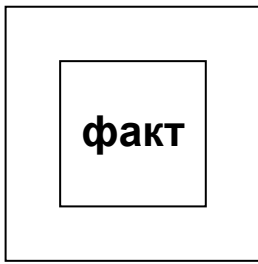
Відтак, у журналістських творах художньо-публіцистичних жанрів факт передусім *емоційно переживається*. Проте створюється емоційне переживання з приводу саме конкретного факту, відбувається його осмислення в художній формі, завдяки чому формується й відповідна емоційна реакція аудиторії, що і є завданням автора.



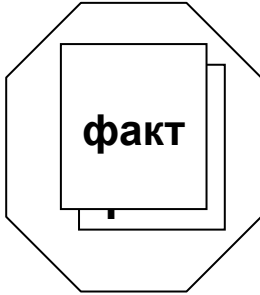
Приклад

Попри всі попередні тренування, уже на першій чверті дистанції моє серце калатало несамовито. Я біг у групі таких же марафонців-аматорів, як і сам, і глядачі, так мені здалося, особливо активно підбадьорювали саме нас. Спало на думку: а як воно зараз Павлику – маленькому пацієнтові міської дитячої кардіології? Добіжу – обов'язково підемо його провідати та передамо малим допомогу, зібрану під час цього першого в нашому місті благодійного напівмарафону «Серденько». Тримайся, моє серденько! Я біжу ...

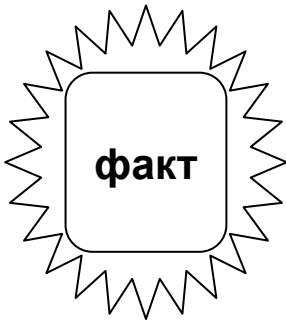
Жанр передбачає взаємну обумовленість змісту, в основі якого у журналістському творі є факт, і форми, завдяки якій факт доноситься аудиторії у різний спосіб. Саме тому кожен жанровий вид має також відповідні особливості форми подання фактів.



Матеріали інформаційних жанрів мають зазвичай чітку, усталену структуру, що відповідає чіткості факту. Аудиторія творів інформаційних жанрів має чітко уявляти, де в матеріалі викладено його «зерно» і що можна опустити, дізнавшись при цьому найголовніше.



Твори аналітичних жанрів потребують глибокого, уважного ознайомлення, оскільки їхня структура іноді буває «несхематичною», а каскад фактів змушує аудиторію бути уважною до деталей. Форма таких творів будується зазвичай за певними правилами, проте часто зумовлена саме специфікою теми, дібраних фактів.



Твори художньо-публіцистичних жанрів приваблюють аудиторію також оригінальністю форми, важливістю для емоційного сприйняття фактів. Структура таких творів зумовлена переважно авторським стилем, характером дібраного творчого інструменту.



Поміркуйте!

Перегляньте Ваше повідомлення про факт «Наш курс почав вивчення дисципліни «Жанрологія».

- До якої з груп жанрів тяжіє ваше повідомлення? Що на це вказує?
- Де місце факту у вашому повідомленні?
- Чому ви виклали це повідомлення саме у такій формі? Що на це вплинуло?
- Чи справилися ви із завданням автора, обравши певну жанрову форму?



Висновки

Фактом називають будь-який елемент дійсності чи результат пізнання дійсності. Фактами зазвичай є певні явища, стани та процеси й результати їх пізнання.

Факти можуть бути об'єктивними та гносеологічними. Об'єктивні факти не залежать від нашої свідомості, вони стосуються об'єктів природи та людської діяльності – того,

що реально. Гносеологічні факти являють собою відображення в людській свідомості об'єктивних фактів – це те, про що хтось щось знає. Журналіст зазвичай працює із гносеологічними фактами.

□ З огляду на рівень об'єктивності отриманого факту виокремлюють достовірні та недостовірні факти. Факт у якісній журналістиці має бути лише достовірним відображенням дійсності, тобто судженням, що виявилось істинним унаслідок його перевірки.

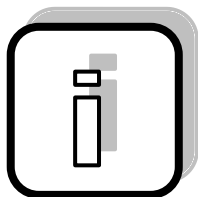
□ Для своїх публікацій журналіст добирає факти різних за походженням типів – наукові чи буденні – й може доповнювати їх судженнями – власними чи інших осіб.

□ У журналістських творах різних жанрів факти мають різні форми та способи відображення. У журналістських творах інформаційних жанрів про факт насамперед повідомляють, аналітичних жанрів – раціонально осмислюють і пояснюють, художньо-публіцистичних жанрів – факт емоційно переживається.



Запитання для самоконтролю

1. Що таке факт? Що є фактом?
2. Які є види фактів?
3. Якими є факти у журналістських творах різних жанрів? Яка їхня роль?
4. Як характер факту зумовлює вибір жанру журналістського твору?

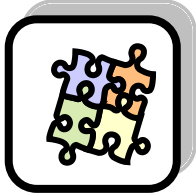


Рекомендована література

1. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста : практичне посіб. / Голуб О. П. ; Ін-т масової інформації. – К. : ТОВ «Софія-А», 2016. – 184 с.
2. Іванов В. Ф. Вимоги до роботи з фактами та джерелами інформації в мас-медіа / В. Ф. Іванов // Інформаційне суспільство. – 2015. – Вип. 22, лип.–груд. – С. 17–20.
3. Михайленко В. М. Факт як основа журналістського твору / В. М. Михайленко // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики. – 2010. – Вип. 17. – С. 287–295.
4. Недопитанський М. І. Уроки з журналістської практики : практичне посіб. / Недопитанський М. І., Карась М. А., Ільченко В. І. – К. : Україна молода, 2010. – 120 с.
5. Носке Г. Журналістика: що треба знати та вміти : книжка для читання та підручник / Носке Г. – К. : Центр вільної преси, 2017. – 312 с.

6. Посібник з верифікації [Електронний ресурс] / Європейський центр журналістики ; ред. К. Сільверман ; ред. та адаптація Українська асоціація видавців, О. Погорелов. – Режим доступу : http://verificationhandbook.com/book_ua/

7. Свалова М. Письменницька публіцистика: креативно-імперативний аспект (на матеріалі публіцистики Б. Олійника / М. Свалова // Рідний край. – 2009. – Вип. 1. – С. 104–107.



Завдання до практичної роботи

Практична робота 3.1. Методи роботи з фактом у журналістиці

Мета: закріпити набуті знання щодо методики роботи з фактом під час підготовки журналістських творів різних жанрів

Хід роботи:

1. Самостійно дібрати три приклади подання одного й того ж факту у ЗМІ різних видів та у творах різного жанру (наприклад, репортаж у газеті, фотозвіт в Інтернет-виданні, пряма трансляція на телеканалі щодо відкриття мосту після реконструкції).

2. У складі робочої групи проаналізувати дібраний матеріал щодо: способів і форм журналістської інтерпретації факту; повноти, достовірності, оперативності представлення факту аудиторії кожного ЗМІ; використання творчого інструментарію журналіста під час підготовки матеріалів різних жанрів. Зробити висновки. Підготувати звіт про результати проведеного дослідження.

3. Презентувати результати виконаного завдання в аудиторії та взяти участь в обговоренні результатів роботи інших груп.

4. ХАРАКТЕРИСТИКА ІНФОРМАЦІЙНИХ ЖАНРІВ

Інформаційні жанри є основою жанрової системи сучасних медіа. Матеріали цих жанрів нині становлять основну частину масових інформаційних потоків. Їх вважають головними носіями оперативної інформації, що дає змогу аудиторії здійснювати власний моніторинг того, що відбувається, орієнтуватися серед численних фактів життя, зрештою, формувати для себе певну картину світу.

В основі журналістських творів, виконаних в інформаційних жанрах, завжди лежить новина як просте повідомлення про певний факт. Водночас новина – це не просто коректна і зрозуміла інформація про факти. Ця інформація має стосуватися фактів, які є для цільової аудиторії: 1) актуальними; 2) новими; 3) важливими; 4) цікавими.

Актуальним є те, що становить початковий інтерес цієї аудиторії або має безпосереднє значення для певного, зазвичай пов'язаного із цією аудиторією, реального часу і простору. Актуально також те, що становить (чи може становити) предмет суспільної дискусії. Тобто повідомлення буде актуальним лише тоді, коли станом на момент надходження його до цільової аудиторії (а не на момент опублікування!) для неї зберігатиметься значущість такої інформації й вона (аудиторія) ще бажатиме говорити на такі теми. Відтак, певне повідомлення, що, як і кожне явище, має свій «життєвий» цикл, актуальним є лише тоді, коли перебуває у сфері інтересів цільової аудиторії. З огляду на це виокремлюємо: 1) потенційно актуальну; 2) актуальну; 3) неактуальну інформацію. А зважаючи на множинність аудиторій одного й того ж повідомлення, періоди такої актуальності для різних аудиторій можуть не збігатися (рис. 4.1).

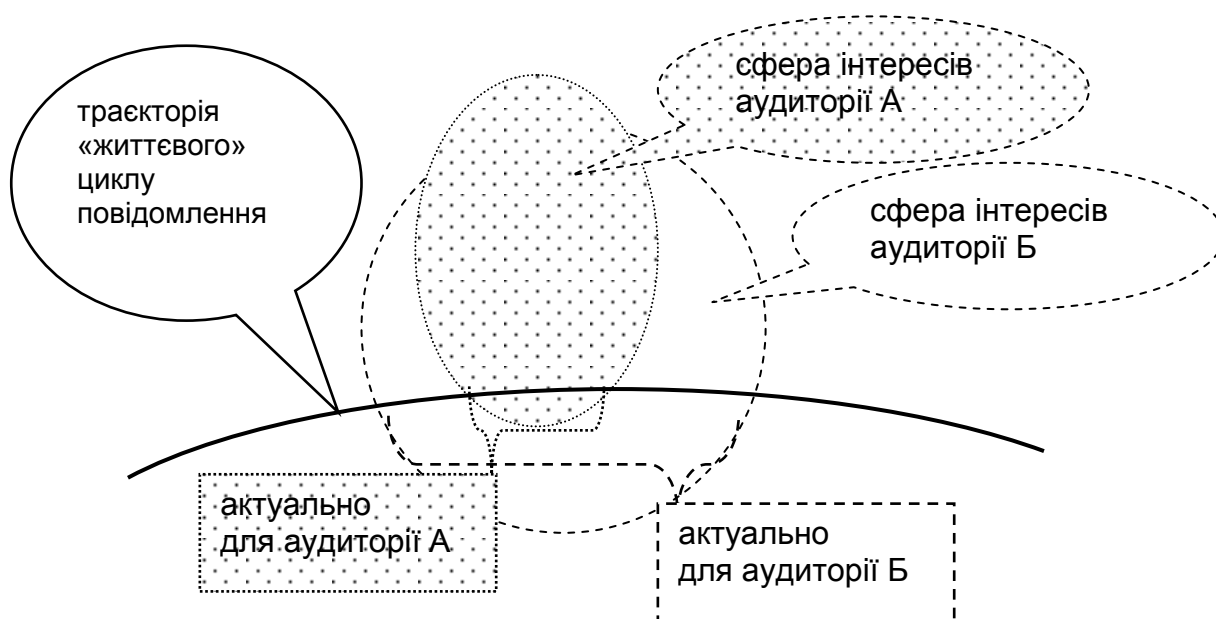


Рис. 4.1. Актуальність повідомлення та сфери інтересу аудиторії

Щодо поняття актуальності розрізняють: *щоденну актуальність* (те, що відбулося чи стало відомим щойно), *латентну* (коли як новину повідомляють факт, що був відомий раніше, але вузькому колу осіб, іншій аудиторії), *удавану* (повідомляється штучно актуалізований факт, іноді вигаданий чи з вигаданими деталями), *календарну* (факт «прив'язують» до певних дат), *самостворену актуальність* (пов'язану з так званою «акційною журналістикою», коли актуальним факт робить власне журналістська акція, що і є по суті фактом).

Новим повідомлення є тоді, коли йдеться про щось таке, що для цільової аудиторії:

– щойно з'явилося (у природний спосіб чи внаслідок штучного створення);

– нещодавно чи наново відкрите (було певний час забуте);

– раніше невідоме або інакше, ніж зазвичай, інтерпретоване.

І в цьому разі, як і з актуальністю, також слід ураховувати запити аудиторії. Наприклад, певний факт історії для молодшої аудиторії може стати новиною, натомість старша аудиторія, що була свідком описуваних подій, не сприйме таке повідомлення як новину. Певний винахід не буде новиною для вузького кола фахівців, натомість для широкого загалу це може стати сенсацією.

Важливим в інформаційному повідомленні є:

– те, чим цільова аудиторія повинна керуватися у житті, у професійній діяльності (нові закони, правила, зміни графіка руху транспорту тощо);

– те, що може бути цільовій аудиторії за орієнтир (думки політиків, експертів, попередження фахівців тощо);

– те, що потрібне власне самій цільовій аудиторії (як «робочий» інформаційний матеріал) для ухвалення певних життєвих рішень, аналізу й оцінювання явищ і процесів, її життєвого середовища тощо.

Важливість інформації, як і актуальність, також регламентовані певними часовими і просторовими параметрами: важливе «тут і сьогодні» може вже не бути важливим «там і завтра». Відтак, потреба аудиторії у важливій та актуальній інформації є чи не найбільш визначальним фактором, що спонукає журналістів подавати такі повідомлення *оперативно*.

Цікавими є факти, які привертають увагу самі собою з огляду на їхню оригінальність, нешаблонність, або завдяки оригінальній їх подачі. Так, цікавість новини є своєрідною «емоційною родзинкою», яку може дозволити собі автор журналістського твору інформаційного жанру. Проте залишається неодмінна умова – цікавий факт також має бути достовірним. І так само мають бути враховані особливості цільової аудиторії – вона повинна оцінити цю оригінальність, нешаблонність подачі.

В ідеалі в інформаційних матеріалах має бути дотримано баланс актуального, нового, важливого та цікавого. Водночас офіційні видання можуть публікувати важливі повідомлення, але вони не будуть цікавими більшості читачів, а, наприклад, телепередача із циклу «Життя зірок» може містити цікаві матеріали, хоча для більшості вони не важливі. Проте для ін-

формаційних повідомлень у будь-яких медіа вимога щодо актуальності та новизни є безумовною.

Ще однією важливою властивістю матеріалів інформаційних жанрів є їхня **інформативність**. Це означає, що текст, який відповідає цій вимозі, є носієм завершеного повідомлення, якісно й кількісно характеризує факт з урахуванням його значущості для аудиторії, новизни, актуальності. З поняттям інформативності пов'язаний і стандарт повноти повідомлення, який дає змогу аудиторії отримати повні відповіді, як мінімум, на класичні для інформаційної журналістики запитання: «хто?», «що?», «де?», «коли?». Інформативності, зокрема, додають належно дібрані цифри, цитати. До багатьох матеріалів інформаційних жанрів ставиться вимога лаконічності, що зумовлює потребу особливо ретельного сортування такої інформації у процесі підготовки твору, щоб не переобтяжувати аудиторію деталями, натомість поінформувати про факт якомога повніше.



Поміркуйте!

Перегляньте Ваше повідомлення про факт «Наш курс почав вивчення дисципліни «Жанрологія».

- Чи було воно актуальним? Якою була його актуальність?
- Чи було воно важливим? Чим обумовлювалася ця важливість?
- Чи було воно цікавим? Завдяки чому?
- Чи було воно достатньо інформативним?

Родові ознаки журналістських творів інформаційних жанрів такі: 1) їхнім предметом є повідомлення про факт (загальні вимоги до такого повідомлення ми розглянули вище); 2) таке повідомлення оперативне (момент публікації і момент події розділяє мінімальний часовий відрізок); 3) у такому повідомленні немає аналізу, коментарів, суб'єктивних оцінок чи вони скорочені до мінімуму.

У вітчизняній традиції журналістикознавства до журналістських творів інформаційних жанрів зазвичай зараховують:

– замітку (її різновидами також можна назвати такі жанри, як фотоінформація, фотоілюстрація, ілюстративна інфографіка, усне повідомлення на радіо, телебаченні, інформаційний сюжет на радіо, телебаченні, рухомий рядок);

– звіт (фотозвіт, радіо-, відеозвіт, трансляція, з відносно нових телевізійних форматів близьким є стрім);

– інтерв'ю;

– репортаж (фото-, радіо-, відеорепортаж).

Специфічну класифікацію мають новинні жанри в західній журналістиці. Так, у навчальному посібнику «Гід журналіста» [14] (він репрезентує основи французької журналістики) до інформаційних зараховуються:

– факт (співвідносний із жанром хроніки або новини);

– розширене повідомлення (замітка);

- замітка-«суміш» (поєднання кількох повідомлень різного характеру (близька до загального інформаційного огляду);
- звіт (поділяється на офіційний та звіт-свідчення – споріднений із жанром життєвої історії);
- репортаж;
- інтерв'ю;
- розслідування (завдання розслідування, на думку французьких журналістів, – передусім дати об'єктивне роз'яснення події або явища, тому його зараховують до групи інформаційних жанрів).

У німецькій журналістиці існують інші підходи до класифікації інформаційних жанрів. Так, журналіст Вальтер фон Ларош зараховує до новинних такі жанри: новина, повідомлення (кореспонденція), репортаж, нарис, інтерв'ю, опитування [44]. В. Шнайдер та П.-Й. Раузе у цьому контексті зауважують лише про новину та інтерв'ю, а репортаж зараховують до розважальної журналістики [85].

Бразильський дослідник Х. М. де Мело до інформативних жанрів, як зазначалось, зараховує: замітку, новину, репортаж, інтерв'ю. Саме через ці жанри, на думку вченого, реалізується інформативна функція як функція соціального спостереження, що уможливорює задовольнити соціальну потребу і потребу громадян знати [91].

За класифікацією О. Тертичного, до групи інформаційних жанрів належать: замітка, звіт, інтерв'ю, інформаційна кореспонденція, бліц-опитування, запитання – відповідь, репортаж, некролог. Проте, оскільки журналістські жанри змінюються, розширюються, збагачуються, а всередині самих жанрів з'являються відповідно до змісту, функцій і мети комунікативної ситуації нові різновиди жанрів, він також спостерігає збагачення групи інформаційних жанрів такими, як: міні-рецензія, міні-порада, міні-історія, бліц-портрет тощо [76, с. 54, 62]. Зокрема, коли взяти за приклад такий не зовсім «класичний» жанр бліц-портрета, то дослідник його визначає як інформаційний жанр медіа, що містить короткі відомості про людину з метою ознайомлення аудиторії з нею чи поглиблення «фонових» знань про неї. Основною метою бліц-портрета є презентація об'єктивного, структурованого уявлення про особу. Структура повідомлення такого жанру передбачає відтворення основної інформації про певну особу у стислій формі з акцентом на репрезентативні характеристики цієї людини в різних сферах її життя. Так, на наш погляд, тут поєднуються ознаки замітки й замальовки.

Отже, інформаційні жанри мають широкі можливості для взаємопроникнення. Коли прослідкувати, у який спосіб і чому в інформаційних жанрах виявляється явище дифузії, то можемо вийти на запит аудиторії щодо комплексного відтворення фактів дійсності, де поєднуються інформування та пояснення. В інформаційних жанрах це виявляється шляхом поєднання власне подієвої інформації з її оцінкою різними суб'єктами, коментарем. Саме з огляду на це явище можемо виокремлювати такий жанровий різновид, як інформаційна кореспонденція, що містить окремі елементи аналітичних жанрів. Як жанровий різновид журналістських інформаційних телерадіоматеріалів. Для прикладу також можемо назвати перекличку. Пере-

кличка – це жанр телевізійної та радіожурналістики, що передбачає одночасний зв'язок із декількома кореспондентами, які перебувають у різних місцях, поєднання жанрових елементів репортажу, інтерв'ю та коментарю.

Окрему категорію візуальних журналістських творів становлять фотоматеріали. Відповідно виокремлюють і низку інформаційних жанрів фотожурналістики, до яких належать фотоінформація, фоторепортаж, фотоко-респонденція, фотоілюстрація. Усі ці жанри – це відповідні форми структурної організації візуального повідомлення, що уможливує дати наочне, несловесне уявлення про подію, факт, явище, предмет або об'єкт і за допомогою мінімального доданого тексту сформулювати їхній зміст.

Також характерною ознакою сучасної преси та онлайнмедіа є використання інфографіки. Інфографіку можемо розглядати і як ілюстративний елемент матеріалів інших жанрів, і як самостійний журналістський візуальний твір. Адже інфографіка може виконувати не лише ілюстративну функцію – дедалі більше інформаційних матеріалів нині подається у формі зображень. Загалом поширене використання таких матеріалів відображає сучасну тенденцію до візуалізації інформації в мас-медійному просторі, посилення впливу якості дизайну на вибір аудиторії. Інформативне збагачення та значущість є первинними якостями, заради яких медіа звертаються до інфографіки.

На телебаченні та в Інтернет-ЗМІ новини також транслуються у формі рухомого рядка чи повідомлень, котрі спливають. Така форма подання новин також може розглядатися як окремий жанровий різновид. До речі, в газетах теж практикують подібні форми повідомлень, розміщуючи таку «інформаційну стрічку» вгорі чи внизу кожної полоси. Це коротке повідомлення водночас має містити повідомлення на джерело та передавати основну суть факту.

Різні жанри журналістських творів, про що вже йшлося, мають не лише відповідні форму й зміст, але й зумовлюють застосування певного характерного набору методів збирання інформації та відтворення фактів реальності автором. Ці творчі рамки для інформаційних жанрів журналістських творів можуть бути подані у такий спосіб (табл. 4.1).

Таблиця 4.1

Інформаційні жанри: форма, зміст і методи

Жанр	Форма та зміст твору	Методи збирання інформації та відтворення фактів автором
змітка	просте повідомлення про факт	«спостерігаю, дізнаюся»; «переповідаю, що бачив/дізнався»
звіт	деталізоване повідомлення про те, що говорять про факт, або про сказане як факт	«спостерігаю, ретранслую»; «передаю побачене й почуте», для аналітичного звіту – «... і коментую»
інтерв'ю	деталізоване повідомлення про те, що знають про факт	«запитую», «запитання – відповідь»; «переповідаю, що мені сказали»
репортаж	деталізоване повідомлення про те, яким є факт і зсередини, як відчувається факт	«спостерігаю, дізнаюся, беру участь»; «розповідаю, що бачив, чув і відчував та що казали»

Отже, інформаційні жанри журналістських творів динамічно взаємодіють та невпинно розвиваються. Далі ми детально розглянемо специфіку таких найпоширеніших у сучасних українських медіа жанрів, як замітка, звіт, інтерв'ю та репортаж, зважаючи на їхні різновиди.



Висновки

□ В основі журналістських творів, виконаних в інформаційних жанрах, завжди лежить новина як просте повідомлення про певний факт. Новиною є не просто коректна і зрозуміла інформація про факти. Ця інформація має стосуватися фактів, які є для цільової аудиторії: 1) актуальними; 2) новими; 3) важливими; 4) цікавими.

□ Родовими ознаками журналістських творів інформаційних жанрів є такі: 1) їхнім предметом є повідомлення про факт (загальні вимоги щодо такого повідомлення ми розглянули вище); 2) таке повідомлення є оперативним (момент публікації та момент події розділяє мінімальний часовий відрізок); 3) у такому повідомленні немає чи скорочені до мінімуму аналізи, коментарі, суб'єктивні оцінки.

□ Основними інформаційними жанрами журналістських творів є замітка, звіт, інтерв'ю, репортаж.

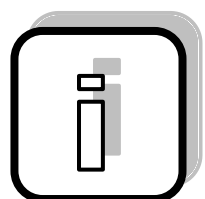


Запитання для самоконтролю

1. Які особливі вимоги ставляться до висвітлення факту в матеріалах інформаційних жанрів?

2. Назвіть родові ознаки журналістських творів інформаційних жанрів.

3. Які жанри журналістських творів належать до інформаційних?



Рекомендована література

1. Балалаєва О. Ю. Класифікація жанрів новинної журналістики: вітчизняні та зарубіжні підходи / О. Ю. Балалаєва // Вісник Харківського нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. Серія: Соціальні комунікації. – 2017. – Вип. 12. – С. 36–39.

2. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія / М. К. Василенко. – К. : Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2006. – 238 с.

3. Гарматій О. В. Інформаційні жанри як пріоритетні у практиці інформгентств / О. В. Гарматій // Поліграфія і видавнича справа. – 2015. – Вип. 1 (169). – С. 141–148.

4. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста : практ. посіб. / О. П. Голуб ; Ін-т масової інформації. – К. : ТОВ «Софія-А», 2016. – 184 с.

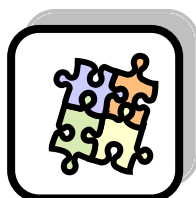
5. Вольфф Ф. Журналістика газет і журналів / Вольфф Ф. – Вид. 2-ге, перероб. ; пер з нім. В. Климченка. – К. : Центр вільної преси, 2017. – 377 с.

6. Лешко У. Типологія жанрів Інтернет-журналістики / У. Лешко // Вісник Львівського університету. Серія: журналістика. – 2018. – Вип. 44. – С. 246–253.

7. Назаренко Г. І. Інформаційні жанри журналістики : навч. посіб. / Назаренко Г. І. – К. : НАУ, 2010. – 114 с.

8. Недопитанський М. І. Уроки з журналістської практики : практич. посіб. / Недопитанський М. І., Карась М. А., Ільченко В. І. – К. : Україна молода, 2010. – 120 с.

9. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / В. Шнайдер, П.-Й. Рауе ; пер. з нім. В. Климченка ; за заг. ред. В. Іванова. – К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. – 358 с.



Завдання до практичної роботи

Практична робота 4.1. Характеристика журналістських творів інформаційних жанрів

Мета: закріпити набуті знання щодо спільних особливостей форми, структури та змісту журналістських творів інформаційних жанрів і підходів до класифікації цих жанрів.

Хід роботи:

1. Самостійно дібрати з різних ЗМІ три матеріали різних інформаційних жанрів та виокремити їхні найхарактерніші формальні, структурні, змістовні ознаки.

2. На підставі дібраного матеріалу скласти порівняльну таблицю та подати її викладачеві.

Виконавець

Інформаційні жанри журналістського твору

Жанр	Найбільш характерні ознаки жанру	Характерний приклад

3. Презентувати підсумки виконання завдання в аудиторії. Визначити найбільш та найменш поширені жанри. Взяти участь в обговоренні результатів виконання роботи іншими студентами.

Практична робота 4.2. Ознаки журналістських творів інформаційних жанрів

Мета: закріпити набуті знання щодо ознак журналістських творів інформаційних жанрів.

Хід роботи:

1. Проаналізувати наведені фрагменти журналістських творів і виокремити їхні найбільш характерні ознаки з огляду на зміст та засоби висвітлення факту.

2. На підставі дібраного матеріалу скласти порівняльну таблицю, де зазначити номер фрагмента тексту, висновок щодо належності твору до групи інформаційних жанрів та обґрунтування такого висновку. Таблицю подати викладачеві.

3. Обговорити в аудиторії результати виконання завдання.

Фрагмент 1.

«... Я завжди з великою повагою ставилася до медсестер. Мене виховала прабабуся, яка працювала акушеркою, а потім головною медсестрою в лікарні в передмісті Луганська. Від неї перейняла звичку до чистоти, суворе дотримання правил гігієни та розуміння, наскільки важливою сферою є медсестринство. Необхідно розвивати медсестринську освіту й заохочувати активну молодь іти у цю сферу».

Фрагмент 2.

«... У Дніпрі для проїзду у спецтранспорті цими вихідними буде потрібна довідка з роботи. Із 13:00 суботи, 18 квітня, до 06:00 ранку понеділка, 20 квітня, для проїзду у спецтранспорті Дніпра буде потрібно пред'явити не лише спецквиток і посвідчення особи, але й довідку з роботи.

Таке рішення ухвалила Дніпропетровська регіональна комісія з питань техногенно-екологічної безпеки і надзвичайних ситуацій, поінформували у пресслужбі Дніпровської міської ради».

Фрагмент 3.

«... Жодна партія ще не зверталася до НАЗК щодо відмови від державного фінансування. Про це заявив глава НАЗК Олександр Новіков, відповідаючи на запитання, чи надходили до НАЗК відповідні заяви від будь-якої з партій. Він зазначив, що до 21 квітня партії мали змогу відмовитися від фінансування тільки на всі п'ять років каденції Верховної Ради».

Фрагмент 4.

«... – Введені через пандемію заходи різко обмежили свободу пересування. Що буде із Шенгенською зоною? Європейці зможуть і надалі пересуватися без кордонів, чи про ту свободу пересування, яка була до кризи, треба забути?»

– Хочу наголосити ще раз на цьому: свобода подорожей Європою, яку нам дала Шенгенська угода, – одне із найбільших та найважливіших досягнень європейського об'єднання. Чотири основні свободи надали нам усім багато переваг. Зараз же ми маємо думати про годинні очікування, які виникли через закриття кордонів. По-перше, жодна розумна людина не може вважати це за мету. По-друге, жодна розумна людина не може повірити, що це добре. І дуже погано, що ми маємо ці багатогодинні очікування на зовнішніх кордонах Шенгену. Українцям це дуже добре відомо.

– Чи матиме коронакриза наслідки для перспектив розширення ЄС? Україна сподівається все ж стати колись частиною великої європейської родини. Зараз шанси на це зменшуються?

– У цьому питанні ЄС продемонстрував свою дієздатність, хоч і з певним зволіканням. Переговори про приєднання наразі мають розпочатися з Албанією та Македонією (зараз офіційно Північна Македонія). І це добре. Країни Південно-Східної Європи, безсумнівно, належать до Європи».

Фрагмент 5.

«... Бразильським півзахисником донецького «Шахтаря» Тете зацікавилися два клуби англійської Прем'єр-ліги», – повідомляє Globo Esporte. «Ньюкасл» і «Лістер» уже зв'язалися з донецьким клубом і запросили інформацію про трансферну вартість 20-річного бразильця. «Гірники» мають намір продати хавбека за 70 мільйонів євро. Зазначається, що «Рома» і «Мілан» також вели перемовини з «Шахтарем», але почули про таку ж позицію».

Фрагмент 6.

«... – У якому стані вам дісталася лікарня?»

– Це дуже велика машина. Щоб вона запрацювала, як швейцарський годинник, і давала добрі результати для медицини Львівщини та прилеглих регіонів, у лікарню потрібно влити дуже велику суму коштів. Тоді вона зможе стати однією з найпотужніших клінік.

– Де ви плануєте взяти ці фінансові ресурси?

– Джерела фінансування мають бути різні. Одне з пер-

ших джерел – кошти міста, що мають надійти в лікарню. Друге джерело – це кошти, які лікарня може заробити, надаючи платні медичні послуги, передбачені законом. І третє, одне з найважливіших джерел, завдяки яким функціонують лікарні в європейських країнах, – це гранти, різні комплексні проекти, вигравши які в лікарню можна зробити великі вкладення».

Фрагмент 7.

«... У другій половині дня в Поясківському лісництві Білокоровицького лісгоспу виникла пожежа, яка одразу ж набула загрозливих масштабів. Про це інформує пресслужба Житомирського обласного управління лісового та мисливського господарства.

«На цей час на локалізації пожежі працює близько 50 осіб лісової охорони й більше 10 одиниць техніки. До гасіння долучилися 25 рятувальників із 4 автоцистернами, працює авіація. На допомогу прибувають пожежні ланки сусідніх лісгоспів», – йдеться в повідомленні.

Одночасно триває гасіння вогню в Велидницькому лісництві та в Словечанському лісгоспі».

5. ЗАМІТКА

Новини – це те, що завжди приваблювало масову аудиторію. Короткі актуальні події повідомлення і нині є основою контенту більшості медіа. Такі повідомлення можуть подаватись у різних жанрових різновидах. Як базовий жанр розглянемо замітку.

Замітка – це найпростіший жанр оперативного повідомлення. Основні ознаки: відносно стисліла подача новини, лаконічність, точність і зрозумілість для масової аудиторії. Замітку викладають нейтральною лексикою, до того ж дібрані для висвітлення факту слова мають однозначно передавати суть повідомлення, не бути оцінювальними й не містити емоційного забарвлення.

Цінність замітки насамперед полягає в її новизні, актуальності, оперативності. Зауважимо, інформативність замітки може бути обмежена до мінімально необхідного для розкриття факту. Головне для замітки – стислий виклад події, повідомлення про існування (або відсутність) певного факту чи явища, про основні ознаки явища, події, проблеми. І найважливіше – цей матеріал неодмінно має сприйматись аудиторією як новина.

З огляду на зазначені вимоги важливо, щоб мова замітки була стислою і точною. Особливо слід бути точними у поданні імен і прізвищ, назв посад, організацій тощо. Професійний жаргон, аббревіатури в таких матеріалах недопустимі. Наприклад, словосполучення «ведуться роботи з благоустрою житлового масиву» з виступу посадовця на прес-конференції у замітці доречніше передати як «житловий масив упорядковують». Якщо окремі фазові терміни не мають відповідника у повсякденній мові, їх слід пояснити.

Основні жанрові особливості замітки:

- сконденсованість матеріалу – максимально можлива інформативна насиченість тексту;

- економність викладення – мінімальна кількість слів для повідомлення про факт;

- висока оперативність – аудиторія має отримати замітку максимально швидко;

- універсальність – тематика замітки нічим не обмежена, текст розрахований на наймасовішу, найуніверсальнішу аудиторію;

- простота – лексичний, синтаксичний і стилістичний виклад мають бути максимально спрощеними, однак не примітивними;

- точність і конкретність – текст не має містити жодних загальних фраз, «ліричних відступів», натомість краще наводити цифри, назви, прізвища, короткі цитати;

- повідомлення лише одного факту – факт у замітці має бути одиничним, а змістова інформація про нього – без додаткових відомостей, деталей, подробиць, у яких факт не «загубиться».

Структура замітки охоплює такі елементи: *заголовок – лід – зачин – деталі*.

Заголовок має привернути увагу і в загальних рисах поінформувати про факт. Більшість людей читає тільки заголовки.

У ліді, як у вступі до новини, викладається основний зміст («змістовне ядро») повідомлення. У друкованих ЗМІ лід може виділятися шрифтом для привернення уваги читача.

У зачині – першому реченні власне повідомлення – слід повідомити про головне й водночас зацікавити аудиторію. У зачині зазвичай окреслюють проблему, суть події, наводять слова офіційної особи, результат того, що трапилось, описують усе це у конкретному числовому вимірі, якщо таке можливо, тощо.

Далі наводяться деталі, які розкривають факт. Також у замітці може йтися про те, що буде далі, про наступні кроки учасників подій; що означає описане явище для аудиторії; якщо це важливо для аудиторії, подається також деталізація майбутнього.

У такий спосіб текст замітки вибудовується за законом перевернутої піраміди: спочатку максимально конкретно – власне новина (лід та зачин), потім – подробиці й деталі. Але не кожна замітка має таку чітку побудову. За способом подання структури та змісту заміток їх часом поділяють на «тверді» і «м'які».

«Тверда» замітка є базовим видом творів такого жанру, під час написання якого автор чітко («твердо») дотримався поширених правил створення замітки. В основі цих правил – відомий стандарт подання новин як сукупності відповідей на п'ять запитань: «хто?», «що?», «де?», «коли?», «як?». Сучасні практики також додають до них ще два запитання: «чому?» і «звідки?». Відповідь на запитання «чому?» збагачує бачення події. А з огляду на стандарти якісної журналістики відповідь на запитання «звідки?» має вказувати на джерело інформації. Читач (глядач, слухач) має усвідомлювати, коли саме журналіст подає цитату, й має бути поінформований про автора, якого цитують. Це також регламентовано ustalеним стандартом якісної журналістики відокремлення фактів і міркувань.

«М'яка» замітка передбачає менш суворе дотримання цих правил: крім висвітлення зазначених питань, можлива наявність у тексті супровідних подробиць, промовистих деталей, пожвавлення сухого інформаційного повідомлення образним рядом. Як деталь, наприклад, може наводитись цитата провідного учасника події чи певні числові дані. Слід зважати, що кількісна (наприклад, статистична) інформація має межі сприйняття і засвоюється тільки у порівнянні або через відсоткові показники. Проте, щоб не вийти за межі жанру, авторові важливо не захоплюватись образами. Найкраще обирати лише один із них, але красномовний, такий, що відображає зміст події. І залишається ключова вимога: у замітці не має бути авторського «Я».

Як слушно зауважує німецький журналіст Ф. Вольфф, більшість гарних заміток можна звести до трьох класичних речень (рис. 5.1). Так, термін «речення», дійсно, часто означає граматичну одиницю. Однак не-

обов'язково, щоб так звана «замітка на три речення» справді складалась із лише трьох речень. Цілком може бути й четверте речення, якщо воно покращує стиль і висвітлює зміст.

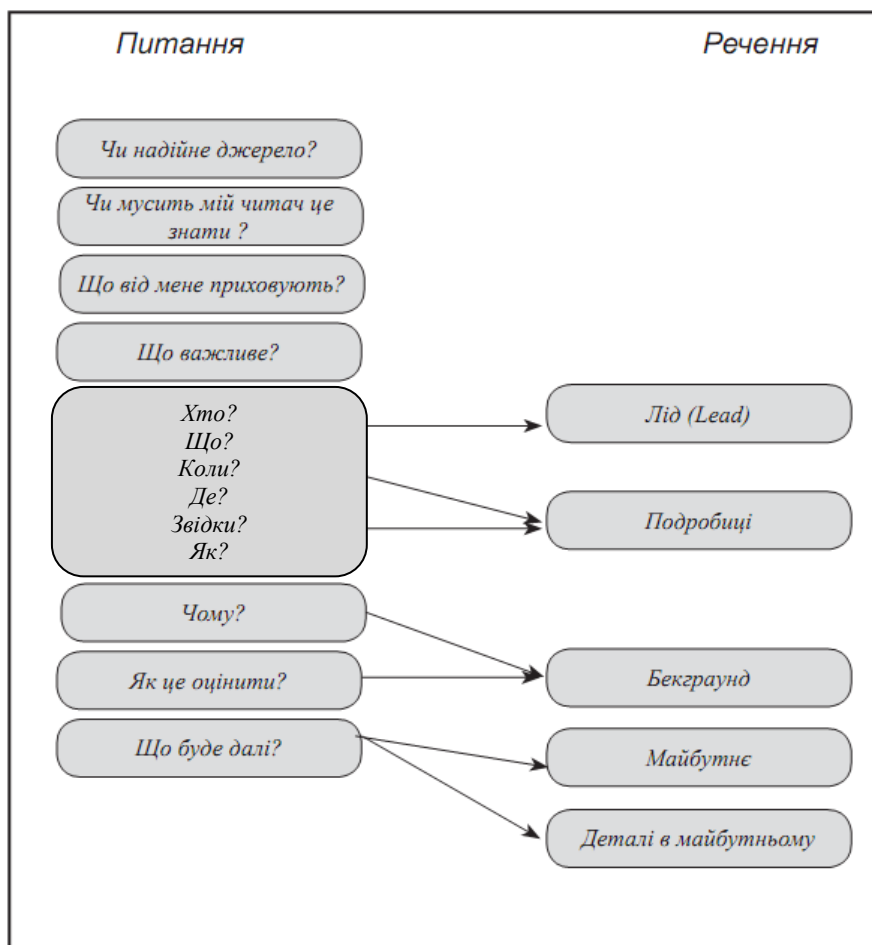


Рис. 5.1. Структура замітки у газеті та стрічці новин інформаційного агентства [10, с. 70]

У першому реченні – ліді – зазвичай містяться відповіді на запитання «хто?» і «що?». Друге речення – це подробиці. Тут подаються відповіді на решту запитань, у тому числі запитання «звідки?», тобто про джерело інформації. Третє речення називають пояснювальним. У ньому зазвичай стисло подається максимально повна інформація щодо «фону» факту – причини, зв'язки, попередня історія, решта того, що прояснює запитання «чому?». Інколи в такому реченні йдеться і про те, що буде далі. Це може бути те саме четверте речення – речення про майбутнє.

Кожен тип ЗМІ може формувати власні вимоги щодо структури замітки. Так, дещо по-іншому виглядає структура журнальної замітки, адже, порівняно зі стрічкою новин інформаційного агентства та газетою, журнал менш оперативний. У журналі замітка часто будується хронологічно, за можливості стосується певної дійової особи. Часто вступ має форму «речення-буксира» або тези. Позначена в такий спосіб проблема далі описується, зображуються її розвиток та деталі. При цьому важливу роль відіграють сценарії.

нічні елементи і цитати. Замітка зосереджується на новому й інколи завершується натяком на подальші проблеми або позначає відкриті питання, що додають напруги розказаній історії. На відміну від газетної замітки, журнальну здебільшого щедро ілюструють фотографіями або графікою.



Поміркуйте!

Викладіть факт «Наш курс почав вивчення дисципліни «Жанрологія» у формі замітки трьома реченнями, що матиме:

- заголовок;
- лід;
- речення-деталізацію;
- речення-пояснення.

Чи отримає аудиторія цього повідомлення відповіді на запитання, подані на рис. 5.1?

Технологія підготовки замітки передбачає такі основні етапи:

- 1) добір факту, про який повідомлятиметься, з масиву фактів, доступних автору випадково чи внаслідок цілеспрямованого пошуку;
- 2) перевірка надійності джерела інформації, з'ясування деталей, перевірка достовірності факту і його деталей;
- 3) вибір форми подання факту, підготовка власне матеріалу;
- 4) опублікування матеріалу.

За змістовою домінантою виокремлюють такі види заміток:

– *подієва* – головним змістом такої замітки є простий опис події у певній галузі людської діяльності як факт;

– *замітка-анонс* – попереднє повідомлення про подію, що має відбутися. Основна мета такого анонсу – дати коротку, об'єктивну інформацію про час і основні характеристики запланованої події, про найбільш важливі її етапи та наслідки. Переважно використовуються для матеріалів зі сфери культури, суспільного життя;

– *замітка-анотація* – це коротке оперативне повідомлення про вже довершений факт. Часто в центрі уваги такої замітки – певна подія (вихід нової продукції, суспільнозначущий захід тощо). Зазвичай анотація передує детальній розповіді про цю подію, явище;

– *замітка-міні-рецензія* – коротке оперативне повідомлення зазвичай про мистецьке явище чи подію (кінофільм, вистава, концерт). У такому типі замітки міститься й коротка оцінка, основою якої є певні характеристики явища чи події (якість гри, тема, декорації, адекватність кастигунгу, зв'язок із першоджерелом: книгою, п'єсою);

– *замітка-міні-огляд* – основою такого матеріалу є не одна подія чи явище, а їх сукупність;

– *замітка-міні-історія*, в якій предметом є життєва соціально-психологічна, сімейна, любовна або професійна інтрига, сюжет, пов'язані зі стосунками людей. Основне призначення матеріалу такого жанру – розважити аудиторію;

– *замітка-міні-порада* становить собою замітку з певною «програмною» інформацією. Мета такого матеріалу – надати аудиторії знання про порядок дій, що веде до певного результату.

Деякі зауваження слід зробити також щодо споріднених із заміткою візуальних журналістських творів. Так, в основі фотоінформації (в окремих джерелах типологічно споріднений жанр має ще назву фотозамітка) лежить одиничний факт, повідомлення про який дає глядачеві й читачеві розуміння того, де, коли, з ким і з якими першими наслідками він трапився. Фотоінформація – найбільш оперативна форма відображення дійсності та форма її фіксації, яка раніше за інших виокремилась в особливий жанр фотожурналістики. Фотозамітка, як і замітка текстова, має такі ж структурно-типологічні ознаки: в основі матеріалу – один факт, поданий на фотографії, доданий лаконічний текст; дотримання вимог щодо оперативності, новизни, конкретності.

На практиці виокремлюють три різновиди фотоінформації:

- 1) некоментована;
- 2) коментована;
- 3) розгорнута.

Обсяг текстової інформації в них, як правило, обмежується повідомленням про один факт. Різниця полягає лише в окресленні деталей за допомогою короткого тексту (підпису). Некоментовану фотоінформацію часто вміщують під рубрикою «Фотофакт», а для розуміння її змісту дають досить короткий підпис. Коментована фотоінформація супроводжується більш деталізованим підписом із поясненням суті явища, події, зображених на світлині. Розгорнута фотоінформація складається з кількох знімків, які фіксують певний факт, взаємно доповнюючи один одного, містить підпис.

Спорідненим із заміткою можна назвати й жанр ілюстративної інфографіки, що є візуальним твором, який відтворює факт візуальними засобами – через малюнок чи колаж. Прикладами таких творів можуть бути зображення: емблеми свята, що відбулось; ключової цифри, що ілюструє явище; колажу з архівних фотографій, що стосуються різних етапів історії міста, яке відзначає ювілей, тощо.

Серед близьких до замітки жанрів радіо-, тележурналістики виокремлюють такі:

- усне повідомлення (інформація, новина) (зазвичай короткий виклад новини, аналогічний за структурою до «замітки трьома реченнями»);
- сюжет (розширене повідомлення, де поєднано розповідь автора чи ведучого із аудіо-, відеоматеріалами, що розкривають факт, аналогічне «м'якій замітці»);
- рухомий рядок (лаконічне повідомлення про факт, по суті – лід, або ж подібне до замітки-анонсу та замітки-анотації).



Висновки

- Замітка – це жанр оперативного повідомлення, що стисло, точно та емоційно нейтрально подає новину.
- Структура замітки охоплює такі елементи: заголовок – лід – зачин – деталі. Кожен тип ЗМІ може формувати власні вимоги до структури замітки.

□ За способом подання структури та змісту заміток їх часом поділяють на «тверді» і «м'які» замітки. «Тверда» замітка є базовим видом творів такого жанру, під час написання якого автор чітко («твердо») дотримався поширених правил створення замітки. «М'яка» замітка передбачає менш суворе дотримання цих правил: крім висвітлення зазначених питань, можлива наявність у тексті супровідних подробиць, промовистих деталей, поживлення сухого інформаційного повідомлення образним рядом.

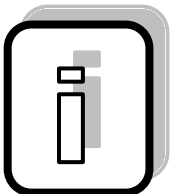
□ За змістом замітка може бути така: подієва, замітка-анонс, замітка-анотація, замітка-міні-рецензія, замітка-міні-огляд, замітка-міні-історія, замітка-міні-порада.

□ Спорідненими із жанром замітки є такі жанри фотожурналістики, як фотоінформація, фотозамітка, фотофакт. Серед близьких до замітки жанрів радіо-, тележурналістики виокремлюють: усне повідомлення (інформація, новина), сюжет, рухомий рядок.



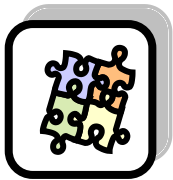
Запитання для самоконтролю

1. Назвіть особливості замітки.
2. Яка є класична структура замітки?
3. Які є види заміток?
4. Які жанри, споріднені із жанром замітки, існують у фото-, радіо-, тележурналістиці?



Рекомендована література

1. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія / М. К. Василенко. – К. : Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2006. – 238 с.
2. Вольфф Ф. Журналістика газет і журналів / Вольфф Ф. – Вид. 2-ге, перероб. ; пер з нім. В. Климченка. – К. : Центр вільної преси, 2017. – 377 с.
3. Кузнецова О. Д. Диференціація заміток преси на види / О. Д. Кузнецова // Зб. праць бібліотеки НАНУ ім. В. Стефаника. – 2015. – С. 127–139.
4. Мой Д. Телевізійна журналістика / Д. Мой, М. Ордольтф ; за заг. ред. В. Ф. Іванова ; пер. з нім. В. Климченка. – К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. – 234 с.
5. Назаренко Г. І. Інформаційні жанри журналістики : навч. посіб. / Назаренко Г. І. – К. : НАУ, 2010. – 114 с.
6. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / В. Шнайдер, П.-Й. Рауе ; пер. з нім. В. Климченка ; за заг. ред. В. Іванова. – К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. – 358 с.



Завдання до практичної роботи

Практична робота 5.1. Аналіз формальних, структурних та змістовних ознак замітки

Мета: закріпити набуті знання щодо характерних особливостей жанру замітки.

Хід роботи:

1. Дібрати з різних ЗМІ три матеріали у жанрі замітки різних видів та порівняти їх за такими параметрами:

1) формальні ознаки:

– обсяг (кількість речень);

– заголовки, лід (зазначити наявність, навести);

– графічне оформлення, ілюстрації;

2) структурні ознаки (проілюструвати фрагментами тексту): хто? що? де? коли? як? чому? звідки інформація?;

3) змістовні ознаки (наявність/відсутність):

– актуальність, новизна, важливість, цікавість;

– викладення факту;

– пояснення, коментування;

– образність викладення;

– висновки, прогнози;

– вид замітки.

2. Результати подати у формі порівняльної таблиці, коректно зазначивши посилання на джерело, та надати викладачеві.

3. Подати результати роботи в аудиторії, порівняти їх.

Практична робота 5.2. Підготовка журналістського твору в жанрі замітки

Мета: набути навичок щодо створення журналістського твору в жанрі замітки.

Хід роботи:

1. Підготувати власний матеріал у жанрі замітки на самостійно обрану тему.

2. Ознайомитися з матеріалами, підготовленими іншими студентами.

3. Проаналізувати і підготувати рецензію на замітку, підготовлену іншим студентом.

4. Обговорити підсумки виконання роботи в аудиторії.

6. ЗВІТ

Журналіст як своєрідний представник аудиторії свого медіа буває на різних заходах. Чи не найпростіший спосіб повідомити аудиторії, яка його «уповноважила» там побувати, – це розповісти про побачене й почуте буквально – звітувати.

Звіт – жанр журналістського твору, що являє собою інформаційне повідомлення про перебіг публічного заходу (події), в якому брала участь певна група людей, котра обговорювала та/або вирішувала суспільно важливі питання, здійснювала іншу публічну діяльність, що становить суспільний інтерес. Такими подіями переважно є ті, що пов'язані з певним видом комунікативної діяльності: наради, конференції, з'їзди, сесії, мітинги, інші громадсько-політичні акції, поїздки урядових осіб, судові процеси, виставки, а також спортивні змагання, концерти тощо.

Звіт є передусім інформаційним жанром, проте додавання до викладення промов, реплік, загального опису перебігу події, про яку йдеться, окремих оцінних елементів (коментар журналіста, експерта, учасника) може бути підставою для зарахування такого журналістського твору до групи аналітичних жанрів. Це зумовлює можливість виокремлення таких двох піджанрів:

- інформаційний звіт;
- аналітичний звіт.

Далі йтиметься про інформаційний звіт як один із характерних інформаційних жанрів журналістських творів.

У звіті журналіст документально і реферативно розповідає (тобто «звітує» перед аудиторією) про подію, яку він спостерігав чи яку наразі спостерігає. На відміну від замітки, де подію лише коротко викладають, від кореспонденції, де подію описують з деталями, від репортажу, де в подію «занурюються», у звіті автор показує, як подія розгорталась, подає її внутрішній рух, її перебіг. До того ж це робиться у формі відстороненого опису. Авторська позиція в інформаційному звіті виражена в доборі фактів, поданні тих чи інших подробиць, у тому, на яких саме деталях він акцентує увагу читацької (глядацької, слухацької) аудиторії. Звіт може містити елементи журналістського коментарю. Разом із точним повідомленням про виступи (промови, репліки) у його тексті можуть бути елементи аналізу й оцінки. Але аналітичну роботу виконує не журналіст, який готує інформаційний звіт, а учасники заходу.

Для підготовки звіту журналіст має особисто побачити й почути, що відбулося. Саме про це він пише або розповідає в ефірі, унаслідок чого картина події стає зрозумілою для читача (глядача, слухача). Так, сучасні комунікативні засоби дають змогу авторові спостерігати за подією і безпосередньо, і дистанційно. Як джерела для звітів також використовують офіційні стенограми, аудіо- та відеозаписи подій, зроблені прес-службами.

Однак слід наголосити: хоча прес-релізи та прес-звіти органів публічної влади нині в Україні та за кордоном зараховують до найпоширеніших жанрів медіа-публікацій [13, с. 48–56], журналістові слід дуже відповідально ставитись до використання їх як джерела інформації. Зазвичай повна публікація прес-релізу чи офіційного звіту як матеріалів, підготовлених не редакцією, працівниками певних прес-служб, засвідчує відповідну редакційну політику. У низці видань прес-релізи чи офіційні звіти не публікують принципово, проте можуть на їх основі підготувати власний матеріал. Тож останнім часом низка медіаекспертів акцентує на такій ваді сучасних регіональних медіа, як «прес-релізм» – некритичне масове використання прес-релізів як основного джерела власних повідомлень [28]. Проблема в тому, що у звітах, підготовлених прес-службами, зазвичай уже зроблено акценти, вигідні організації, «відфільтровано» тексти промов тощо, і це часто не відповідає критерію об'єктивності.

Слід розрізняти звіт як журналістський твір і звіт певної організації, наукового, творчого колективу про підсумки роботи за певний період. Різниця між ними у суб'єкті звітування – у першому випадку, як уже зауважувалося, звітує журналіст, а в другому – організація чи колектив. Звіти організацій можуть бути основою журналістських творів, але інших інформаційних, а також аналітичних жанрів.

Маючи ті ж основні сутнісні ознаки, що й інші інформаційні жанри, інформаційний звіт передусім характеризується так:

- в основі звіту – максимально повна розповідь про конкретну з чіткими часово-просторовими межами подію, яку журналіст спостерігав особисто;

- у звіті більше уваги приділяють тому, ЯК проходила подія (публічний захід), і розкривають її деталі;

- повідомляють, у якому порядку, за яким «сценарієм» розгорталась подія;

- описують, ХТО був присутній і ЩО сказав, як реагував на висловлювання інших;

- суттєвим елементом звіту є деталі події, до того ж зазвичай не через опис ситуації, а через репліки учасників.

На відміну від репортажу, у звіті майже не надається увага обставинам, атмосфері події. Максимум – це може бути коротко описано у вступній частині матеріалу. Основний обсяг тексту зазвичай становлять цитати чи виклад (переказ) висловлювань та опис дій учасників, їхніх вчинків. Щодо загального змісту інформаційного звіту, то він так само має бути актуальним, повідомляти про щось нове й важливе, бути цікавим та інформативним.

В інформаційному звіті максимально повно дають відповіді на такі запитання щодо події: «хто?», «що?», «як?», «чому?». Відповіді на запитання «коли?», «де?», «звідки?» тут менш значущі та є певним «фоном», коротким поясненням обставин сказаного чи зробленого.

Жанр інформаційного звіту дає змогу автору представити подію аудиторії, надавши максимум інформації про її наповнення, розвиток, зробити детальний, розгорнутий опис заходу, використовуючи хронологічну послідовність викладення. Саме через ці ознаки інформаційний звіт ще називають «авторським публіцистичним протоколом» події.

Структура звіту передбачає такі елементи: заголовок (для друкованих та інтернет-видань); блок-лід; блок «опис події»; блок «підсумок». Заголовок звіту має акцентувати на найважливішому зі сказаного (зробленого) під час події, що описуватиметься в матеріалі. Він може містити найбільш яскраву цитату із висловленого під час заходу чи вказувати на результат (наприклад, «На всі депутатські «хотілки» грошей не вистачить» – міський голова про бюджет 2020» або «Міська рада ухвалила бюджет 2020»). Під час телевізійної чи інтернет-трансляції функцію заголовка виконують титри, які мають лаконічно інформувати про суть події.

Блок-лід повідомляє, що саме відбулось, відбудеться чи відбувається (у разі прямої трансляції), коли й де, хто був присутнім і про що йшлося в цілому. Тут доцільно назвати основних спікерів, учасників події, можливо, коротко розповісти передісторію події. На радіо чи телебаченні цей текст зазвичай промовляє ведучий у студії або коментатор, який веде трансляцію з місця події або зі студії.

У **блоці «Опис події»** у хронологічному порядку автор деталізує, як проходила подія, хто і про що говорив, що робив. Мають бути представлені спікери, учасники, наведені широкі цитати, описано їхні дії. Журналістові важливо точно представити кожного учасника й точно передати фрагменти сказаного. У фотоілюстраціях мають бути відображені всі основні епізоди події. Під час телевізійної трансляції за можливості спікери можуть бути представлені в титрах. Під час радіотрансляції (якщо спікерів не називають ведучі заходу) їх має представити коментатор у паузах перед початком та після виступу. Під час радіотрансляції коментатор також має лаконічно передати контекст події, не зрозумілий з аудіоряду (хто присутній, що вони роблять тощо).

Блок «Підсумок» в інформаційному звіті зазвичай повідомляє, які наслідки має чи матиме із часом подія, про яку йшлося, яка перспектива її розгортання, повторення тощо. На відміну від аналітичного звіту, слід уникати глибоких авторських узагальнень і висновків. Досить зазначити, наприклад, що наступна сесія міської ради відбудеться такого-то числа або анонсувати, коли саме телеканал транслюватиме заключний концерт фестивалю, про один день якого щойно повідомлялось у звіті. На телебаченні та радіо цей текст зазвичай виголошує коментатор. Далі може бути короткий виклад змісту події та основних висловлювань учасників і нагадування, з якої саме події велася трансляція.

Технологія підготовки звіту охоплює такі основні етапи:

1) добір факту, який може бути подано в жанрі звіту (зазвичай це – подія), планування участі автора у цій події як журналіста-спостерігача чи учасника, добір, запрошення сторонніх коментаторів (за потреби);

2) безпосередня участь у події чи спостереження за подією за трансляцією, фіксація події засобами фотозйомки, аудіо-, відеозапису чи пряма трансляція з коментуванням або без такого;

3) опрацювання записів, коментування й аналіз матеріалів (для аналітичного звіту), підготовка власне матеріалу (для матеріалів, що публікуватимуться після події);

4) опублікування матеріалу (для матеріалів, що публікуватимуться після події).

У науковій та навчальній літературі трапляються різні підходи до виокремлення видів інформаційних звітів. Наприклад, звіти поділяються на види за такими критеріями: рівень деталізації; тематика.

Так, за рівнем деталізації можна виокремити: хронікальний, повний, розгорнутий звіти.

Хронікальний звіт – це найпростіша, найкоротша і найоперативніша форма звіту. Тут журналісту слід, викладаючи максимально стисло перебіг події, дібрати свіжі, оригінальні думки, найактуальніші влучні вислови, які передають головну суть того, що відбулось. Виграючи в оперативності, хронікальний звіт розкриває лише загальну суть, політичну, економічну чи соціальну спрямованість події, але не дає повного, детального уявлення про неї. Такі звіти, як правило, концентрують увагу аудиторії лише на одній актуальній темі, яка обговорювалася серед інших під час заходу, про який ідеться в матеріалі.

Повний інформаційний звіт – звіт, у якому автор має розповісти про всі без винятку вузлові епізоди події, чітко й точно назвати всіх учасників, передати зміст виступів, зробити висновки, спрогнозувати подальший розвиток події. За умови, що це не пряма трансляція, такий звіт потребує часу на опрацювання записаного матеріалу.

Розгорнутий інформаційний звіт – найбільший за обсягом, що передбачає максимально детальний варіант викладення події, подання повних текстів промов, інших висловлювань, опис учасників, наведення подробиць, пов'язаних із кожним фрагментом події. Тут можливі й авторське коментування у ході викладу, повідомлення додаткової інформації за тематикою того, що відбулось, наведення інших думок для роз'яснення суті події тощо. Але слід наголосити, що висновки та узагальнення, характерні насамперед для аналітичного звіту, в інформаційному звіті не подаються.

За тематикою звіти можуть поділятися на суспільно-політичні, офіційні (парламентські, урядові), судові, економічні, мистецькі, спортивні тощо. У такий спосіб окреслюється тематичне поле, де журналіст може звернутись до жанру звіту для висвітлення відповідних подій.



Поміркуйте!

Складіть план підготовки інформаційного звіту.

Рекомендована форма – хронікальний звіт.

➤ Яка подія буде описана в матеріалі?

- Який метод добору матеріалу передбачається застосувати?
- Які саме джерела інформації буде використано?
- Як буде проілюстровано текст огляду? Які джерела ілюстративного матеріалу?

Аналітичний звіт – це твір, предметом якого є аналіз висловленого чи зробленого спеціально організованою групою людей під час відповідного заходу чи низки подібних заходів. Аналітичний звіт відображає внутрішній зв'язок і аргументовані оцінки висловленого та зробленого. Мета такого звіту – показати рівень відповідності зафіксованих автором спостережігачем суджень, оцінок, висновків, пропозицій, процесів, наслідків із реальними проблемами, ситуаціями, процесами, які існують у суспільстві й природі. Аналітичний звіт містить елементи аналізу та прогнозування.

Серед аналітичних звітів зазвичай виокремлюють тематичний і проблемний. *Тематичний звіт* зосереджується на головній темі, пов'язаній із подією. Такий звіт здебільшого висвітлює подію не в тому порядку, як вона відбувалась, а вибірково, залежно від того, як планується розкрити ключову тему. Такий звіт потребує виразно подати позицію автора. Журналіст може зосередити свою увагу на тому, що він вважає за потрібне, відмовившись від викладення якихось складових частин події, згрупувати виступи, висловлювання людей за певними аспектами теми. Такий підхід є власне суб'єктивним, тому позиція автора має належно аргументуватись і доводитись.

Проблемний звіт зосереджується передусім на проблемі, яка виявилась чи була виявлена автором на підставі побаченого й почутого під час події. У такому звіті автор, використовуючи конкретний захід як інформаційний привід, має не лише окреслити й пояснити суспільно значущу проблему, але й запропонувати можливі шляхи її розв'язання. Цей вид звіту досить складний, потребує належної підготовки, добору додаткового матеріалу, звернення до авторитетної експертної думки, власної широкої ерудиції автора, масштабного аналітичного мислення.

За структурою аналітичний звіт споріднений зі структурою інформаційного звіту, проте окремі змістовні блоки отримують тут аналітичне «розширення». Зазвичай аналітичні елементи можуть бути вміщені як у блоці опису події, так і сконцентровані у блоці-висновку.

Блок-лід, де описано, що відбулось, коли й де, хто був присутнім і про що йшлося в цілому, доповнюється інформацією про те, хто коментує подію – за умови синхронного коментування, чи загальним анонсом про те, що до підготовки цього матеріалу було залучено експертів-коментаторів.

Опис події, де детально подається, як проходила подія, хто й про що говорив, що робив, доповнюється коментарем про те, чи є тут проблема, що її зумовило, як це можна оцінити, який вплив цієї події, сказаного, зробленого на інші явища та процеси тощо.

Блок-підсумок в аналітичному звіті подає не лише загальний опис того, які наслідки має ця подія, яка перспектива її розгортання, повторення, а також, якщо це проблема, то як її розв'язувати тощо. Коментатором в аналітичному звіті може бути як сам автор, так і запрошені експерти.

У пресі та в інтернет-виданнях у звітах практикують врізки з коментарями експертів, додаванням пов'язаних фактів тощо. Також використовують аналітичну інфографіку. В такий спосіб привертається увага до найважливіших фактів, викладених у звіті, покращується сприйняття матеріалу.

На радіо й телебаченні зазвичай відбувається синхронне коментування та/або підсумкові коментарі наприкінці трансляції. За наявності перерв у трансляції цей час також використовують для певних проміжних підсумків, аналізу сказаного й зробленого.

Звіти в друкованих та інтернет-виданнях зазвичай ілюструються світлинами, що мають передавати загальну атмосферу заходу, демонструють найбільш яскравих промовців тощо. Як жанр фотожурналістики називають фотозвіт – добірку світлин із певного заходу з мінімальними текстовими поясненнями. На відміну від фоторепортажу, фотозвіт майже не насичений емоційними елементами й виконує суто інформаційну функцію – показати хронологію події, її учасників.



Висновки

□ Звіт – це один із найхарактерніших інформаційних жанрів журналістських творів. За змістом це – повідомлення кореспондента, його авторський звіт перед аудиторією про перебіг певного суспільно значущого публічного заходу (події), за яким він спостерігав.

□ Основний обсяг тексту звіту зазвичай становлять цитати чи виклад (переказ) висловлювань та опис дій учасників, їхніх вчинків. Інформаційний звіт, по суті, не містить авторських оцінок, аналізу того, що відбулось.

□ Власне текст звіту передбачає такі елементи, як лід, опис події, підсумок.

□ За обсягом викладеного інформаційний звіт може бути: хронікальним (коротким і оперативним), повним (із розповіддю про всі епізоди події), розгорнутим (з детальним описом усіх епізодів).

□ Аналітичний звіт – це твір, предметом якого є аналіз висловленого чи зробленого спеціально організованою групою людей під час відповідного заходу чи низки подібних заходів. Аналітичні елементи у такому звіті доповнюють, розширюють інформаційне наповнення матеріалу. Джерелом висновків, оцінок, пояснень може бути як сам автор, так і залучені експерти.



Запитання для самоконтролю

1. Які особливості інформаційного звіту як жанру?
2. Якою є структура інформаційного звіту?
3. Назвіть види інформаційних звітів.
4. У чому полягають жанрові особливості аналітичного звіту?



Рекомендована література

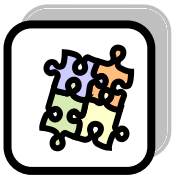
1. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія / М. К. Василенко. – К. : Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2006. – 238 с.

2. Варич М. В. Жанрово-стильові особливості звіту на сторінках сучасної періодики / М. В. Варич // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації». – 2013. – № 1074. – Вип. 5. – С. 32–35.

3. Назаренко Г. І. Інформаційні жанри журналістики : навч. посіб. / Назаренко Г. І. – К. : НАУ, 2010. – 114 с.

4. Мой Д. Телевізійна журналістика / Д. Мой, М. Ордольтф ; за заг. ред. В. Ф. Іванова ; пер. з нім. В. Климченка. – К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. – 234.

5. Харитоненко О. Звіт у сучасній науковій публіцистиці: різновиди, особливості жанрової моделі / О. Харитоненко // Журналістика. – 2016. – Вип. 15 (40). – С. 137–154.



Завдання до практичної роботи

Практична робота 6.1. Звіт: аналіз ознак і технологія створення

Мета: закріпити набуті знання щодо характерних особливостей жанру звіту.

Хід роботи:

1. Дібрати із різних ЗМІ два матеріали у жанрі інформаційного та аналітичного звіту й порівняти їх за такими параметрами:

1) формальні ознаки:

- обсяг;
- заголовки, лід (зазначити наявність, навести);
- графічне оформлення, ілюстрації;

2) структурні ознаки (проілюструвати фрагментами тексту):

- вступ;
- інформація про подію, ситуацію;
- деталізація, цитати;
- пояснення, коментарі;
- висновки, прогноз;

3) змістовні ознаки (зазначити наявність/відсутність):

- актуальність, новизна, важливість, цікавість;
- викладення факту;
- пояснення, коментування;
- образність викладу;
- висновки, прогнози.

2. Результати оформити як порівняльну таблицю, коректно зазначивши посилання на джерело, та подати викладачеві.

3. Представити результати роботи в аудиторії, порівняти отримані результати.

Практична робота 6.2. Звіт: технологія створення

Мета: закріпити набуті знання щодо технологій створення звіту.

Хід роботи:

1. Підготувати власний матеріал у жанрі інформаційного звіту на самостійно обрану тему, подати викладачеві.

2. Ознайомитися з результатами виконання завдання іншими студентами, прорецензувати одну з поданих робіт колег, взяти участь в обговоренні технологій створення матеріалу в цьому жанрі.

7. ІНТЕРВ'Ю

Природним способом передачі інформації є розмова. Тоді інформацію отримують ті, хто спілкуються між собою. Поінформувати в такий же спосіб масову аудиторію можна «запросивши» її стати своєрідним свідком розмови журналіста з іншою чи іншими особами. На цьому й ґрунтується феномен давнього та популярного й нині жанру інтерв'ю. *Інтерв'ю* (від англійського interview – буквально «віч-на-віч») – жанр журналістського твору, що являє собою розмову з однією чи декількома особами з певних актуальних, суспільно значущих питань.

Інтерв'ю розглядається також *як метод* отримання інформації і *як жанр* журналістського твору. Основне завдання методу інтерв'ю полягає в отриманні необхідної інформації від особи-першоджерела, яка потім може бути опублікована у будь-якій формі у журналістських творах різних жанрів. Як жанр інтерв'ю найбільш доцільне для того, щоб представити людей, їхні погляди та отримати детальнішу інформацію щодо певного факту (фактів).

Інтерв'ю, як і будь-який інший журналістський твір інформаційного жанру, стосується певного факту, що має бути актуальним, новим, важливим, цікавим для цільової аудиторії. Високий рівень володіння жанром інтерв'ю дає змогу журналісту набути такої фахової спеціалізації, як інтерв'юер. Мета інтерв'юера в тому, щоб отримати й повідомити читачеві нові, раніше не відомі деталі про суспільно значущий факт; проаналізувати подію, що вже трапилася; ознайомити з поглядами певних осіб; отримати рекомендації для цільової аудиторії, що робити за певної ситуації, тощо. Інтерв'юер має бездоганно володіти технологією інтерв'ю, вміти знайти підхід до різних за характером і родом діяльності людей, кваліфіковано вести бесіди на найрізноманітніші теми.

Інформативність матеріалу досягається у процесі розмови з компетентним і авторитетним носієм інформації шляхом отримання відповідей на всі класичні для інформаційного жанру запитання «хто?», «що?», «коли?», «де?», «як?», «чому?», «звідки?» саме від співрозмовника автора. Це дає можливість аудиторії скласти максимально повне уявлення про цей факт. Відповіді на наведені запитання без детального аналізу факту характерні саме для *інформаційного інтерв'ю*. Про цей вид жанру інтерв'ю і йтиметься далі.

Структурно власне текст інтерв'ю складається з трьох основних частин: вступної, основної, підсумкової. Заголовок інтерв'ю (у друкованих та інтернет-виданнях) зазвичай містить найбільш промовисту цитату, що передає основну ідею матеріалу, провокує аудиторію, мотивує ознайомитися з матеріалом, а також ім'я, прізвище, професію тощо людини, з якою велася розмова. Прийнятними також є інші варіанти подання заголовка. Наприклад: «Іван Задворний: «На цьому турнірі за нас грали навіть штанги», або «На цьому турнірі за нас грали навіть штанги», – тренер василівських «Соколят» Іван Задворний про завершення юнацької футбольної першості», або «Як штанги принесли перемогу василівським «Соколятам».

У вступі аноншують тему і журналіст представляє співбесідника. Важливо підкреслити, чому автор інтерв'ю звернувся саме до цієї людини, посиляючись на її авторитет, компетентність, володіння інформацією про факт. Іноді доцільно описати місце, обставини розмови, якщо це проливає нове світло на тему розмови, акцентує на головному чи підкреслює характерні риси співбесідника.

Основна частина матеріалу розкриває сутність факту, про який розповідається. Власне композицію цього змістовного блоку визначають запитання інтерв'юера та відповіді інтерв'ююваної особи на них. В інформаційному інтерв'ю автор через запитання (основні та додаткові, уточнювальні) має «витягти» зі співрозмовника максимум інформації, що може зацікавити аудиторію.

Підсумок інформаційного інтерв'ю зазвичай становить коротке авторське резюме чи відповідь респондента на ключове запитання, що часто є найбільш доречним.

Технологія підготовки інтерв'ю для ЗМІ всіх типів охоплює чотири основних етапи: 1) підготовка до розмови; 2) власне проведення інтерв'ю, 3) підготовка матеріалу; 4) авторизація. Під час підготовки відео- та аудіо-матеріалів у жанрі інтерв'ю, а також добору ілюстративного матеріалу слід урахувати специфічні для різних медіа умови й завдання.

На етапі *підготовки до розмови* автор має:

- проаналізувати тему, з'ясувати інтереси, аргументи цільової аудиторії щодо факту, про який йтиметься, адже під час розмови інтерв'юер є передусім представником цієї аудиторії;

- визначитися з потенційним колом співбесідників (це можуть бути особи, які найбільш компетентні чи поінформовані щодо певної події, ситуації, проблеми, наприклад, експерти, свідки чи очевидці, або є найбільш авторитетними і спроможні представити громадську думку чи позицію певної соціальної групи) та відібрати тих із них, хто найбільше відповідає цим критеріям;

- вивчити матеріали за темою, за потреби, дібрати відео-, аудіо-, текстові цитати з попередніх виступів імовірного респондента та інших осіб за темою майбутньої розмови;

- провести попереднє знайомство зі співбесідником (ознайомитися з його біографією, досягненнями, колом інтересів тощо);

- визначити мету та композицію розмови, скласти план основних запитань (уже на цьому етапі інтерв'юер має точно знати, що він хоче з'ясувати, та спрогнозувати можливі відповіді співбесідника, радять іноді навіть спробувати змоделювати майбутню розмову);

- сконтактуватися з героєм майбутнього інтерв'ю, налагодити позитивну психологічну атмосферу, отримати згоду на інтерв'ю, ознайомити його з планом розмови у загальних рисах;

- запросити на зустріч (запис чи зйомку) (на радіо і телебаченні важливо завчасно запросити співбесідника до студії для ознайомлення з об-

становкою, в якій він опиниться під час передачі (запису), а також для налаштування апаратури, накладання гриму тощо).

Етап **проведення інтерв'ю** передбачає:

– власне проведення розмови із записом її на диктофон (магнітофон чи відеокамеру). Слід пам'ятати, що прихований запис заборонений законодавством, може здійснюватися лише у виняткових обставинах і на це мають бути вагомі, юридично обґрунтовані аргументи. Дозвіл на запис зазвичай вважається виданим, коли під час розмови журналіст тримає мікрофона або ж диктофона на видноті для всіх присутніх;

– спонукання інтерв'юйованого надати максимально повну інформацію на поставлені запитання. Запитання слід ставити чітко й конкретно, вони мають стимулювати розгорнуті відповіді, а не просто «так» чи «ні». Коли надана відповідь дуже коротка, неповна, то її можна спробувати розгорнути, ставлячи запитання «а якщо детальніше?», «і як це розуміти?», «а чому?» тощо;

– відслідковування журналістом міміки, жестів, тональності голосу інтерв'юйованого. Якщо на телебаченні жести, вираз обличчя можуть бути «відповіддю на запитання», то для читача і радіослухача такі невербальні знаки, можливо, слід прокоментувати чи попросити співбесідника пояснити словами його реакцію, коротко описати у тексті. Наприклад, на радіо: «Ось ви зараз посміхаєтеся, чому?» або у тексті: «... (посміхається) ...»;

– зйомка ілюстративного матеріалу для текстового інтерв'ю чи для промоматеріалу до інтерв'ю на сайті, у соцмережах, на телебаченні, дозйомка «перебивок» для телевізійного інтерв'ю. Цю роботу зазвичай виконує колега автора – фотокореспондент, відеооператор. Якщо такої можливості немає, то автор самостійно має зробити серію фотознімків героя в інтер'єрі, де відбуватиметься чи відбулася розмова.

Етап **підготовки матеріалу** у жанрі інтерв'ю є, крім випадків, коли розмова відбувалася наживо (на телебаченні, радіо, ресурсах онлайнмедіа). Цей етап передбачає таку роботу автора:

– написання вступного (за потреби – підсумкового) блоку інтерв'ю;

– відтворення та впорядкування, скорочення, редагування запитань і (з дозволу інтерв'юйованої особи!) відповідей у процесі написання текстового, монтажу відзнятого, записаного матеріалу з додаванням (за потреби) архівних аудіо-, відеозаписів. Так, інтерв'ю, яке публікується у друкованих ЗМІ, на думку німецьких журналістів В. Шнайдера та П.-Й. Рауе, – завжди штучний продукт, воно щонайменше на 30 % відрізняється від нотаток, стенограми чи аудіозапису безпосередньої розмови [85, с. 130]. За погодженням текст відповідей на запитання може суттєво коригуватися, доповнюватися за таких умов: співрозмовник наполіг, що певне сказане ним речення не повинно потрапити до публікації; співрозмовник уточнив, поправив сказане; співрозмовник заплутався, повторюється, не договорив фразу до кінця; обсяг матеріалу перевищує припустимий, виділений під цю публікацію; журналіст вирішив переформулювати запитання;

– за потреби проведення рекомпозиції – зміна порядку запитань-відповідей з метою акцентування на найбільш важливих аспектах, досягнення вищої динаміки, покращання логіки викладу тощо;

– добір ілюстративного матеріалу для текстового інтерв'ю. Крім світлин, відзнятих під час розмови чи за браком таких, інтерв'ю може ілюструватися знімками з архіву автора, редакції, інтерв'юйованого, що слід зазначити у підписі.

Інтерв'ю у друкованих та інтернет-ЗМІ може ілюструватися одним фотознімком чи їх добіркою, відповідною інфографікою. На таких світлинах можуть бути зафіксовані як яскраві, промовисті моменти власне інтерв'ю (подають виразну міміку героя, його жести, пози тощо), так і події, явища, особи, які згадувалися під час розмови з героєм матеріалу (як правило, це фотографії з архівів чи спеціально дозняті). Світлини такого типу виконуються зазвичай у жанрі фотоілюстрації. Фотоілюстрація у цьому разі є вторинним щодо певного тексту (інтерв'ю, стаття, звіт тощо) візуальним жанром, що створює (посилює) образ події, явища, описаних вербальними засобами.

Інфографіка за тематикою розмови ілюструє тези, про які йшлося. Для кращого сприйняття пересічним читачем через інфографіку можна подати окремі відповіді респондента, особливо, якщо вони містять багато числових даних, певні порівняння тощо.

Етап *авторизації* пов'язаний із тим, що інтерв'ю – це, по суті, предмет угоди між інтерв'юером та інтерв'юйованим. Про потребу авторизації слід домовлятися ще під час попередніх переговорів про інтерв'ю. Як засвідчує практика, такі домовленості можуть або полегшити проведення інтерв'ю, або зробити його майже неможливим. Домовленість про інтерв'ю з трансляцією наживо знімає потребу в зазначеному етапі. Доцільно також узгодити можливість повтору такого інтерв'ю у записі.

Проблема авторизації полягає в тому, що особа, з якою велася розмова, по суті, є співавтором матеріалу в жанрі інтерв'ю. Тому вона має право ознайомитися з підготовленим до публікації текстом (записом) матеріалу до його оприлюднення. На інтерв'ю, що є матеріалом для творів інших жанрів, це правило не поширюється. Відповідальним за точність відтворення сказаного співбесідником тоді є тільки журналіст.

Власне авторизація полягає в отриманні автором письмового погодження рукопису інтерв'ю від співбесідника, що в подальшому може зняти низку проблем у разі суперечностей щодо публікації. Також слід зважати, що часто згода журналіста на те, щоб респондент мав право змінювати запитання і коригувати відповіді, зрештою, призводить до того, що з матеріалу можуть зникнути «незручні» запитання і «яскраві» відповіді. Тоді автор і редакція залишають за собою право відмовитися від публікації такого вихолощеного матеріалу.

Традиційною формою інтерв'ю є діалог. Проте за певних умов інтерв'ю може бути представлене і як монолог. Такі приклади є на телеба-

ченні (коли інтерв'юер знаходиться за кадром, а його запитання під час монтажу вилучаються) та в журналах (коли запитання замінюють на підзаголовки).

У контексті технології підготовки та ведення інтерв'ю важливо й те, які саме запитання ставляться респондентові. Запитання можуть бути різних типів. Наприклад, за формою їх поділяють на відкриті й закриті. Відкриті мають більш загальний характер, визначають тему і предмет розмови, а далі інтерв'юювана особа може структурувати відповідь за власним бажанням. Перевагами відкритих запитань є те, що вони не обмежують співрозмовника, орієнтують людину на роздуми, аналіз своїх вчинків, стимулюють народження думок, змушують журналіста уважно слухати та спостерігати. Але відкриті запитання можуть призвести до надто довгої, затягнутої, незрозумілої, сумбурної відповіді, збентежити співрозмовника, який не звик відповідати на відкриті запитання.

Закрите запитання потребує ствердної чи негативної відповіді. Журналісти використовують їх, щоб отримати чітку, пряму реакцію співрозмовника, підтвердити чи спростувати факт.

Іншим різновидом запитань є прямі та непрямі запитання (або з підтекстом). Пряме, тобто чітке прозоре запитання «по суті», ефективніше за непряме, що дає змогу уникнути відповіді. Однак інколи непряме запитання буває кориснішим для заміни прямого, неприємного для співрозмовника. До непрямого запитання слід удаватись, якщо зі співрозмовником важко встановити контакт, для створення сприятливої атмосфери. Найефективніший варіант спілкування – прямі запитання та конкретні відповіді. Проте воно може відбуватися тоді, коли візаві налаштований на розмову і готовий відповідати.

Також виокремлюють уточнювальні, контрольні, кількісні, викривальні, гіпотетичні, перехідні запитання.

Уточнювальні запитання слід ставити після нечіткої або двозначної відповіді на попереднє. Їх можна ставити, перефразовуючи сказане співрозмовником або попросивши навести приклад для прояснення сказаного.

Контрольні запитання журналіст ставить, коли немає об'єктивних підтверджень сказаного співрозмовником. Він не може оперативно перевірити інформацію, яка повідомляється, звернувшись до об'єктивних джерел.

Кількісні запитання уможливають з'ясувати кількісні характеристики щодо фактів, про які мовиться. Відповіді на них уточнюють, конкретизують та ілюструють те, про що йдеться. Кількісні запитання домінують в інтерв'ю на економічну тематику й загалом з експертами, що оперують статистичною інформацією. Викривальні запитання як різновид контрольних використовуються за наявності очевидних суперечностей у відповідях, якщо співрозмовник був непослідовним, невпевненим в аргументації.

Гіпотетичні запитання – це запитання про майбутнє. Гіпотетичні запитання змушують співрозмовника робити прогнози щодо перспектив розвитку або можливих наслідків того, про що йдеться.

Перехідні запитання ще називають «запитаннями-мостами», вони слугують для переведення розмови на іншу тему, зміни її напрямку, якщо на запитання інтерв'юера не надають відповіді. Проте не слід перебивати співрозмовника перехідним запитанням на півслові – принаймні речення має бути завершене.

Інформаційне інтерв'ю може мати низку таких різновидів.

Інтерв'ю-факт (власне інформаційне інтерв'ю) – найпростіша, максимально локалізована форма діалогу, мета якого – з'ясування (підтвердження, перевірка, уточнення) соціально значущого факту в особи, безпосередньо до нього причетної чи добре обізнаної з цієї теми. На перший план у цьому разі виходить інформація про фактаж, цифри та статистику щодо конкретного запитання. Часто таке інтерв'ю є складником інформаційних випусків, колонок новин.

Інтерв'ю-анкета – це різновид інтерв'ю, що проводиться зазвичай у формі опитування, анкетування, запитань-відповідей для з'ясування думок різних людей із певного питання. Анкета може містити буквально два-три запитання і дає змогу у такий спосіб оперативно продемонструвати певний зріз громадської думки щодо факту, який висвітлюється.

Бліц-опитування – споріднений із попереднім різновид, це добірка коротких, лаконічних запитань і відповідей для отримання швидкого відгуку аудиторії щодо, наприклад, її ставлення до певної особи, події, предмета чи явища, розуміння його особливостей, природи, ролі чи подальшої перспективи тощо. Спеціальна рубрика з таким різновидом опитуванням уводиться в різних медіа і відрізняється від розгорнутих опитувань, які націлені на більш глибоке дослідження предмета (що передбачає значну кількість запитань і ширше коло респондентів).

Протокольне інтерв'ю – це різновид інформаційного інтерв'ю, в якому передбачається отримання офіційних роз'яснень із тих чи інших питань державної політики, дій органів публічної влади, діяльності офіційних осіб. ЗМІ тоді виконує функцію інформування своєї аудиторії щодо офіційної точки зору з конкретного суспільно значущого питання. Слід також розмежовувати суто політичні, оціночні заяви, що містять елементи пропаганди, та власне інформування про діяльність органів публічної влади, передбачену чинним законодавством.

Прес-конференція («круглий стіл») – різновид інтерв'ю з великою кількістю інтерв'юерів, які ставлять запитання одній чи декільком особам за певною тематикою чи з певного приводу. Таке інтерв'ю передбачає встановлення чіткого регламенту, якого учасники обов'язково мають дотримуватися.

Веб-конференція, чат – аналог попереднього різновиду, який використовують здебільшого інтернет-ЗМІ. Проте за такої форми комунікації запитання респондентові ставлять безпосередньо представники аудиторії, а не журналісти. Дату проведення веб-конференцій повідомляють заздалегідь, й аудиторія має час підготувати запитання. Тривалість таких заходів – від однієї до трьох-чотирьох годин. Результати подібного спілкування можуть бути подані згодом як окреме інтерв'ю чи звіт.

Інтерв'ю-дайджест – матеріал, побудований на цитатах з опублікованих раніше бесід з певною особою чи «нарізка» фрагментів попередніх телевізійних, радіоінтерв'ю. Підготовка такого інтерв'ю зазвичай не передбачає безпосереднього спілкування журналіста з героєм матеріалу.

Флеш-інтерв'ю – коротке, стисле інтерв'ю переважно з місця події, що найчастіше є елементом матеріалів інших жанрів (звітів, репортажів). На практиці часто застосовується у спортивній журналістиці.

З огляду на обсяг інтерв'ю, німецький дослідник Фолькер Вольфф викремлює коротке та журнальне інтерв'ю [10, 113–115]. Коротке інтерв'ю застосовують для оприлюднення заяв експертів, розміщення інформаційних блоків у рамках або ж на журнальних сторінках для заміток. Чотири запитання, чотири відповіді, без довгих переходів, все якомога точно й стисло – часто це елементи короткого інтерв'ю. Журнальне інтерв'ю – довший варіант інтерв'ю, в якому автор явно намагається внести в гру запитань і відповідей також і саму атмосферу розмови. Лаконічне коротке інтерв'ю поступається місцем ретельно розробленій конструкції, обдуманому початкові, свідомо вибудованій драматургії, хорошому ритмові та вправному виходу з інтерв'ю. Тому журнальне інтерв'ю, як і будь-яка гарна стаття, конструється за письмовим столом. Водночас журналіст цілком може змінити перебіг бесіди, але в жодному разі не зміст сказаного респондентом.



Поміркуйте!

Складіть план підготовки інтерв'ю.

- Який факт буде взято за основу? Що тут цікавить цільову аудиторію?
- Кого можна запросити як співбесідника для висвітлення цього факту через інтерв'ю?
- Який матеріал до розмови слід дібрати заздалегідь? Який план розмови? Які запитання слід поставити співбесіднику?
- Які відповіді очікуємо отримати?
- Де відбуватиметься розмова? Які ілюстрації будуть потрібні?
- Чи передбачаємо авторизацію цього інтерв'ю?
- Ознаки якого різновиду інформаційного інтерв'ю матиме цей матеріал?



Висновки

□ Жанр інформаційного інтерв'ю дає змогу у формі розмови, поданої як полілог, діалог чи монолог, представити цільовій аудиторії людей, їхні погляди та отримати детальнішу інформацію щодо певного факту (фактів).

□ Інформативність такого матеріалу досягається шляхом отримання відповідей на ключові запитання, які турбують чи можуть стурбувати аудиторію, саме від співрозмовника (співрозмовників) журналіста.

□ Структурно текст інформаційного інтерв'ю складається з трьох основних частин: вступної (коротка інформація про тему, співрозмовника, обставини розмови), основної (власне запитання-відповіді), підсумкової (резюме від респондента чи автора).

□ Основні етапи створення інтерв'ю: підготовка до розмови, власне проведення інтерв'ю, підготовка матеріалу, авторизація. Для інтерв'ю, що транслюються наживо, два останніх етапи неактуальні, а окремі їхні завдання виконуються під час підготовки та проведення розмови.

□ Інформаційне інтерв'ю може містити низку різновидів, завдяки чому цей жанр можна застосовувати для виконання різних творчих завдань.



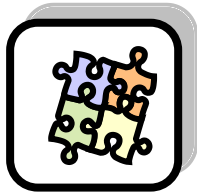
Запитання для самоконтролю

1. Які особливості інтерв'ю як жанру? У чому специфіка саме інформаційного інтерв'ю?
2. Якою є структура журналістського твору в жанрі інтерв'ю?
3. Опишіть технологію підготовки інтерв'ю.
4. Назвіть різновиди інтерв'ю.



Рекомендована література

1. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія / М. К. Василенко. – К. : Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2006. – 238 с.
2. Вольфф Ф. Журналістика газет і журналів / Вольфф Ф. – Вид. 2-ге, перероб. ; пер з нім. В. Климченка. – К. : Центр вільної преси, 2017. – 377 с.
3. Костюк В. В. Інтерв'ю на сторінках мережевих видань / В. В. Костюк, А. В. Кравченко // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2015. – № 3 (23). – С. 49–53.
4. Мой Д. Телевізійна журналістика / Д. Мой, М. Ордольфф ; за заг. ред. В. Ф. Іванова : пер. з нім. В. Климченка. – К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. – 234 с.
5. Назаренко Г. І. Інформаційні жанри журналістики : навч. посіб. / Назаренко Г. І. – К. : НАУ, 2010. – 114 с.
6. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / В. Шнайдер, П.-Й. Рауе ; пер. з нім. В. Климченка ; за заг. ред. В. Іванова. – К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. – 358 с.



Завдання до практичної роботи

Практична робота 7.1. Інформаційне інтерв'ю: аналіз ознак

Мета: закріпити набуті знання щодо характерних особливостей жанру інтерв'ю.

Хід роботи:

1. Добрати з різних ЗМІ два матеріали у жанрі інтерв'ю різних видів та порівняти їх за такими параметрами:

1) формальні ознаки:

- обсяг;
- заголовки, лід (вказати наявність, навести);
- графічне оформлення, ілюстрації;

2) структурні ознаки (проілюструвати фрагментами тексту):

- вступ;
- інформація про особу, подію, ситуацію;
- запитання/відповіді;
- авторські пояснення, коментарі;

– висновки, прогноз;

3) змістовні ознаки (вказати на наявність/відсутність):

- актуальність, новизна, важливість, цікавість;
- викладення факту;
- пояснення, коментування;
- образність викладу;
- висновки, прогнози.

2. Результати представити у формі порівняльної таблиці, коректно зазначивши посилання на джерело, та подати викладачеві.

3. Представити результати роботи в аудиторії, порівняти отримані результати.

Практична робота 7.2. Інтерв'ю: технологія створення.

Мета: закріпити набуті знання щодо технологій створення матеріалів у жанрі інтерв'ю

Хід роботи:

1. Підготувати власний матеріал у жанрі інформаційного інтерв'ю будь-якого різновиду на самостійно обрану тему, подати викладачеві.

2. Ознайомитися з результатами виконання завдання іншими студентами, прорецензувати один із матеріалів колег, взяти участь в обговоренні технології створення твору в жанрі інтерв'ю.

8. РЕПОРТАЖ

У світі, що нас оточує, повсякчас відбувається безліч цікавих подій. Проте ми не можемо одночасно бути повсюди. Отримати відчуття присутності там, де нас навіть ніколи не було, дозволяє жанр репортажу.

Репортаж (від англійського report – «повідомляти») – це інформаційний жанр журналістики, що являє собою оперативне повідомлення кореспондента з місця події, у якій динамічно, з документальною точністю та емоційністю відтворюється дійсність у її розвитку через безпосереднє сприйняття автора та/або її учасників (очевидців), що створює ефект присутності читача, глядача чи слухача на місці події.

На відміну від замітки та звіту, репортаж не просто повідомляє менш чи більш детально про суспільно значущу подію як факт, а показує її перебіг з позиції автора як очевидця (учасника). Саме тому присутність автора репортажу на місці події обов'язкова. Створити хороший репортаж суто за письмовим столом майже неможливо. Широкою є потенційна тематика репортажів: політика, соціальні процеси, природні катаклізми, економіка, культура, спорт тощо. Головним критерієм вибору цього жанру для опису певного факту залишається наявність динаміки, змінності явища, стану, процесу, який висвітлюватиметься.

Репортаж належить до найдавніших жанрів журналістики. Майстерне володіння жанром репортажу є основою такої журналістської спеціалізації, як репортер. Репортер має бути мобільним, комунікабельним, вигадливим, наполегливим, мати широке коло джерел інформації, уміти писати «живі» тексти, знімати фото- (відео-) матеріали.

Основними ознаками репортажу є послідовне зображення події, максимальна документальність, емоційно забарвлений стиль оповіді, активна роль особистості репортера. Основне завдання репортажу – повідомити про факт і водночас викликати емоційну реакцію в аудиторії. За цією ознакою репортаж споріднений із творами художньо-публіцистичних жанрів.

За обсягом репортаж може бути і коротким, і великим. Це залежить від мети конкретного допису, теми й значущості фактів, подій, про які йдеться, від характеристик матеріалу, напрацьованого репортером, планів редакції тощо. Елементи репортажу, як уже зазначалося, можуть бути складниками матеріалів у такому жанрі, як кореспонденція.

Характерні особливості репортажу – оперативність, динамізм, наочність, активне авторське «Я», яке допомагає передати емоційну атмосферу події, дає змогу читачеві (слухачу, глядачу) ніби бути поряд із репортером й разом із ним бачити, відчувати подію. Утім, як і для журналістських творів інших інформаційних жанрів, для репортажу залишається неодмінною вимога щодо точності, повноти викладу матеріалу, дотримання балансу точок зору.

Репортаж не має певної усталеної структури. Зазвичай структура та обсяг цього твору зумовлюються власне змістом, значущістю відтворюва-

ної події для цільової аудиторії, задумом автора, творчими засобами, що використовуються. Якщо репортаж планується зробити проблемним, тобто не просто повідомити про подію, але й зосередити увагу аудиторії на певній проблемі, у ньому можуть використовуватись творчі інструменти створення драматизму: 1) подається зав'язка (описується конфлікт); 2) створюється напруження (аудиторію підводять до очікування розв'язки); 3) настає розв'язка як розв'язання чи вказування на зрозумілі перспективи розв'язання проблеми (конфлікту).

Репортаж вибудовують зазвичай так:

– вступ-лід (подається загальна інформація про подію, що дає змогу аудиторії зрозуміти ситуаційний контекст подальшої розповіді);

– яскрава деталь, що створює ефект присутності (це може бути опис побаченого, почутого, відчутого автором на місці події);

– детальна розповідь про факт, подію, ситуацію;

– пояснення, коментарі учасників (очевидців) (розповідь автора про деталі події та пояснення, коментарі учасників (очевидців) зазвичай поєднуються в одному блоці, взаємодоповнюють один одного);

– підсумки, прогноз подальшого розвитку події.

Вступ-лід зазвичай коротко подає суть події, інформує про її час і місце (наприклад, «Сьогодні по восьмій ранку на центральному проспекті міста нахабство водія 99-ї маршрутки спровокувало спонтанну акцію протесту»). На радіо, телебаченні цей текст подає ведучий і далі передає слово репортеру. (Наприклад: «Свідком події стала наша знімальна група, що прямувала на іншу подію. Василь Хрущ передає»).

Щоб захопити читача, *основні змістовні блоки* репортажу часто починають із найбільш характерної сцени, навіть якщо хронологічно вона не була першою під час події. Також можна починати із незвичайного образу, вражаючої тези, що привертають увагу до події, про яку йдеться. Це додасть напруження й забезпечить динаміку сприйняття всього матеріалу. Так, у наведеному прикладі репортаж може початися з кадрів штовханини – роздратовані пасажири голосно кричать і витягають чоловіка з автобуса. Далі буде пояснено, що це водій маршрутки, а конфлікт почався зі сварки у салоні.

Репортаж неодмінно слід завершувати певним *підсумковим блоком*, що дасть відповідь на запитання «чим завершилася подія?», «чи може вона мати продовження?». Часто відповіді на ці запитання репортер знаходить вже не на місці події. Наприклад: «Наряд поліції, що прибув на місце події, склав протокола про порушення громадського порядку, проте водія-нахабу не затримували. Представники підприємства-автоперевізника, якому належить мікроавтобус, де розгорілася сварка, від коментарів відмовились. У департаменті громадського транспорту міської ради пообіцяли розібратися в ситуації, що трапилася, та прокоментувати інцидент завтра на спеціально скликаному брифінгу. Наша редакція слідкуватиме за подальшим перебігом цієї історії. Слідкуйте за нашими повідомленнями».

Динамізму оповіді у вступній частині й далі додають: короткі речення, використання дієслів, увага до найдрібніших деталей, які «грають на тему». Натомість, динаміку оповіді сповільнюють: перевантаження матеріалу інтелектуальними міркуваннями, складними порівняннями, заплутаними асоціаціями, довгими цитатами, загальними фразами й описами. Однак це не зобов'язує автора відмовлятися від аналітичних елементів у репортажі. Необхідно лише подавати такі вкраплення сконцентровано, лаконічно.

У репортажі важливим творчим інструментом автора є розповідь від першої особи, яка потрібна для того, щоб підкреслити нероздільність репортера з читачем, глядачем, слухачем і викликати в аудиторії співпереживання до подій і людей, які описуються в матеріалі. Репортер має подавати власні спостереження, переживання, наводити подробиці, які відшукав саме він, і які неможливо знайти ні в документах, ні взяти в інших осіб. Так само наводяться враження, спостереження інших учасників.

Для більшого ефекту автор має передавати свої враження, а не називати, описувати їх, тоді й аудиторія підпаде під ефект «емоційного зараження». Але при цьому, як уже зауважувалося, слід неухильно дотримуватись стандарту точності – факти мають бути перевіреними, домисел і вигадки неприйнятні.

Репортаж зазвичай відтворює події, що розгортаються у певній локації, це може обмежувати динамізм оповіді. Тому для репортажу важливо, щоб об'єкт, про який ідеться, перебував у русі, розвивався в часі. Основні виражальні засоби для досягнення зазначеного ефекту такі: наочність описів, «кінематографія», яскравість деталей, динамічність, стрімкість викладу, характерні діалоги, репліки, висловлювання учасників, жива емоційна мова як учасників (очевидців) події, так і автора. Коли подія не має досить ефектного розгортання в часі (наприклад, репортаж із читального залу бібліотеки, де презентують перевидану книгу), слід застосувати методи, які додали б динамізму оповіді. Зокрема, можна почати з неочікуваного твердження («що нового може знайти читач у перевиданій через 50 років книзі?»), яке далі розкриватиметься в оповідях учасників (очевидців) або звернути увагу на певну змінну деталь події («студенти, яких, очевидно, зобов'язали прийти на цю презентацію, вже десь за хвилин 15 відклали свої гаджети і стали пильніше дослухатися до слів удови письменника»).

Під час підготовки телевізійного чи радіорепортажу частина авторської оповіді обов'язково має бути записана на місці заходу, на фоні характерних видів, епізодів події, звуків. Під час такого репортажу, що транслюється наживо, автор (знімальна група) мають постійно змінювати локацію, щоб показати подію з багатьох ракурсів, дати слово різним учасникам (очевидцям).

Технологія підготовки до репортажу та безпосередньо його створення може коригуватися залежно від рівня отримання інформації про подію та оперативності прибуття автора (творчої групи) на її місце. Із цих позицій можуть бути виокремлені оперативні (спонтанні) та заздалегідь під-

готовлені (планові) репортажі. У першому випадку автор дізнається про подію або вже в момент її розгортання, або за час, достатній хіба для прибуття на місце. У другому – автор знає про подію заздалегідь і має достатньо часу на підготовку. На технологію підготовки репортажу також впливає характер ЗМІ, для якого готується матеріал і редакційна політика. Так, автори репортажів для газет, журналів, теле(радіо) тижневиків мають час на підготовку, обробку, доопрацювання матеріалів, навіть підготовлених оперативно. Для випусків новин на радіо, телебаченні в онлайнмедіа важливою є оперативність подачі матеріалу, навіть планового, й тоді етап опрацювання зібраного матеріалу максимально скорочується. Під час живої трансляції такого етапу взагалі немає.

Водночас підготовка репортажів різного виду потребує від автора (авторської групи) звертати увагу на такі загальні аспекти цієї роботи:

1) окреслення ідеї матеріалу, попередній (за можливості) добір фактів, які ляжуть в основу матеріалу, розробка сценарного плану (для телебачення, радіо) – для оперативного репортажу на виконання цих завдань відводяться іноді хвилини;

2) локація та час події – для фотокореспондентів (відеооператорів), важливо передбачити можливі точки зйомки, характер освітлення, для радіо – можливості звукозапису;

3) пошук та добір учасників (очевидців) події, які стануть героями репортажу, – в оперативному репортажі це відбувається на місці події, у плановому доцільно скористатися можливістю попередніх домовленостей, у будь-якому разі автор заздалегідь має уявляти для себе принаймні типи героїв, яких шукатиме: «ображений пасажир», «водій-винуватець», «правохоронець», «випадковий свідок» тощо;

4) організація відео-, фотофіксації, аудіозапису, пошук та фіксація характерних, промовистих деталей на місці події;

5) побудова сюжету та компоювання найбільш яскравих моментів події – здійснюється як на етапі підготовки, так і в процесі опрацювання зібраного матеріалу. Суто хронологічний виклад того, що відбувається, наближатиме такий репортаж до звіту, відтак навіть в умовах спонтанної події досвідчений репортер вибудовує «власний» сюжет і не є лише споглядачем;

6) відбір та компоювання вражень автора під час підготовки оперативного репортажу відбувається, по суті, в режимі реального часу, що потребує належного практичного досвіду автора;

7) для теле- (відео-) репортажу також важливий зовнішній вигляд автора – досвідчені репортери мають у своєму авто чи навіть на наплічнику певний комплект одягу, що дає змогу, наприклад, набувати залежно від ситуації чи то офіційного, чи «вуличного» вигляду.

Репортаж у пресі, в інтернет-виданнях для посилення ефекту присутності обов'язково ілюструють світлинами. Текст репортажу в інтернет-виданнях може супроводжуватися також відеоілюстрацією.

Фотоілюстрації мають відобразити ключові епізоди події, привернути увагу до деталей, показати емоції учасників (очевидців) тощо. Коли фото більш промовисті за слова й коли репортеру вдалося зробити якісні знімки, що можуть не тільки ілюструвати написаний ним матеріал, але й бути самостійним фоторепортажем, текстова частина матеріалу скорочується до мінімуму.

Фоторепортаж як жанр фотожурналістики складається із серії знімків, що відображають подію у фазах її розгортання, поступального або динамічного розвитку, а також демонструють її наслідки. Водночас у світлинах має бути передано зрозумілий для цільової аудиторії зміст події, її динаміку, масштаб тощо. За дотримання цієї умови іноді фоторепортаж може «вкластися» і в один, але промовистий та змістовно насичений, знімок. Фоторепортаж може супроводжуватися коротким текстовим дописом.

Теле- (відео-) репортажі, що є творами, де комплексно поєднані текстовий та аудіовізуальний матеріал, і нині широко представлені на телебаченні та в онлайнмедіа, можна поділити на такі види:

– некоментований показ або трансляція події (відеопоказ не супроводжується словесним коментарем автора, проте може відбуватися безпосереднє коментування події в кадрі самими учасниками й очевидцями) – в онлайнмедіа такий формат висвітлення подій нині відомий як стрімінг (стрім);

– коментований репортаж, де журналіст виступає в ролі коментатора того, що показується, і головне його завдання – поєднати зображення й текстову частину, авторський текст може бути подано частково у кадрі (через «стендап»), переважно чи повністю – за кадром;

– репортаж із журналістом в кадрі передбачає, що репортер безпосередньо веде оповідь з місця події, спілкується з учасниками (очевидцями) в кадрі.

Репортаж як складний інформаційний жанр, як зауважувалось, може охоплювати елементи аналітичних, художньо-публіцистичних творів, має деякі межові різновиди.

Аналітичний репортаж – це репортаж, де подія подається не лише як факт, але й аналізується в контексті інших подій, пояснюється, коментується, передбачає узагальнення та розгорнутий прогноз подальшого її розвитку. Тут учасники події є не тільки очевидцями, але й експертами. Підсумкова частина такого матеріалу зазвичай містить ґрунтовні висновки та аргументи на їхню користь.

Художній репортаж – репортаж, де подія важлива більше не просто як факт, а як привід для певного емоційного переживання. У такому матеріалі використовують елементи пейзажної, портретної замальовки, нарису. Зокрема, у репортажі-нарисі увага прикута не лише до події, але й містить спостереження автора за людськими типами, долями, наприклад, учасників подій.

Рольовий репортаж – це окремий різновид інформаційних репортажів, коли журналіст з метою поглибленого з'ясування змісту, деталей певної події на деякий час стає «учасником» події. Такий прийом застосовується тоді, коли безпосередні учасники не є надійним джерелом інформації, відмовляють у наданні інформації, а сама подія суспільно значуща.

Підготовка такого матеріалу відбувається за методом «журналіст змінює професію» або «маска», завдяки чому процес, явища, які описуються, подаються ніби зсередини. Метод «маски» як творчий метод, за допомогою якого автор збирає необхідну інформацію через спостереження та експеримент, застосовують під час підготовки репортажів, а також журналістських розслідувань. «Маска» зазвичай знімається лише тоді, коли інформація оприлюднена.

Застосування такого методу створення матеріалу має відбуватись із чітким дотриманням правових норм. Журналіст «під маскою» не має права спонукати інших суб'єктів до протиправних вчинків, а отримані за допомогою такого методу матеріали не повинні порушувати вимоги чинного законодавства.

Рольовий репортаж належить до категорії так званої акційної журналістики, коли актуальність цього матеріалу зумовлена власне фактом проведення такої акції.



Поміркуйте!

Обдумайте план підготовки репортажу

- Яка подія висвітлюватиметься? Що в ній зацікавить цільову аудиторію?
- Де й коли відбуватиметься подія? Чи буде вона динамічною? Що допоможе нам додати емоційності оповіді?
- Який матеріал слід дібрати попередньо? Яким є початковий сценарій репортажу?
- На які деталі треба звернути увагу? Які записи, зйомки слід провести?
- Хто буде учасником чи очевидцем події? Кого з них ми розглядатимемо як джерело інформації, героя (героїню) репортажу?



Висновки

Репортаж являє собою оперативне повідомлення кореспондента з місця події, у якій динамічно, документально точно й емоційно подається факт через безпосереднє сприйняття автора та/або учасників (очевидців) події, що створює ефект присутності читача, глядача чи слухача.

Репортаж зазвичай не має усталеної структури, проте основними його елементами є: вступ-лід; опис виразної деталі, що створює ефект присутності; детальна розповідь про факт, подію, ситуацію; пояснення, коментарі учасників (очевидців); підсумки та прогноз.

Репортаж має вестися від першої особи із застосуванням виражальних засобів, що дають змогу забезпечувати динаміку оповіді.

Підготовка рольового репортажу має відбуватись із чітким дотриманням правових норм.



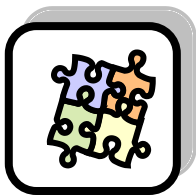
Запитання для самоконтролю

1. Назвіть жанрові особливості репортажу?
2. Якою є загальна структура репортажу?
3. Основні вимоги щодо технології підготовки журналістського матеріалу в жанрі репортажу.
4. Які особливості фото-, теле-, радіорепортажу?



Рекомендована література

1. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія / М. К. Василенко. – К. : Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2006. – 238 с.
2. Вольфф Ф. Журналістика газет і журналів / Вольфф Ф. – Вид. 2-ге, перероб. ; пер з нім. В. Климченка. – К. : Центр вільної преси, 2017. – 377 с.
3. Мой Д. Телевізійна журналістика / Д. Мой, М. Ордольфф ; за заг. ред. В. Ф. Іванова ; пер. з нім. В. Климченка. – К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. – 234 с.
4. Назаренко Г. І. Інформаційні жанри журналістики: навч. посіб. / Назаренко Г. І. – К. : НАУ, 2010. – 114 с.
5. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / В. Шнайдер, П.-Й. Рауе ; пер. з нім. В. Климченка ; за заг. ред. В. Іванова. – К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. – 358 с.
6. Шутяк Л. М. Польська школа художнього репортажу / Л. М. Шутяк // Інформаційне суспільство. – 2016. – Вип. 23. – С. 31–37.



Завдання до практичної роботи

Практична робота 8.1. Репортаж: аналіз ознак жанру

Мета: закріпити набуті знання щодо характерних особливостей жанру репортажу.

Хід роботи:

1. Дібрати з різних ЗМІ два матеріали у жанрі репортажу різних видів та порівняти їх за такими параметрами:
 - 1) формальні ознаки:
 - обсяг;
 - заголовки, лід (зазначити наявність, навести);
 - графічне оформлення, ілюстрації;
 - 2) структурні ознаки (проілюструвати фрагментами тексту):
 - вступ;
 - ефект присутності;
 - розповідь про факт, подію, ситуацію;
 - пояснення, коментарі;
 - висновки, прогноз;

3) змістовні ознаки (вказати на наявність/відсутність):

- актуальність, новизна, важливість, цікавість;
- викладення факту;
- пояснення, коментування;
- образність викладу;
- висновки, прогнози.

2. Результати оформити як порівняльну таблицю, коректно зазначивши посилання на джерело, подати викладачеві.

3. Представити результати роботи в аудиторії, порівняти отримані результати.

Практична робота 8.2. Репортаж: технологія створення

Мета: закріпити набуті знання щодо технологій створення матеріалів у жанрі репортажу.

Хід роботи:

1. Підготувати власний матеріал у жанрі репортажу будь-якого виду на обрану тему, подати викладачеві.

2. Ознайомитися з результатами виконання завдання іншими студентами, підготувати рецензію на один із таких матеріалів, узяти участь в обговоренні технології створення матеріалу в цьому жанрі.

9. ХАРАКТЕРИСТИКА АНАЛІТИЧНИХ ЖАНРІВ

В основі журналістських творів, виконаних в аналітичних жанрах, лежить раціональне аргументоване пояснення змісту певного факту на основі добору інших – значущих для обраної теми – фактів і встановлення зв'язків між ними. Отже, у матеріалах аналітичних жанрів, крім ключового факту, автор опрацьовує також велику кількість дотичних, взаємопов'язаних фактів, обігруючи їх, порівнюючи, систематизуючи, класифікуючи, встановлюючи причинно-наслідкові зв'язки тощо.

Аналітичні жанри, на відміну від інформаційних, вирізняються:

- дослідницько-пошуковим характером діяльності автора;
- переважанням у тексті компетентних думок, оцінок, суджень, міркувань щодо актуальних тем над простим інформуванням, констатацією факту;
- ґрунтовною інтерпретацією (поясненням) явищ, станів, процесів;
- обов'язковою наявністю у тексті прогностичних елементів, що окреслюють шляхи й методи розв'язання тієї чи іншої проблеми, дій певних суб'єктів за з'ясованих умов.

Родові ознаки аналітичних жанрів журналістських творів:

- установа зв'язку, причинно-наслідкових зв'язків та оцінювання фактів, які розглядаються, виявлення, формулювання та дослідження проблем суспільного життя як предмета такого матеріалу;
- домінування в тексті дослідницького, оцінювального та аргументаційного складників порівняно з власне викладенням фактів;
- провідна роль автора як дослідника, коментатора, «тлумача» певного факту чи низки фактів, а також того, хто пропонує шляхи запобігання або розв'язання виявленої і дослідженої ним суспільно значущої проблеми;
- немає чітких вимог щодо оперативності подання такого матеріалу, актуальним насамперед має бути власне аналітичний складник.

Отже, підготовка матеріалів аналітичних жанрів потребує застосування автором не лише власне творчого, але й дослідницького інструментарію. Основними такими інструментами, як уже зазначено вище, є аналіз і прогноз.

У цілому *метод аналізу* полягає в дослідженні предмета завдяки пізнанню його складових елементів (частин об'єкта, його ознак, властивостей і відношень). Метод аналізу існує нерозривно з методом синтезу, що передбачає дослідження об'єктів дійсності в цілісності, єдності та взаємозв'язку їхніх частин. Саме в такий спосіб і досягається пізнання людиною світу в єдності окремого й цілого.

Аналіз як власне прикладна технологія дослідницько-пошукової діяльності передбачає:

- визначення мети і завдань, форм, методів, режиму виконання цієї роботи (наприклад, підготувати огляд за матеріалами моніторингу цін на продовольчі товари у місті Н громадською організацією «Ми – споживачі» упродовж 2019–2020 рр., що представлені на веб-сайті організації);

- визначення змісту, характеру (відкрита, з обмеженим доступом, раніше опублікована, нова тощо) й обсягів необхідної інформації про явища, стани та процеси, на які спрямовано увагу;
- визначення джерел і каналів отримання необхідної інформації (окремі документи, бази даних, експерти тощо);
- збирання та оцінювання кількісних і якісних параметрів отриманої інформації (на відповідність поставленому завданню, на своєчасність, важливість, повноту, достовірність – верифікація);
- опрацювання інформації (систематизація, порівняння, осмислення), на основі чого створюється нова інформація у формі авторських припущень, тлумачень, висновків;
- створення матеріалу відповідного жанру на основі опрацьованої інформації.

Прогнозування як етап дослідницько-пошукової діяльності спрямоване на виявлення та передбачення тенденцій кількісних і якісних змін явищ, станів і процесів, на які спрямовано увагу, охоплює виконання таких операцій:

- визначення мети, завдань, часових, просторових та інших параметрів прогнозування (зокрема, зважання на очікування аудиторії);
- оцінювання поточних характеристик явища, стану чи процесу;
- ретроспективне оцінювання явища, стану чи процесу (його історія);
- встановлення чинників, що впливають на розвиток явища, стану чи процесу;
- прогнозування впливу цих чинників у визначеній перспективі на явище, стан чи процес;
- окреслення прогнозу розвитку явища, стану чи процесу;
- підготовка окремого аналітичного матеріалу за результатами складеного прогнозу чи вміщення цієї інформації як прогностичного блоку до іншого твору.

Відтак, автору аналітичного матеріалу мало бути просто гарним спостерігачем, інтерв'юером чи репортером – підготовка журналістських творів таких жанрів потребує ще й спеціальних знань, умінь і навичок. Хорошому журналістові-аналітикові мають бути притаманні:

- уміння збирати, впорядковувати й аналізувати великий обсяг різної інформації всіх видів в умовах чітких часових обмежень;
- навички використання можливостей систем зберігання й поширення відкритої інформації, у тому числі з використанням інформаційно-комунікаційних технологій для пошуку та аналізу інформації;
- уміння знаходити потрібну інформацію там, де раніше її ніхто не помічав;
- навички щодо застосування різноманітних методів збору, обробки та аналізу інформації, прогнозування тенденцій розвитку процесів, станів, явищ;
- здатність формування широкого кола зв'язків з фахівцями-експертами з вузьких галузевих проблем;

- здатність визначати та чітко окреслювати проблему, що є предметом аналізу, а також уміщувати її в ширший політико-правовий, економічний, соціокультурний контекст глобального, національного, місцевого масштабу;
- уміння прогнозувати розвиток процесів і явищ, які досліджуються;
- навички доведення та спростування фактів;
- уміння викладати результати проведеного дослідження у доступній і зрозумілій для масової аудиторії формі.

Водночас журналіст має залишатися публіцистом, володіти відповідним стилем. Часто перед автором аналітичного матеріалу у цьому контексті постає завдання ЯК подати здобуту інформацію цікаво, як «перекласти людською мовою» коментарі експертів з окремих галузевих питань. Так само певну аудиторію іноді доводиться переконувати у важливості для неї самої дослідженої автором теми.

Журналістські твори аналітичних жанрів, на відміну від творів інформаційних жанрів, як уже зауважувалося, мають спонукати аудиторію до певних висновків, дій. Тому журналістська аналітика може видаватися аудиторії більш тенденційною, ніж суто подієві інформаційні повідомлення. Щоб заслужити довіру аудиторії, журналіст-аналітик має ґрунтувати свої висновки на якомога більшій кількості достовірних фактів, бути максимально об'єктивним і неупереджено викладати різні погляди, не нав'язуючи, а підводячи свого колективного співрозмовника до відповідних висновків і вчинків.

Однак об'єктивний аналіз не може не супроводжуватись критичним підходом до різних явищ життя, аудиторія ж такого твору може мати власні погляди, що не збігаються з поглядами автора. Тому журналіст у своїх оцінках має бути максимально толерантним, з повагою ставитись до інших точок зору, не допускати образ на адресу окремих людей чи суспільних груп.

Процеси та явища, які зазвичай стають предметом уваги журналіста-аналітика і досліджуються ним, є **проблемами**. Проблемами називаємо те, що не відповідає усталеним уявленням окремої людини чи певної соціальної групи про такі процеси та явища, як бажані (унормовані).

Проблеми здебільшого виникають як неусвідомлювані ознаки занепокоєння, невдоволення, розчарування людей щодо поточного стану справ. І часто таке почуття формується внаслідок порівняння того, що є фактом, із певними стандартами, сподіваннями на те, як насправді має бути. Джерелами цих стандартів можуть бути: очікування окремих осіб чи суспільства загалом щодо цього факту, відповідні нормативно-правові документи, політичні програми та обіцянки, морально-етичні настанови тощо. Отже, проблема – це точка зіткнення певних стандартів-сподівань і відповідних реальних фактів, які мають відмінність, що викликає або може потенційно викликати занепокоєння окремої людини, соціальної групи, суспільства й потребує реагування для його мінімізації чи подолання. Так, розв'язання проблем можливе у два основних способи: шляхом максимального наближення реального процесу, стану, явища до очікувань аудиторії чи шляхом коригування цих стандартів-сподівань відповідно до реального стану речей.

Завданням журналіста-аналітика у цьому плані є максимально точно визначення: проблеми; тих, кого вона стосується; тих, хто може її розв'язати; шляхів і способів її розв'язання. Саме журналіст як сторонній спостерігач, дослідник може допомогти суспільству у цій справі й упередити потенційні конфлікти чи сприяти розв'язанню вже створених.



Приклад

Скажімо, виробництво ковбаси, що не відповідає встановленому стандарту, є проблемою для споживачів саме через цю невідповідність. Проте це не проблема для виробників, оскільки вони мають право випускати цей продукт за власними технічними умовами. За такої ситуації для уникнення наявної проблеми (можливість спожити неякісний продукт) на основі проведених досліджень журналіст пояснює споживачам, як знайти та придбати якісне. Так «планка очікувань» цільової аудиторії знижується до реальної ситуації, а медіа виконує свою просвітницьку функцію.

Підготовка аналітичного журналістського матеріалу з урахуванням описаних вище підходів може здійснюватися за таким загальним алгоритмом: 1) виокремлення проблеми, яка аналізуватиметься → 2) встановлення умов і факторів появи (розгортання, загострення, розвитку) цієї проблеми → 3) встановлення можливих тенденцій, варіантів подальшого розвитку проблеми, аналіз протилежних позицій → 4) аргументований відбір найбільш реальних шляхів розвитку проблеми → 5) висновок як опис «картини майбутнього», рекомендації для зацікавленої аудиторії, як діяти за наявності такої проблеми, як запобігти проблемі тощо. Відтак, результатом аналітичної діяльності журналіста має бути викладений у його творі певний раціонально обґрунтований «дороговказ» для цільової аудиторії, який вона з огляду на власні міркування прийме або ж ні.

Технологія підготовки журналістських творів аналітичних жанрів передбачає значну увагу автора до процесів верифікації даних, що досліджуються, та аргументації отриманих результатів, рекомендацій. Це зумовлено тим, що в аналітичній журналістиці, крім її «повчального» спрямування, має переважати не нав'язування думок, не пропаганда, а метод переконування за допомогою логічних аргументів і аж ніяк не маніпулятивних технологій.

Тому для дотримання істини та інтересів аудиторії журналіст має серйозно турбуватися про те, щоб належно верифікувати інформацію, на основі якої здійснюється аналіз теми (отримані документи, висловлені співбесідниками судження, власні припущення тощо). Це і є запорукою об'єктивності подальших висновків автора. *Верифікацію* розуміємо як процес перевірки достовірності інформації шляхом вивчення її джерел та надійності. У процесі верифікації важливо розмежовувати судження та факти й ретельно перевіряти останні за альтернативними джерелами.

Аргументація є способом міркування, що складається з доведення і спростування, внаслідок чого формується переконання в істинності чи хибності певного положення. Саме тому для досягнення об'єктивності висновків, що наводяться в матеріалі, журналісту слід добирати й аналізувати аргументи як «за», так і «проти».

Аргументи – це думки, істинність яких уже встановлена раніше, і які можуть бути використані для обґрунтування істинності чи хибності певного положення. Як аргументи зазвичай використовуються:

– доведені наукою чи щоденною практикою факти дійсності, певний досвід;

– закони природи (фізичні, біологічні тощо), суспільні закони (соціальні, економічні тощо), які відображають суттєві зв'язки й відносини, а також закони юридичні;

– визначення (усталені, унормовані тлумачення явищ, станів і процесів);

– аналогії (схожі, подібні явища, стани, процеси, зафіксовані раніше та/або в іншому місці).

Аналітичний матеріал зазвичай доводить чи спростовує певний факт, використовуючи методи доведення і спростування, розроблені у рамках логіки. Саме тому й структура матеріалу, побудованого на таких методах аргументації, є надзвичайно чіткою.

Доведення складається з тези, аргументів, демонстрації зв'язку тези й аргументів. Доведення може бути прямим (коли теза безпосередньо впливає з аргументів) і непрямим («доведення від протилежного», коли істинність тези обґрунтовується шляхом доведення хибності антитези – положення, що суперечить тезі).

Спростування дає змогу встановити хибність чи необґрунтованість тези і може являти собою: або спростування тези, або спростування аргументів, або спростування зв'язку тези й аргументів.

Спростування тези може відбуватися у такий спосіб: спростування тези фактами чи шляхом доведення істинності нової тези. Спростування аргументів може відбуватися через установлення хибності, істинності аргументів, або встановлення недостатності чи відповідності аргументів щодо тези, або висловлення сумніву в надійності джерела аргументів. Спростування зв'язку тези й аргументів відбувається зазвичай шляхом віднайдення помилок чи свідомих порушень логіки доведення.

Під час підготовки матеріалів аналітичних жанрів автори використовують низку різних творчо-дослідницьких методів. Звернімо увагу на такі, як спостереження, контент-аналіз, аналіз мереж, опитування.

Спостереження як метод підготовки аналітичних матеріалів ґрунтується на особистому спостереженні журналіста, пізнанні дійсності. Такий метод характеризується системністю, цілеспрямованістю, послідовністю, тривалістю за часом у доборі й опрацюванні інформації. Об'єктом медіа-спостереження можуть бути як прості, так і складні політичні, економічні, соціокультурні явища, процеси, події, ситуації.

Залежно від об'єкта й методів, спостереження поділяються на відкриті та приховані. Особливістю відкритого спостереження є те, що журналіст не приховує своїх дій, відкрито збираючи інформацію, здійснюючи аудіо-, відеозаписи тощо. Приховане спостереження є наслідком творчої та професійної діяльності автора й відбувається приховано від потенційних героїв сюжетів (текстів).

Зважаючи на умови вивчення об'єкта, на який спрямована увага журналіста, спостереження може бути прямим та опосередкованим, а залежно від мети – коротким і тривалим.

Контент-аналіз являє собою метод кількісного та якісного аналізу текстових документів: публікацій у ЗМІ, в мережі Інтернет, офіційних документів тощо. З використанням цього методу можна отримати максимально об'єктивну інформацію про теми, ідеї, погляди, які відображені у певних текстах, що циркулюють в конкретному інформаційному просторі.

Для перспективного оцінювання та прогнозування доцільно, наприклад, проводити контент-аналіз програмних документів, заяв, планів суб'єктів політичного та соціально-економічного процесу. З цією метою контент-аналіз (у тому числі поглиблене вивчення змісту документа, його стилістики, логіки та ін.) застосовується для з'ясування пріоритетних цілей (офіційних і прихованих) і завдань, які ставлять перед собою його автори. До такого матеріалу можна повернутися через певний час для оцінювання досягнення обіцяних результатів.

Метод аналізу мережі зв'язків може бути корисним для встановлення кола пов'язаних з аналізованим фактом організацій та осіб, що взаємодіють, мають взаємний вплив, спільні інтереси і т. п. Його суть полягає у виявленні та багатосторонньому оцінюванні зв'язків між певними суб'єктами. Наприклад: сила зв'язку – сильний, помірний, слабкий зв'язок; суть зв'язку – приязнь, конфлікт, службовий, родинний; зміст зв'язку – інформаційні, фінансові, матеріальні обміни, емоційна приязнь тощо.

Різновидом цього методу можна вважати аналіз мереж, у межах якого беруть до уваги не окремі зв'язки окремих суб'єктів, а певну мережу в цілому й досліджують: організаційну модель мережі; історію її створення, розвитку; стратегії і методи співпраці у її межах; системи обміну інформацією в мережі; особисті зв'язки, які забезпечують лояльність і довіру членів мережі; її культуру – домінуючі цінності, традиції, ритуали, уявлення.

Опитування використовують для отримання певної сукупності поглядів людей щодо теми (проблеми, явища, процеси, події, особи). Опитування може бути репрезентативним (на основі належно сформованої за методами соціології вибірки, яка пропорційно представляє цільову аудиторію) і нерепрезентативним, коли опитані особи дібрані випадково. Основними методами опитування є анкетування (опосередковане опитування) та інтерв'ю. Опитування може орієнтуватися на загальну вибірку, а також на певне коло фахівців (експертне опитування, метод фокус-групи).

Щодо класифікації аналітичних жанрів, як і в цілому до класифікації жанрів, існують різні підходи. Так, М. Василенко розглядає як аналітико-публіцистичні жанри кореспонденцію, статтю, огляд, рецензію, звіт [6]. О. Тертичний зазначає, що до аналітичних (за деякою класифікацією – дослідних) жанрів традиційно належать: аналітичний звіт, кореспонденція, інтерв'ю, бесіда, коментар, соціологічне резюме, анкета, моніторинг, рейтинг, рецензія, стаття, журналістське розслідування, огляд ЗМІ, прогноз, версія, експеримент, лист, сповідь, рекомендація (порада), аналітичний прес-реліз. Водночас відзначається виникнення всередині групи аналітичних жанрів і нових стійких груп, типів публікацій, об'єднаних чітким виявом окремих жанротвірних факторів (методів зображення дійсності), а саме: експеримент, рейтинг, анкета, прогноз, версія тощо [76, с. 54, 62].

Х. М. де Мело, як уже зазначалося раніше, виокремлює дві групи жанрів, близьких до аналітичних у нашій класифікації, а саме: жанри, які осмислюють, та жанри, які тлумачать (інтерпретують). До жанрів, які осмислюють, належать: редакційна передова стаття, коментар, стаття, огляд, колонка, карикатура, лист, хроніка. Жанри, які тлумачать (інтерпретують): аналіз, профіль, опитування, хронологія, дос'є [91].

Зважаючи на наявність різних класифікацій аналітичних жанрів журналістських творів, далі у межах цієї жанрової групи розглянемо детальніше такі жанри, які належать найчастіше до аналітичних, а саме: кореспонденція, бесіда, аналітичне інтерв'ю, коментар, рецензія, авторська (редакторська) колонка, огляд, стаття. Основні ознаки журналістських творів аналітичних жанрів, урахувавши їхню форму, зміст і методи збирання інформації та відтворення фактів автором, можемо подати так (табл. 9.1).

Таблиця 9.1

Аналітичні жанри: форма, зміст і методи

Жанр	Форма та зміст твору	Методи збирання інформації та відтворення фактів автором
1	2	3
кореспонденція	деталізоване повідомлення про факт і пов'язані факти з чіткою структурою	«спостерігаю, дізнаюся, пояснюю»; «повідомляю, що бачив/дізнався та що говорили про це з деталями»
бесіда	деталізоване повідомлення про те, що думають про факт із чіткою структурою	«розмірковую і запитую», «запитання-думка – відповідь-думка»; «переповідаю, про що поміркували та поговорили»
коментар рецензія	деталізоване повідомлення-міркування щодо основного та пов'язаних фактів із чіткою структурою	«спостерігаю, дізнаюся, обмірковую»; «ділюся власними думками, пояснюю факт/факти»

1	2	3
колонка	деталізоване повідомлення-міркування щодо основного та пов'язаних фактів із вільною структурою	«спостерігаю, дізнаюся, обмірковуюю»; «ділюся власними думками про факт/факти, раджу»
огляд	деталізоване повідомлення про те, що пишуть і говорять про факт і пов'язані факти з чіткою структурою	«моніторю: читаю, слухаю, аналізую»; «узагальнюю та коментую побачене й почуте»
стаття	деталізоване повідомлення про те, яким є і яким має бути факт і пов'язані факти, якою є «історія факту» з чіткою, проте оригінальною «авторською» структурою	«читаю, слухаю, дізнаюся, аналізую»; «узагальнюю побачене й почуте, на підставі аналізу роблю висновки, раджу»



Поміркуйте!

Змодельуйте аудиторію, яка віддає перевагу журналістським творам аналітичних жанрів

- Чи має вона демографічні особливості (вік, стать, місце проживання, рівень освіти, вид діяльності тощо)?
- Назвіть медіаканал якими переважно користується ця аудиторія?
- Яка тематика аналітичних матеріалів переважно цікавить цю аудиторію?
- Із якого джерела Ви отримали інформацію для своїх висновків? Які методи доцільно було використати ще? Як доведете Ваше твердження?



Висновки

- Журналістський твір аналітичного жанру ґрунтується на раціональному аргументованому поясненні сутності певного факту на основі добору інших – значущих для обраної теми – фактів і встановлення зв'язків між ними.
- Основними дослідницькими технологіями журналіста-аналітика є аналіз та прогнозування.
- Технологія підготовки журналістських творів аналітичних жанрів передбачає значну увагу автора до процесів верифікації даних, що досліджуються (шляхом перевірки достовірності інформації через вивчення її джерел та надійності), та аргументації отриманих результатів і рекомендацій (шляхом доведення та/або спростування певного положення).
- Під час підготовки матеріалів аналітичних жанрів можуть використовуватись різні творчо-дослідницькі методи, серед яких: спостереження, контент-аналіз, аналіз мереж, опитування.



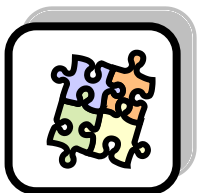
Запитання для самоконтролю

1. Які основні ознаки журналістських творів аналітичних жанрів?
2. У чому полягає зміст технологій аналізу та прогнозування?
3. Якими властивостями має володіти журналіст-аналітик?
4. Назвіть дослідницький інструментарій та методи, які має використовувати автор аналітичного матеріалу?
5. Які журналістські твори належать до аналітичних жанрів?



Рекомендована література

1. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія / М. К. Василенко. – К. : Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2006. – 238 с.
2. Вольфф Ф. Журналістика газет і журналів / Вольфф Ф. – Вид. 2-ге, перероб. ; пер з нім. В. Климченка. – К. : Центр вільної преси, 2017. – 377 с.
3. Дрешпак В. Жанрові моделі місцевих газет України (на прикладі видань Дніпра та Харкова) / В. Дрешпак // Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика. – 2019. – Вип. 45. – С. 183–191.
4. Лешко У. Типологія жанрів Інтернет-журналістики / У. Лешко // Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика. – 2018. – Вип. 44. – С. 246–253.
5. Посібник з верифікації [Електронний ресурс]. – Європейський центр журналістики, ред. К. Сільверман; ред. та адаптація укр. мовою Українська асоціація видавців, О. Погорелов. – Режим доступу : http://verificationhandbook.com/book_ua
6. Публіцистика. Масова комунікація : медіаенциклопедія / кол. авт. : Ю. Вільке, В. Донсбах, Х. М. Кепплінгер та ін. ; пер. з нім. К. Макеєва, В. Демешка ; за заг. ред. В. Ф. Іванова. – К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2007. – 780 с.



Завдання до практичної роботи

Практична робота 9.1. Характеристика журналістських творів аналітичних жанрів

Мета: Закріпити набуті знання щодо спільних особливостей форми, структури та змісту журналістських творів інформаційних жанрів та підходів до класифікації цих жанрів.

Хід роботи:

1. Самостійно дібрати з різних ЗМІ три матеріали різних інформаційних жанрів та виокремити їхні найбільш характерні формальні, структурні, змістовні ознаки.
2. У складі робочої групи на основі дібраного матеріалу скласти порівняльну таблицю та подати її викладачеві.

Аналітичні жанри журналістського твору

Жанр	Найбільш характерні ознаки	Характерний приклад

3. Презентувати підсумки виконання завдання в аудиторії. Взяти участь в обговоренні результатів інших робочих груп.

Практична робота 9.2. Доведення та спростування фактів

Мета: Закріпити набуті знання щодо методів аналізу джерел, доведення та спростування фактів у журналістських творах.

Хід роботи:

Підтвердіть чи спростуйте такі факти:

- в Україні встановлено обмеження на доступ до окремих видів публічної інформації;
- на території Полтавської області є єгипетські піраміди;
- у межах деяких міст України розташовані села та селища;
- перша в Радянському Союзі приватна телекомпанія з'явилася в Миколаєві;
- на території Дніпропетровщини встановлено місця приземлення НЛО;
- на початку 2000-х рр. п'ятою за чисельністю етнічною групою в Україні були кримські татари;
- газета, що висвітлювала візит імператора Франца Йосифа I до Львова у 1851 р., видавалася в одному примірнику – лише для продажу почесному гостю;
- давні трипільці говорили протоукраїнською мовою;
- єдиний прижиттєвий портрет Івана Мазепи зберігається у Києво-Печерській лаврі;
- перший на території України хмарочос було споруджено у Харкові.

Зазначте джерела, за якими перевірено достовірність наведених фактів, та внесіть одержані результати до таблиці.

Аналіз фактів щодо їх достовірності/недостовірності

Факт	Джерела, за якими підтверджено чи спростовано факт	Висновок про достовірність факту

10. АНКЕТА. МОНІТОРИНГ. РЕЙТИНГ

Під час підготовки аналітичних матеріалів із суспільно значущих тем у журналістів час від часу виникає потреба використати як аргумент громадську думку з певного питання або наочно продемонструвати результати порівняльного аналізу певних фактів. Із цією метою для визначення проблеми, добору аргументів, презентації висновків тощо можуть використовуватися такі соціологічні методи та інструменти, як анкетування, моніторинг, а також рейтингування як метод систематизації певних даних.

Анкетування (опитування з використанням анкети) є способом отримання певної сукупності відповідей на певні запитання. Анкетування передбачає створення анкети, її поширення, збирання результатів та їх опрацювання. Існує практика розміщення анкет безпосередньо на сторінках друкованих та на ресурсах онлайнмедіа. У такий спосіб отримані результати будуть віддзеркаленням думки саме цільової аудиторії цього ЗМІ. Анкета також може розглядатись як різновид жанру інтерв'ю.

Моніторингові дослідження дають змогу отримати інформацію про характер змін природних, технічних і соціальних систем, необхідну для визначення відповідності функціонування цих систем певним вимогам. Одним із основних різновидів моніторингового спостереження за змінами в соціальних системах є соціологічний моніторинг, мета якого – відстеження змін у різних сферах суспільного життя за системою соціологічних показників.

Рейтинг – це показник діяльності, популярності чи іншого параметру якоїсь особи, організації, групи тощо у певний час, який визначається за соціологічним опитуванням, голосуванням, аналізом статистичних даних тощо і характеризується місцем серед собі подібних. На основі результатів рейтингування можуть бути підготовлені як інформаційні, так і аналітичні матеріали. У формі рейтингу також можна подавати окремі аналітичні матеріали в медіа.

Журналісти мають можливість проводити **анкетування** із залученням фахових соціологічних організацій, а також (за наявності відповідних ресурсів і кваліфікації) самостійно. Під час *складання анкети* необхідно враховувати низку таких основних вимог.

Вступна частина має коротко пояснити тему, суть опитування та умови (порядок) анкетування. Вступна частина, крім виконання суто інформаційного завдання, ще й мотивує потенційних респондентів до участі в опитуванні. Деякі редакції з цією метою пропонують учасникам таких опитувань сувеніри, бонуси, інші стимули.

Запитання анкети можуть бути двох видів: закриті, коли респондентові пропонуються варіанти відповідей, та відкриті, коли респондентові дозволено викласти думку своїми словами. Закриті запитання швидше ставити й швидше на них відповідати, бо вони не потребують від респондента тривалих розмірковувань. Такі запитання передбачають схожість відповідей, тому їх легко обробити. Відкриті запитання дають змогу з'ясувати, що думають люди, не маючи варіантів відповідей (підказок), а також дізнатися, що саме стоїть за певним їхнім ставленням або намірами. Відкриті за-

питання складніші й для того, щоб відповісти на них (тому респонденти часто залишають такі поля не заповненими), і під час самого їх аналізу. Для спрощення їх обробки схожі відповіді групують. Найцікавіші відповіді на відкриті запитання можуть бути основою для підготовки матеріалу в жанрі бліц-опитування.



Приклад інфографіки до матеріалу на основі рейтингу



Укрінформ, 08.03.2020

(https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/2887956-top10-uspisnih-ukrainskih-vcenihzinok-infografika.html)

Демографічні запитання (вік, стать, професія, місце проживання тощо) слід поставити наприкінці. Подальший аналіз цього блоку анкети, опублікованого на сторінках чи ресурсах певного медіа дасть змогу також отримати більш чітке уявлення про його аудиторію.

Під час формулювання запитань, що будуть внесені до анкети, слід дотримуватись таких основних вимог:

- запитання мають бути зрозумілі й конкретні;
- запитання не мають спонукати респондентів до пошуку більшої інформації, ніж вона у них є (неправильне формулювання: «Як Ви особисто ставитесь до проекту рішення міської ради № 123?»; правильно: «Як Ви особисто ставитесь до проекту рішення міської ради про утилізацію сміття?»);
- не слід змішувати в одному два окремі запитання (неправильне формулювання: «Чи погоджуєтесь ви з тим, щоб підтримати вітчизняного виробника молока й підвищити ввізне мито на молоко?»);
- варіанти відповідей на закриті запитання мають бути однозначні, взаємовиключні, зрозумілі. За можливості не слід надавати варіант з нейтральною відповіддю («важко сказати», «не знаю» тощо), оскільки респонденти часто обирають саме її;
- запитання слід розставити в порядку ускладнення й так, аби створити пов'язану сукупність – кожне наступне впливає з попереднього. На перше запитання буде легко відповісти, воно не повинно лякати респондентів і мати досить нейтральний зміст. Найскладнішим запитанням слід завершувати.

Інтерпретація результатів анкетування, можливо, найцікавіший етап дослідження. За результатами може бути підготовлено окремий журналістський матеріал інформаційного чи аналітичного жанру або ж вони будуть використані суто як аргументи для доведення чи спростування певної тези.

Під час інтерпретації результатів анкетування слід зважати на таке:

- репрезентативність вибірки та масштаб опитування – нерепрезентативні локальні опитування можуть бути хіба ілюстрацією до розуміння проблеми з позиції окремих людей, їх не можна проектувати на всю громадську думку загалом;
- політичну і соціальну атмосферу, в яких проходило опитування, його інформаційний фон – респонденти могли підпасти під загальну хвилю захоплення, невдоволення тощо;
- цікаві відповіді на відкриті запитання, які не потрапляють до якоїсь із груп. Їх не слід залишати без уваги, адже, можливо, саме вони «підкажуть» тему подальших журналістських пошуків, вкажуть на приховані суспільні тенденції.

Моніторинг є методом дослідження певного процесу чи явища шляхом відстежування їх змін упродовж певного відрізка часу. Предметом моніторингу є конкретні характеристики такого явища чи процесу залежно від мети цього дослідження. Під час моніторингу застосовуються статис-

тичні методи, контент-аналіз. На основі моніторингу можуть бути створені журналістські твори всіх аналітичних жанрів.

Моніторингові соціологічні опитування – це популярне джерело аналітичної інформації для журналістів, вони дають змогу продемонструвати динаміку громадської думки, простежити зміни, які відбуваються протягом тривалого часу. Оскільки провести моніторинг досить складно, то журналісти зазвичай використовують під час підготовки аналітичних матеріалів результати моніторингу, проведеного спеціалізованими дослідними інституціями.

Для моніторингових опитувань надзвичайно важлива однаковість формулювання поставлених запитань і набору відповідей. Адже неможливо зробити висновок, чи справді відбулися зміни у громадській думці, чи вони є наслідком інакше поставленого запитання або збільшення (зменшення) набору відповідей.

В Україні найбільш ґрунтовний моніторинг громадської думки населення України «Українське суспільство» з 1994 р. здійснює Інститут соціології Національної академії наук [78]. Цей моніторинг містить понад 300 питань із різних сфер – економіки, політики, соціального самопочуття, стану здоров'я, рівня матеріального добробуту тощо.

Під час розроблення системи конкретних індикаторів (запитань анкети) автори програми «Українське суспільство: моніторинг соціальних змін» враховували збалансованість різних типів запитань, що уможливили отримання інформації про чотири різні види суджень респондентів.

1) *Фактологічні судження (факти)* – це відповіді на запитання, які стосуються конкретних фактів, подій, обставин, умов життя, вчинків людей, що відбулися або відбуваються в житті людини за певний період.

2) *Раціонально-оцінні судження (думки)* – відповіді на запитання, які стосуються оцінок, що їх дають люди різним політичним подіям, рішенням, напрямам розвитку суспільства («правильно – неправильно», «підтримую – не підтримую», «згоден – незгоден» та ін.).

3) *Емоційно-оцінні судження (настрої)* – відповіді на запитання, які дають людині можливість висловити позитивну, негативну або нейтральну емоційну оцінку про конкретні факти, ситуації, події, політичні рішення і т. д. («добре – погано», «поліпшилося – погіршилося»). До цього типу показників належать також оцінки довіри («довіряю – не довіряю»), задоволеності («задоволений – незадоволений»), відбивають предметно-емоційну оцінку достатності чи браку тих або інших соціальних благ («вистачає – не вистачає – не цікавить»).

4) *Декларативні установки (наміри)* – відповіді на запитання, що стосуються готовності людей чинити в той чи інший спосіб за певних обставин (готовність до соціального протесту, міграції, намір голосувати за того чи іншого кандидата тощо).

Рейтинг іноді виокремлюють як певний аналітичний жанр журналістського твору. Складання рейтингів може здійснювати журналіст-аналітик

як на основі досліджень спеціалізованих організацій, так і самостійно. Отже, слід дотримуватись таких основних правил та етапів.

Постановка завдання передбачає, які об'єкти ввійдуть до рейтингу і з якою метою конкретний рейтинг буде використано. Так, рейтинг закладів вищої освіти може вплинути на рішення абітурієнта, рейтинг фільмів – на вибір потенційного глядача, рейтинг нековирних заголовків у газетах просто розважить, а можливо, дасть змогу уникнути помилок авторам-початківцям.

Визначення найважливіших параметрів, що характеризують об'єкт, дає змогу визначити «спільний знаменник» для проведення подальшого дослідження. Основні способи такого визначення – це експертні оцінки та/або опитування цільової аудиторії. Саме фахівці чи аудиторія можуть допомогти визначитися, по суті, з тим, що у певному об'єкті найголовніше. Так, можуть бути створені різні рейтинги. Наприклад, фахівці Міністерства освіти і науки під час оцінювання університетів ключовими можуть визначити параметри провадження наукових досліджень, абітурієнти – вартість навчання та характеристики інфраструктури (аудиторії, спеціальні лабораторії, гуртожитки тощо).

Визначення відносної значущості кожного параметра дасть можливість з'ясувати, наскільки важливий кожний із обраних параметрів, якою є його питома вага в загальній оцінці. Зазвичай сукупну важливість усіх факторів беруть за одиницю, а відносну значущість кожної окремої характеристики виражають у частках одиниці. Визначити питому вагу також можна на основі експертних оцінок та/або опитування цільової аудиторії. Наприклад, під час рейтингування університетів за критеріями абітурієнтів можна визначити таку значущість параметрів: 0,3 – середня вартість навчання; 0,2 – кількість навчальних місць в аудиторіях на одного студента; 0,2 – кількість навчальних місць у спеціалізованих лабораторіях на одного студента; 0,2 – кількість місць у гуртожитках на одного студента; 0,1 – кількість місць у їдальнях на одного студента.

Етап *збирання інформації* охоплює проведення опитувань, контент-аналізу, аналізу статистичної інформації. Під час цього етапу автор власне формує показники кожного з об'єктів рейтингування, зводячи всі показники до певного коефіцієнта чи спільної одиниці вимірювання, а подекуди переводячи якісні оцінки у кількісні.

Обробка інформації полягає у визначенні підсумкових показників для кожного об'єкта та ранжирування їх щодо отриманих результатів від найбільших до найменших. За результатами, до матеріалу переважно потрапляють лідери рейтингу («Топ-5», «Топ-10») або ж його аутсайтери («5 закладів, які ми не радимо відвідувати», «10 найгірших фільмів»).

Інтерпретація та використання соціологічної інформації журналістами під час підготовки матеріалів має відбуватися з дотриманням низки обов'язкових правил. Це зумовлено тим, що соціологічна інформація зазвичай має високий ступінь впливу на громадську думку й будь-яке некоректне використання її може призвести до маніпуляції.

Так, під час оприлюднення даних соціологічного дослідження має бути вказано: 1) хто проводив опитування; 2) скільки респондентів було опитано; 3) яку спільноту представляють опитані; 4) коли проводилося опитування; 5) яка похибка вибірки. Якщо цих даних немає, це означає, по-перше, що інформацію подано непрофесійно, по-друге, що її важко інтерпретувати.

Має насторожувати неповнота відповідей на певне запитання, що часто не дає змоги зробити відповідний висновок. Наприклад, коли говорять, що тезу А підтримує 30 % респондентів, то це не означає, що інші її не підтримують. За такої ситуації потрібен повний опис результату, а можливо, навіть додатковий коментар фахового експерта.

У публікації слід наводити формулювання запитання, щодо якого оприлюднюються результати опитування, оскільки від цього залежить і розуміння відповіді. Некоректно: «70 % опитаних висловилися проти будівництва заводу у нашому місті»; коректно: «70 % опитаних відповіли «ні» на запитання «Чи погоджуєтеся ви, щоб завод було споруджено на місці парку?»

Також некоректно певні соціологічні дані, отримані на одній сукупності респондентів, поширювати на іншу, яку вони не представляють. Наприклад, опитування щодо питання А у великих містах України не може засвідчувати, що так само до цього питання ставляться в усій державі.

Некоректно також поширення результатів опитування, проведеного в певний період, на ситуацію – в інший. Скажімо, робота організацій із тепlopостачання взимку і влітку може мати різні оцінки громадян, або ж ставлення щодо певного питання до та після прийняття дотичного закону так само різнитиметься.

Часто журналісти припускаються помилки, коли порівнюють результати опитувань від різних соціологічних організацій, навіть з того самого питання, але яке було сформульоване по-різному. Іноді результати соціологічних опитувань сприймаються й авторами, й аудиторією як прогнози, але це не зовсім так. Дійсно, прогнози робляться на основі даних опитувань, але самі ці дані не є прогнозом. Це – зріз громадської думки на момент опитування. Для прогнозування слід зважати на низку значущих факторів.

На особливу увагу заслуговує інтерпретація даних опитувань у передвиборчий період. Так, не можна ототожнювати рейтинги довіри, рейтинги оцінки діяльності та виборчі рейтинги. Наприклад, низький рівень довіри не означає браку шансів кандидата на обрання – за нього можуть проголосувати як за «менше зло».

Важливий і такий показник, як похибка вибірки. Соціологічні опитування – це вимірювання приблизне, з певною мірою точності. Якщо зазначено, що похибка вибірки дорівнює 2,5 %, то це означає, що відмінності значущі на рівні не менше 2,5 %.



Поміркуйте!

Оберіть певну суспільно значущу проблему та складіть перелік запитань для анкети з її вивчення.

- Чи коректно ви сформулювали запитання?
- Серед кого проводитиметься таке опитування?
- У який спосіб поширюватимете анкету та оброблятимете отримані результати?
- У який спосіб плануєте використати отримані дані? Як інтерпретуватимете їх, з якою метою?
- Який рівень точності й довіри аудиторії матимуть результати вашого дослідження?



Висновки

Анкетування, моніторинг, рейтинги дають змогу журналістам під час підготовки аналітичних матеріалів використати як аргумент громадську думку з певного питання або наочно продемонструвати результати порівняльного аналізу певних фактів.

Під час складання анкет та інтерпретації результатів опитування слід дотримуватися фахового підходу до формулювання запитань, це уможливить отримати максимально точні результати й уникнути маніпуляцій.

Під час моніторингових опитувань важливо однаково формулювати поставлені запитання й відповіді. Так можемо прослідкувати, чи справді відбулися зміни у громадській думці, чи вони є наслідком інакше поставленого запитання або збільшення (зменшення) набору відповідей.

Створення рейтингу передбачає проходження таких етапів дослідницької роботи, як: постановка завдання, визначення найважливіших параметрів, що характеризують об'єкт, що рейтингується, визначення відносної значущості кожного параметра рейтингування, збирання інформації, обробка інформації та власне створення журналістського твору за отриманими результатами.

Інтерпретація та використання соціологічної інформації журналістами під час підготовки матеріалів має відбуватися з дотриманням обов'язкових правил через значний рівень впливу соціологічної інформації на громадську думку і можливість маніпуляцій у разі її некоректного використання.



Запитання для самоконтролю

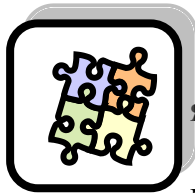
1. Які можливості під час підготовки аналітичного матеріалу відкриває анкетування?
2. Які вимоги ставляться до моніторингу?

3. У чому перевага моніторингових соціологічних опитувань як джерела аналітичної інформації?
4. Назвіть етапи та правила складання рейтингу.
5. Які існують загальні вимоги щодо використання та інтерпретації соціологічної інформації під час підготовки журналістського твору?



Рекомендована література

1. Іванов В. Ф. Вимоги до роботи з фактами та джерелами інформації в мас-медіа / В. Ф. Іванов // Інформаційне суспільство. – 2015. – Вип. 22, лип.-груд. – С. 17–20.
2. Лешко У. Типологія жанрів Інтернет-журналістики / У. Лешко // Вісник Львівського університету. Серія: журналістика. – 2018. – Вип. 44. – С. 246–253.
3. Лубкович І. М. Соціологія і журналістика / І. М. Лубкович. – Львів : ПАІС, 2005. – 178 с.
4. Носке Г. Журналістика: що треба знати та вміти : книжка для читання та підручник / Генніг Носке. – К. : Центр вільної преси, 2017. – 312 с.
5. Опитування громадської думки : посібник для журналістів / укладачі І. Бекешкіна, В. Довгич. – К. : Фонд «Демократичні ініціативи», 2012. – 96 с.
6. Посібник з верифікації [Електронний ресурс]. – Європейський Центр журналістики, ред. К. Сільверман ; ред. та адаптація укр. мовою Українська асоціація видавців, О. Погорелов. – Режим доступу : http://verificationhandbook.com/book_ua/



Завдання до практичної роботи

Практична робота 10.1. Анкета, моніторинг, рейтинг як джерела інформації в аналітичній журналістиці

Мета: закріпити набуті знання щодо використання анкети, моніторингу, рейтингу як методів збору та форм презентації інформації.

Хід роботи:

1. Дібрати з різних ЗМІ по одному матеріалу, що створений на основі методів анкетування, моніторингу, рейтингування чи поданий у формі анкети, моніторингу, рейтингу. Проаналізувати дібрані матеріали за критеріями:

- 1) жанр і тема матеріалу;
- 2) мета матеріалу та застосування методів анкетування, моніторингу, рейтингування;
- 3) оформлення, ілюстрації;
- 4) пояснення, коментарі;
- 5) коректність посилань на джерела.

2. Результати оформити як аналітичну записку, зазначивши посилання на джерела, та подати викладачеві.

3. Ознайомитись із результатами виконання завдання іншими студентами, взяти участь у їх обговоренні.

Практична робота 10.2. Методика підготовки журналістського матеріалу у формі рейтингу

Мета: закріпити набуті знання щодо використання методології рейтингування під час підготовки журналістських матеріалів.

Хід роботи:

1. Оберіть тему, яку можна вдало висвітлити в аналітичному матеріалі у формі рейтингу.

2. Визначте критерій (критерії) рейтингування, проведіть дослідження.

3. Підготуйте матеріал та надайте його викладачеві.

4. Презентуйте виконану роботу в аудиторії, ознайомтеся з роботами колег та підготуйте коротку рецензію на один із таких творів. Візьміть участь в обговоренні технології підготовки журналістських матеріалів на основі рейтингу.

11. КОРЕСПОНДЕНЦІЯ

Аудиторія практично завжди прагне знати більше. Її цікавлять не лише «голі» факти, але й оперативні пояснення того, що відбулося. Задовольнити такі запити можуть матеріали у жанрі кореспонденції.

Кореспонденція (лат. *correspondeo* – відповідаю, повідомляю) – це жанр журналістського твору, що являє собою поширене (за обсягом) та поглиблене (за змістом) повідомлення про певний факт чи групу фактів, поєднаних часово-просторовими зв'язками. Кореспонденція як жанр універсального, комплексного повідомлення певного автора-дописувача (кореспондента) містить окремі елементи репортажу (у формі повідомлення про подію, але без створення ефекту присутності), інтерв'ю, коментарю (аналізу, пояснення ситуації).

Кореспонденція є проміжним жанром, що охоплює ознаки як інформаційних, так і аналітичних журналістських творів. За деякими класифікаціями кореспонденцію розглядають саме як найпростіший, базовий аналітичний жанр. Однак консенсусним рішенням у цій теоретичній дискусії є виокремлення таких двох піджанрів:

- інформаційна (описова) кореспонденція;
- аналітична (проблемна) кореспонденція.

Далі у цьому розділі йтиметься саме про кореспонденцію інформаційну – жанр, досить поширений в сучасних українських медіа.

Інформаційна кореспонденція має такі ж основні сутнісні ознаки, що й замітка. Але її вирізняють: деякі кількісні характеристики (кореспонденція більша за обсягом і складніша за структурою) та якісні (вона детальніше розкриває, описує факт, більш персоніфікована, може містити окремі елементи звіту, інтерв'ю, коментарю, а також репортажу). Проте, на відміну від цих жанрів, кореспонденція зосереджена на вузькому предметному полі, пов'язаному з конкретним фактом, що наближає її до замітки. Також, на відміну від замітки, кореспонденція розлогіша, завдяки чому в матеріалах такого жанру факт можна показати у процесі його розвитку від минулого до майбутнього. До того ж у кореспонденції можна більшою мірою використати додаткові форми опису факту, скажімо, сцени (окремі, зазвичай найбільш промовисті, значущі, епізоди події, що описується) і цитати (висловлювання свідків чи учасників події, експертів).

З огляду на структуру такого повідомлення (конкретного і водночас деталізованого), в інформаційних кореспонденціях, як і в замітці, слід викласти відповіді на сім ключових запитань: «хто?», «що?», «коли?», «де?», «як?», «чому?», «звідки?». Для кореспонденцій ці сім запитань так само становлять найважливіший контрольний список, коли йдеться про повноту новини, інформативність. На відміну від замітки, відповідь на кожне із запитань може вкладатися не в речення, а в один-два абзаци.

Структура інформаційної кореспонденції зумовлена тим, що в цілому журналістський матеріал цього жанру містить чи не класичний сюжет з відомими фазами його розгортання, а також має комплексно охоплювати чотири різних інформаційних аспекти одного факту, що й вирізняє кореспонденцію. Ці аспекти стосуються:

- 1) власне викладу факту та узагальнення найважливішого щодо описаного;
- 2) опису подробиць факту;
- 3) деталізації обставин: причин, умов перебігу події (явища), що описуються;
- 4) опису чи прогнозування наслідків того, що сталося, а також перспектив розвитку явища або процесу.

Зазначені аспекти втілюються у такі *структурні блоки інформаційної кореспонденції*, як: «факт» (лід), «деталі», «обставини», «наслідки та перспективи». Що ж до загального змісту кореспонденції, то порівняно із заміткою тут практично немає відмінностей: аудиторія повинна отримати повідомлення про нове, важливе, актуальне.

Блок «Факт». Цей блок по суті являє собою лід: тут коротко й змістовно подається головне щодо власне факту. Як і в замітці, цей блок у пресі та інтернет-виданнях зазвичай виділяють візуально (іншим, ніж основний текст, шрифтом, за допомогою тонування, бокових лінійок тощо), на радіо й телебаченні це прозвучить як «підводка» ведучого, або власне кореспондента до сюжету. На відміну від ліду, в одне речення у замітці, лід кореспонденції зазвичай уже містить посилання на джерело, а інколи й певну ключову для цього повідомлення цитату. У цьому блоці кореспонденції подають зазвичай максимально повну інформацію про факт, але в надзвичайно концентрованій формі. Відтак лід-блок цілком може скидатися на коротку замітку й виконувати функцію анонсу. Деякі видання виносять такі блоки на першу полосу з позначкою «продовження на сторінці ...», а телерадіоорганізації на його основі створюють анонс інформаційної передачі у форматі телевізійного (радіо-) журналу.

Блок «Деталі» дає розгорнуту відповідь на запитання з наведеного вище класичного списку й подає подробиці того, що відбулося. У практиці німецьких газет, наприклад, у газетних кореспонденціях абзац-деталізація часто починається з цитати [10, с. 81]. Це можна пояснити тим, що цитати, цифри, імена та прізвища, конкретні географічні назви зазвичай найкраще привертають увагу аудиторії. У цьому, як і в наступному блоці такого матеріалу, важливо досягти максимальної об'єктивності, зокрема, шляхом дотримання стандарту балансу думок. Зокрема, виклад події суто очевидцем не завжди є об'єктивним поглядом на те, що відбулося.

Блок «Обставини» містить відповіді на запитання про причини ситуації та взаємозв'язки факту. У ньому аналізуються події, що відбулися, та, за потреби, розглядається попередня історія, ситуація. Аудиторія, як пра-

вило, «має коротку пам'ять», тому автор повинен надати всю інформацію, важливу для розуміння матеріалу. За певних обставин для такого пояснення авторіві буде потрібен більше, ніж один абзац.

Блок «Наслідки та перспективи» окреслює більш чи менш детально (за наявності такої потреби або можливості) подальший розвиток ситуації, явища. Зокрема, тут слід вказати на наслідки якоїсь події й пояснити аудиторії, що буде далі. Перспективи розвитку ситуації можуть впливати з відомих тенденцій і подібних ситуацій, що траплялися раніше, загальних соціальних, політичних, правових, економічних умов тощо. Часто для подання перспективи наводять думки експертів щодо ймовірного розвитку подій. При цьому найважливіше продемонструвати перспективні наслідки того, що відбулося, для цільової аудиторії, зважаючи на особистий інтерес її найхарактерніших представників. У такий спосіб опис перспективи чи певного набору альтернативних варіантів розвитку ситуації дає змогу аудиторії скласти більш панорамне уявлення про описаний факт.

Водночас описана структура є лише орієнтиром для автора. Під час підготовки кореспонденції автори не завжди дотримуються чіткої схеми побудови матеріалу, ніж це практикується із замітками. Кореспонденції зазвичай ілюструються світлинами з місця події, що відтворюють описані в тексті деталі чи, можливо, обставини, показують людей, які згадуються в дописі.



Поміркуйте!

Складіть план підготовки інформаційної кореспонденції.

- Яку тему вважаєте за доцільне обрати?
- Який факт (факти) ляжуть в основу матеріалу?
- Який матеріал слід дібрати для підготовки кореспонденції?
- Які саме джерела інформації будуть використані?
- Чи слід додати до тексту коментарі, фрагменти інтерв'ю, цитати, фотографії? Які саме?

Аналітична кореспонденція спрямована на з'ясування та аналіз обставин і причин подій, явищ, визначення їх значущості, цінності, прогнозування, розвитку тощо. У такій кореспонденції не лише констатуються, але й аналізуються, пояснюються факти. Основним джерелом повідомлення для аудиторії про явище чи подію в кореспонденції, а також суджень і оцінок є автор (кореспондент). Аналітичну кореспонденцію вирізняє максимально повний інформаційний огляд та всебічний аналіз факту.

Така своєрідність аналітичної кореспонденції зумовлена бажанням чи необхідністю доповнити інформаційну основу твору аналітичними елементами. Ці елементи збагачують деталізацію факту, що описується, за рахунок порівняльного дослідження інших пов'язаних фактів, критичного оцінювання фактів, висловлення та обґрунтування припущень щодо подальшого розвитку явища, стану, процесу, застосування інших методів підготовки аналітичних матеріалів. Вимога щодо оперативності таких матеріалів менш принципова.

Кореспондент передає інформацію з місця події, повідомляє аудиторії про те, що трапилось, інтерпретує, спираючись як на думки його учасників, свідків, так і на власні спостереження. Отже, предметом аналітичної кореспонденції є важливий для певної аудиторії факт, а всі інші деталі, приклади, судження – це «допоміжний» матеріал для його всебічного висвітлення. До того ж тлумачення події ґрунтується більшою мірою на інших відомих фактах або ж на загальних думках, припущеннях, оцінках, які найчастіше висловлюють авторитетні особи, фахівці, експерти. У тексті кореспонденції розгортання думки відбувається зазвичай за принципом «від конкретного – до загального». Проте трапляється також схема викладу матеріалу «коло», в якій у кінці допису автор повертається до тези, викладеної на початку.

Структура аналітичної кореспонденції на відміну від кореспонденції інформаційної має додаткові елементи. Такі елементи, як заголовок, блок-лід та блок деталізації, за змістом ідентичні з наповненням аналогічних структурних компонентів інформаційної кореспонденції, передають суть і подробиці факту. Але до них в аналітичній кореспонденції додаються:

- блок формулювання тези (антитези);
- блок аргументації (доведення/спростування);
- блок-висновок.

Закінчення кореспонденції становить так званий вихід, який часто супроводжується сценою за участі особи зі вступної частини та цитатою. В аналітичній кореспонденції її блоки іноді можуть розбиватися за допомогою підзаголовків.

Блок формулювання тези/антитези (проблеми) – тут на основі попередньо описаного факту та додатково дібраних пов'язаних фактів формулюється припущення щодо характеру явища, стану, процесу, які описуються (у чому суть проблеми, де невідповідність, як насправді має бути тощо?). Мета цього блоку – зацікавити аудиторію, яка вже в цілому може бути поінформована про сам факт, розібратися в деталях.

Блок аргументації (аналіз шляхів розв'язання проблеми) – теза/антитеза доводиться чи спростовується, порівнюються й оцінюються з огляду на висунуті аргументи можливі варіанти розв'язання проблеми. У цьому блоці детально описується, пояснюється й обґрунтовується окреслена теза. Цей блок зазвичай насичений цифрами, цитатами, описом дійових осіб та описом перебігу подій, за необхідності – описом загальної ситуації та того, що цьому передувало, що її спричинило тощо.

Блок-висновок – тут аудиторії пропонується найбільш імовірний за аргументами автора результат, що підтверджує чи спростовує запропоновану тезу, або вказує на найбільш імовірний шлях розв'язання проблеми. Таким чином до опису факту автор додає обґрунтований «на очах в аудиторії» висновок.

Аналітична кореспонденція зазвичай невелика за обсягом, тому кожен із зазначених блоків може складатися буквально з кількох речень.

Заголовок аналітичної кореспонденції з огляду на те, що викладені в ній факти власне не нові, має зацікавити аудиторію в інший спосіб. Тому в такій кореспонденції у заголовок виносять те, що може здивувати, навіть спантеличити, продемонструвати незвичний погляд на вже відомі факти. Для цього часто використовують тези-висновки, несподівані поняття, що потім пояснюються в тексті кореспонденції.

Аналітична кореспонденція може доповнюватися схемами, таблицями або текстовими блоками (врізками) із цитатами, цифрами. Крім того, такі матеріали також ілюструються світлинами про перебіг описаного, із зображенням осіб, про яких ідеться, тощо.

Технологія підготовки кореспонденції передбачає такі основні етапи:

- 1) добір факту, про який повідомлятиметься, з масиву фактів, які доступні автору випадково чи внаслідок цілеспрямованого пошуку;
- 2) перевірка надійності джерела інформації, з'ясування деталей і перевірка достовірності факту та його деталей;
- 3) добір додаткової інформації щодо факту, відповідних обставин, пов'язаних перспектив;
- 4) підготовка власне матеріалу;
- 5) опублікування матеріалу.

У жанрі інформаційної кореспонденції можуть бути виконані не лише текстові, але й візуальні, аудіовізуальні журналістські твори.

Серед жанрів фотожурналістики виокремлюють фотокореспонденцію, якій належить проміжне місце між фотоінформацією та фоторепортажем. Вона не відображує безпосередньо розвиток якої-небудь події, як фоторепортаж, проте, на відміну від фотоінформації, дає змогу аудиторії побачити відтворений факт більш комплексно, скласти уявлення про результат перебігу процесів і явищ, сформувані власну думку щодо побаченого та перспектив розвитку цього процесу чи явища. Від розгорнутої фотоінформації фотокореспонденція відрізняється тим, що фіксує не поодинокий факт (навіть із різних сторін), а розкриває взаємозв'язок між кількома фактами і подіями. У такий спосіб фотокореспонденція набуває ознак межового як інформаційного, так і аналітичного жанру.

Телевізійна та радіокореспонденція складніша за структурою від інформаційного теле(радіо)сюжету, обов'язково має звукові чи відеоелементи, поєднує ознаки звіту, інтерв'ю, репортажу. Теле(радіо)кореспонденція створюється як на місці події, так і в студії мовника. На місці події кореспондент разом із оператором має зібрати достатній для розкриття факту матеріал (зйомки безпосередньо перебігу подій, інтерв'ю з очевидцями й учасниками, експертами тощо), у студії кореспонденція створюється на основі наявного відеоматеріалу (відзнятого колегами, агенціями, очевидцями тощо). У телекореспонденції цитати у відповідних блоках матеріалу можна замінити промовистим відеорядом: наприклад, представник міської влади, що прибув на місце пошкодженого водогону, ухиляється від несподіваного струменя води чи намагається обійти калюжу, що утворилася на місці аварії. Текст теле- (радіо-)

кореспонденції пишеться більш короткими, стислими реченнями, ніж це може бути у дописі для друкованого чи інтернет-видання.



Висновки

□ Кореспонденція – це жанр журналістського твору, що являє собою поширене (за обсягом) та поглиблене (за змістом) повідомлення про певний факт чи групу фактів, поєднаних часово-просторовими зв'язками. Кореспонденція як жанр універсального, комплексного повідомлення містить окремі елементи репортажу (у формі повідомлення про подію, але без створення ефекту присутності), інтерв'ю, коментарю (аналізу, пояснення ситуації).

□ Кореспонденція є проміжним жанром, що охоплює ознаки як інформаційних, так і аналітичних журналістських творів.

□ Аналітична кореспонденція спрямована на з'ясування й аналіз обставин і причин подій, явищ, визначення їх значущості, цінності, прогнозування, розвитку тощо. У такій кореспонденції не лише констатуються, але й аналізуються, пояснюються факти.

□ Структура інформаційної кореспонденції має такі блоки: «факт» (лід), «деталі», «обставини», «наслідки та перспективи». В аналітичній кореспонденції до них додаються блоки: «формулювання тези (антитези)», «аргументації (доведення/спростування)», «блок-висновок».



Запитання для самоконтролю

1. Назвіть види кореспонденції. Чим інформаційна кореспонденція відрізняється від замітки?
2. Яка структура інформаційної кореспонденції?
3. Які журналістські візуальні, аудіо- та відеотвори мають ознаки інформаційної кореспонденції?
4. У чому жанрові особливості аналітичної кореспонденції?



Рекомендована література

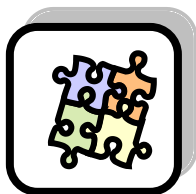
1. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія / М. К. Василенко. – К. : Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2006. – 238 с.

2. Вольфф Ф. Журналістика газет і журналів / Вольфф Ф. – Вид. 2-ге, перероб. ; пер з нім. В. Климченка. – К. : Центр вільної преси, 2017. – 377 с.

3. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики : підручник / В. В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с.

4. Мой Д. Телевізійна журналістика / Д. Мой, М. Ордольфф ; за заг. ред. В. Ф. Іванова ; пер. з нім. В. Климченка. – К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. – 234 с.

5. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / В. Шнайдер, П.-Й. Рауе ; пер. з нім. В. Климченка ; за заг. ред. В. Іванова. – К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. – 358 с.



Завдання до практичної роботи

Практична робота 11.1. Кореспонденція: аналіз ознак

Мета: закріпити набуті знання щодо характерних особливостей жанру кореспонденції.

Хід роботи:

1. Дібрати з різних ЗМІ два матеріали у жанрі інформаційної та аналітичної кореспонденції й порівняти їх за такими параметрами:

1) формальні ознаки:

- обсяг;
- заголовки, лід (вказати наявність, навести);
- графічне оформлення, ілюстрації;

2) структурні ознаки (проілюструвати фрагментами тексту):

- вступ;
- інформація про факт, ситуацію;
- деталізація;
- пояснення;
- висновки, прогноз;

3) змістовні ознаки (вказати на наявність/брак):

- актуальність, новизна, важливість, цікавість;
- викладення факту;
- пояснення, коментування;
- образність викладу;
- висновки, прогнози.

2. Результати оформити в порівняльну таблицю, коректно зазначивши посилання на джерело, та надати викладачеві.

3. Представити результати роботи в аудиторії, порівняти отримані результати. Взяти участь в обговоренні результатів роботи колег.

Практична робота 11.2. Інформаційна кореспонденція: технологія створення

Мета: Закріпити набуті знання щодо технологій створення інформаційної кореспонденції.

Хід роботи:

1. Зважаючи на вимоги щодо інформаційної кореспонденції, підготувати власний матеріал у цьому жанрі на самостійно обрану тему, подати викладачеві.

2. Ознайомитися з результатами виконання завдання іншими студентами, прорецензувати одну з робіт колег, узяти участь в обговоренні технології створення матеріалу в цьому жанрі.

12. АНАЛІТИЧНЕ ІНТЕРВ'Ю. БЕСІДА

Специфічна ніша в системі аналітичних жанрів журналістських творів належить інтерактивним аналітичним жанрам, де аналіз фактів відбувається під час розмови двох і більше осіб. Це – аналітичне інтерв'ю та бесіда. За формою ці жанри споріднені, проте уважне їх вивчення дає змогу виявити в кожному низку особливих ознак.

Аналітичне інтерв'ю відрізняється від «класичного» інформаційного змістовно – у формі запитань і відповідей журналіст разом зі своїм співбесідником аналізують певний факт як проблему, знаходять та обґрунтовують шляхи її розв'язання.

В аналітичному інтерв'ю відбувається пошук конкретних відповідей на питання: «чому?», «яким чином?», «що це означає?», «які можливі наслідки?» та інших щодо певної актуальної проблеми. Одне інтерв'ю зазвичай присвячене розв'язанню однієї значущої проблеми, що стоїть у центрі уваги. Отже, аналітичне інтерв'ю менше прив'язане до подієвої актуальності, що обов'язкова для інтерв'ю інформаційного, натомість воно має бути неодмінно актуальним з огляду на масштабність, гостроту опрацьованої проблеми.

Роль автора аналітичного інтерв'ю насамперед у тому, щоб своїми запитаннями сформулювати напрям аналізу окресленої проблемної теми співбесідником. Із цією метою запитання формулюються так, щоб відповіді на них висвітлили ключові, найважливіші моменти події, явища, процесу, ситуації, про які йдеться. На відміну від інформаційних інтерв'ю, в аналітичних прийнятними й навіть поширеними є гіпотетичні запитання, коли журналіст спонукає співрозмовника прогнозувати, моделювати перспективу. У відповідях на такі запитання може бути домисел, тому за потреби співрозмовника слід попросити навести додаткові аргументи, пояснити власну позицію щодо окреслених трендів. Також слід мати на увазі, що вчені, експерти, які займаються прогнозуванням, можуть відповісти на такі запитання професійно.

Автор аналітичного інтерв'ю має ретельно дібрати не лише факти, про які йтиметься, але й сформулювати тезу (проблему) та запропонувати співбесідникові обговорити можливі аргументи (сформулювати шляхи розв'язання проблеми). Для балансу думок у публікації дискусійного характеру автор може одночасно провести інтерв'ю з двома й більше співбесідниками, з різними поглядами на проблему.

Аналітичне інтерв'ю може мати кілька жанрових різновидів: інтерв'ю-міркування, інтерв'ю-думка (проблемно-аналітичне інтерв'ю), портретне інтерв'ю.

У жанровому різновиді *інтерв'ю-міркування* до інформаційних завдань цього твору додаються аналітичні: під час розмови має бути висвітлено не лише всі сторони певного факту, але й роздуми особи-респондента щодо цього. Через каскад міркувань співбесідника, до яких спонукає свої-

ми запитаннями автор, розкриваються досі не відомі аудиторії аспекти ключового факту, аналізується його сутність, виявляються взаємні зв'язки цього факту з іншими.

Інтерв'ю-думка (проблемно-аналітичне інтерв'ю) – це діалог для з'ясування думки певної особи щодо якоїсь конкретної проблеми. Така розмова має містити елементи аналізу та аргументації, індивідуальні оцінки, роз'яснення, прогнози. Цей матеріал повинен мати всі характерні ознаки аналітичної публікації. Але водночас усю аналітичну роботу, по суті, виконує співбесідник журналіста, а той, зі свого боку, тільки спрямовує хід думок свого візаві, «підкидає завдання» для аналізу, «тестує» на співбесідникові поширену громадську думку щодо окресленої проблеми, спонукаючи того пояснювати, заперечувати, аргументувати тощо.

Портретне інтерв'ю – це розмова з метою розкриття індивідуальності інтерв'юйованого, створення у процесі діалогу його образу, з'ясування його поглядів, думок, ціннісних орієнтирів, життєвих пріоритетів. Цей різновид аналітичного інтерв'ю ближчий до жанру художньої публіцистики. Адже в такому інтерв'ю особлива увага звертається на соціально-психологічні, емоційні характеристики особи, що дає інтерв'ю. Завданням автора тут є добір запитань, які розкрили б зазначені характеристики, вивели героя на відвертість. Для цього автор також має провести велику підготовчу роботу, проте результати його власних досліджень у творі цього жанру зазвичай залишаються «за кадром», а аудиторія має побачити лише багатогранний образ героя бесіди. У цьому різновиді аналітичного інтерв'ю важливим є не лише текст, його структура, зміст, але й невербальний компонент, який увиразнює загальні портретні характеристики співрозмовника. Тому текстові матеріали такого жанрового різновиду мають ретельно ілюструватися.



Приклад проблемно-аналітичного інтерв'ю

Іван Капсамун «Як Україні вирватися із «постмодерного феодалізму»? Топ-рецепти від соціологині Світлани Хутко», «День», 9 січня 2020 р. (фрагменти)

«(...) – Як ви оцінюєте нашу новітню історію, чи могли ми піти іншим шляхом, де було зроблено основні помилки?»

– Навпроти нас, у конференц-залі вашої редакції, висить портрет Джеймса Мейса. Голодомор, геноцид і загальний досвід буття «кривавою землею» (як це назвав Тімоті Снайдер) дуже суттєво впливають на сучасне України. Дійсно, складно знайти іншу країну, на території якої за 150 років відбулося так багато масштабних кривавих конфліктів. Але це й колосальний досвід виживання, досвід відстоювання самостійності. Є такий вислів: «Історія не знайома зі словом «якщо». Конструювання альтернативних сценаріїв минулого, безумовно, має право на життя. Але у розв'язанні поточних проблем, на мій

погляд, важливо зосереджуватися на ситуації як вона є, приділяти увагу порівняльним оцінкам економічних і політичних трендів та визначати варіанти дизайну майбутнього.

Нам потрібно залучати більше фахівців із довгостроковим міжнародним (бажано академічним) досвідом у різних галузях у розвиток інвестиційних стратегій і науково-технологічних партнерств, без цього складно собі уявити успішний розвиток економіки в наступні 5, 10, 20 чи 50 років. Тому що винятково український досвід комунікацій, бізнес-культури, низької ефективності праці – тільки консервує відставання, повільність, закритість і непрозорість функціонування інституцій. В Україні прийняття рішень суттєво зав'язані на особистостях, інституційні правила не завжди працюють незалежно від конкретних посадовців. Унаслідок історично частоті зміни політичних режимів чи політичних векторів на перший план вийшла система персональної лояльності замість довіри до закону. Відповідно, маємо своєрідний постмодерний феодалізм, коли формуються групи впливу за принципом особистої відданості й квітне непотизм. Це інша логіка, на відміну від економічно розвинутих демократичних країн із сильною правовою системою. (...)»

«(...) – Можливо, проблема не в тому, що у нас змінюються президенти і прем'єри, а в тому, що стара система їх поглинає?»

– З одного боку, система, дійсно, в певному сенсі «формує» людей під себе. З іншого – досі немає чітко озвученої довгострокової стратегії розвитку країни. До влади люди приходять з дуже неоднаковим досвідом і цінностями. Одні просто прочитали кілька хороших книжок, інші мають практичний досвід, треті – взагалі потрапили по знайомству, або випадково, й так далі. Результат – нерівномірні швидкість і якість потоків реформ, у тому числі й «біг на місці» в одних напрямках, і радикальні перетворення в інших. (...)»

Схоже на аналітичне інтерв'ю також *аналітичне опитування*, яке умовно можемо назвати окремою формою підготовки та презентації журналістського матеріалу інтерактивного характеру. Під час аналітичного опитування інтерв'ю застосовується як метод отримання інформації. Як правило, в такому жанрі можна подати результати опитування фокус-групи чи експертного опитування.

Аналітичне опитування зазвичай присвячується одній значущій проблемі, висловитися щодо якої пропонується кільком особам, які спеціально добираються автором за певним критерієм. Це можуть бути очевидці (учасники) певних подій, експерти тощо.

Роль автора аналітичного опитування полягає у доборі співрозмовників, формулюванні кількох запитань, що потребують розгорнутої аргументованої відповіді, компонуванні отриманого матеріалу, підготовці за необхідності узагальнювального висновку (проте часто відповіді на одне із запитань і є таким збірним висновком). Часто такі опитування готує група журналістів, у якій кожен учасник робить власний «внесок» до спільного матеріалу. Запитання у такому разі узгоджуються колегіально, а потім кожен інтерв'юер окремо працює зі своїм експертом. Висновки так само робляться колегіально, або ця місія доручається комусь одному з колективу авторів.

Аналітичне опитування може мати таку **структуру**: авторський вступ, блок запитань, авторський висновок.

Авторський вступ (короткий опис інформаційного приводу, загальний опис проблеми, представлення учасників опитування – А, Б, В).

Блок запитань можна структурувати, скажімо, так:

– *запитання про суть проблеми* (чим це зумовлено? чи є це масштабним? кого стосується? тощо):

А: відповідь 1

Б: відповідь 2

В: відповідь 3

– *запитання про можливі шляхи подолання проблеми* (як це зробити? хто це зробить? завдяки яким ресурсам? тощо):

А: відповідь 1

Б: відповідь 2

В: відповідь 3

– *запитання про перспективи розв'язання проблеми* (коли це може бути зроблено? які ознаки свідчатимуть про результат? що робити, якщо це не відбудеться? тощо)

А: відповідь 1

Б: відповідь 2

В: відповідь 3

Авторський висновок подається за необхідності та містить узагальнення зі сказаного.



Поміркуйте!

Перегляньте ваші власні доробки у жанрі інтерв'ю та (практична робота 7.2) оцініть можливість розширення їх завдяки аналітичним елементам.

➤ Чи були ці матеріали присвячені факту, який можемо розглядати як проблему?

➤ Чи була сформульована в цих матеріалах певна теза, що потребує доведення чи спростування?

➤ Які аргументи слід дібрати, якщо такий матеріал необхідно буде подати як проблемний?

➤ До якого висновку підводили ви аудиторію у своїх матеріалах? Чи потрібно переформулювати цей висновок?

➤ Чи можна розкрити цю ж тему у жанрі бесіди? Як це зробити?

Бесіда – жанр журналістського твору, в якому (на відміну від інтерв'ю) журналіст є активним суб'єктом: веде дискусію зі співрозмовником, аналізує та коментує сказане тощо. Переважно застосовується як жанр телевізійної та радіожурналістики. Однак бесіда як жанр також трапляється і в тижневиках, а також як жанр публіцистичного книжкового видання. Структурно бесіда схожа на аналітичного інтерв'ю.

Жанр бесіди потребує належної підготовки автора, попереднього добору та аналізу матеріалів до дискусії, детального вивчення особистості співрозмовника, добору цитат із його попередніх висловлювань, інших публікацій за темою. Іноді слід ретельно дібрати та проаналізувати висловлювання щодо теми бесіди й тих осіб, які не братимуть участі в ній, але їхні думки варті обговорення. Водночас слід особливо ретельно підходити до представлення та обговорення позицій щодо проблеми інших осіб, які не беруть участі у бесіді. Саме автор має коректно подати ці позиції під час бесіди. Слід пам'ятати, що будь-хто має право на відповідь у разі приниження його гідності, честі чи ділової репутації.

Бесіді, зовні статичній за формою, насправді притаманна напружена внутрішня динаміка, що полягає у пошуку істини, шляхів подолання проблеми тощо через зіткнення думок і аргументів. Часто це дискусія на теми, які викликають підвищену суспільну зацікавленість: політичні, економічні, екологічні, соціальні, наукові тощо. До речі, формат дискусії передбачає, що не лише автор ставитиме запитання, але і його візаві також може це робити. Саме тому автор матеріалу в жанрі бесіди має бути готовим не лише аргументовано «наступати», але й «захищатися».

Автор бесіди визначає ідею і композицію дискусії, формує склад учасників, формулює тезу (чи антитезу відомої загалу тези), добирає аргументи (чи контраргументи до очікуваних аргументів його співбесідника). Уже на цьому – підготовчому – етапі автор має виконати значний обсяг аналітичної роботи, з якої «на аудиторію» буде винесено лише її «родзинки» – найбільш значущі факти, думки, позиції.

Бесіду можна подати у формі діалогу чи полілогу, зокрема у форматі «круглого столу» (коли журналіст має декількох співбесідників). Під час полілогу автор має ретельно виконувати роль модератора, надаючи всім учасникам рівні можливості висловитися, не допускаючи «відхилення від теми». Бесіда-полілог може дати матеріал як для самостійної публікації власне у жанрі бесіди, так і для серії матеріалів в інших інформаційних та аналітичних жанрах.



Приклад бесіди

Прикладом бесіди-діалогу є програми циклу «Вересень», що виходили на UA: ПЕРШИЙ (<https://tv.suspilne.media/programs/veresen>)



Бесідою-полілогом за жанром є проект «Розсекречена історія» на UA: ПЕРШИЙ про таємні сторінки минулого нашої країни, невідомі факти її творення та радянські міфи (https://tv.suspilne.media/programs/declassified_history)



Висновки

□ В аналітичному інтерв'ю, на відміну від інформаційного, у формі запитань і відповідей журналіст разом зі своїм співбесідником аналізують певний факт як проблему, знаходять та обґрунтовують шляхи її розв'язання.

□ Аналітичне інтерв'ю може мати кілька жанрових різновидів: інтерв'ю-міркування, інтерв'ю-думка (проблемно-аналітичне інтерв'ю), портретне інтерв'ю. Кожен із цих різновидів вирізняється за предметом висвітлення: розмірковування щодо факту, аналіз проблеми, створення образу співбесідника.

□ Аналітичне опитування як форма подання матеріалу дає змогу з використанням методу інтерв'ю проаналізувати значущу проблему, висловитися щодо якої пропонується кільком особам, які спеціально добираються автором за певним критерієм. Це можуть бути очевидці (учасники) певних подій, експерти тощо. Зазвичай у такому жанрі можна подати результати опитування фокус-групи чи експертного опитування.

□ Бесіда – це жанр журналістського твору, в якому, на відміну від інтерв'ю, журналіст є активним суб'єктом: веде дискусію зі співрозмовником, аналізує та коментує сказане тощо. Жанр бесіди потребує належної підготовки автора, попереднього добору та аналізу матеріалів до дискусії, детального вивчення особистості співрозмовника, добору цитат із його попередніх висловлювань, інших публікацій за темою тощо.



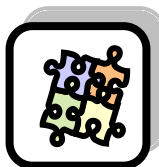
Запитання для самоконтролю

1. Чим аналітичне інтерв'ю відрізняється від інформаційного?
2. Назвіть види аналітичного інтерв'ю.
3. Яка технологія підготовки матеріалу у формі аналітичного опитування?
4. Які жанрові ознаки бесіди? Чим бесіда відрізняється від інтерв'ю?
5. Види бесіди. Назвіть їхні особливості.



Рекомендована література

1. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі: монографія / М. К. Василенко. – К. : Ін-т журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. – 238 с.
2. Костюк В. В. Інтерв'ю на сторінках мережевих видань / В. В. Костюк, А. В. Кравченко // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2015. – № 3 (23). – С. 49–53.
3. Котляр С. В. Авторська програма – обличчя вітчизняного телебачення / С. В. Котляр, В. П. Федоренко // Аудіовізуальне мистецтво: виробництво. – 2018. – Вип. 1. – С. 5–17.
4. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики: підручник / Лизанчук В. В. – К. : Знання, 2006. – 628 с.
5. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / В. Шнайдер, П.-Й. Рауе ; пер. з нім. В. Климченка ; за заг. ред. В. Іванова. – К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. – 358 с.



Завдання до практичної роботи

Практична робота 12.1. Жанрові особливості аналітичного інтерв'ю та бесіди

Мета: закріпити набуті знання щодо особливостей форми, структури, змісту журналістських творів у жанрах аналітичного інтерв'ю та бесіди.

Хід роботи:

1. Дібрати з різних ЗМІ по одному матеріалу у жанрах аналітичного інтерв'ю та бесіди і порівняти їх за такими параметрами:
 - 1) формальні ознаки:
 - обсяг;
 - заголовки, лід (зазначити наявність, навести);
 - графічне оформлення, ілюстрації;

2) структурні ознаки (проілюструвати фрагментами тексту):

- вступ;
- інформація про подію, ситуацію;
- запитання-відповіді/монолог;
- авторські пояснення;
- висновки, прогноз;

3) змістовні ознаки (вказати на наявність/брак):

- актуальність, новизна, важливість, цікавість;
- викладення факту;
- пояснення, коментування;
- образність викладу;
- висновки, прогнози.

2. Результати оформити в порівняльну таблицю, коректно зазначивши посилання на джерело, та надати викладачеві.

3. Представити результати роботи в аудиторії, порівняти отримані результати. Звернути увагу на відмінності жанрів аналітичного інтерв'ю та бесіди, а також на особливості різних видів бесіди.

4. Ознайомитися з результатами виконання завдання іншими студентами, взяти участь в їх обговоренні.

Практична робота 12.2. Технологія проведення аналітичного опитування

Мета: закріпити набуті знання щодо технології підготовки та проведення аналітичного опитування.

Хід роботи:

1. У складі робочої міні-групи (3–5 осіб) визначити основну проблему, для аналізу якої доцільно використати метод аналітичного опитування та визначити коло експертів (3–5 осіб), які могли б дати фахову оцінку факту, що визнаний як проблема.

2. Розробити запитання до експертів і провести опитування.

3. Підготувати у співавторстві матеріал у жанрі аналітичного інтерв'ю (опитування), додати власні висновки та ілюстративний матеріал, подати викладачеві.

4. Представити результати роботи в аудиторії, ознайомитися з результатами виконання завдання іншими студентами, взяти участь у їх обговоренні.

13. КОМЕНТАР. РЕЦЕНЗІЯ. АВТОРСЬКА КОЛОНКА

Коментар, рецензія, авторська колонка є питомо аналітичними жанрами журналістських творів. Після ознайомлення з ними аудиторія отримує певну авторську інтерпретацію відомого вже факту.

Коментар – це жанр журналістського твору, що передбачає компетентне тлумачення журналістом чи запрошеним фахівцем актуального факту чи групи фактів, об'єднаних тематичними або хронологічними рамками. Коментар виконує зазвичай такі завдання: звернути увагу аудиторії на важливі нові факти, актуалізовані для суспільного життя, дати їм певну оцінку; аргументувати коментовану подію у зв'язку з іншими, виявити причини цієї події; сформулювати прогноз розвитку коментованої події; обґрунтувати на прикладах необхідні способи поведінки або виконання завдань тощо.

Коментар можна представити і як окремий матеріал, і як елемент журналістського твору, виконаного в інших інформаційних та аналітичних жанрах.

Журналіст як автор коментарю (коментатор) може подати власні погляди, викласти власну позицію щодо певного факту, критично оцінити певне явище чи процес і в такий спосіб допомогти аудиторії сформувати власну думку щодо певного процесу чи явища. Водночас читач (слухач, глядач) має бути чітко поінформованим, де саме завершується факт і де починаються власне журналістські міркування (стандарт відокремлення фактів і суджень). Саме тому матеріали цього жанру слід уміщувати як відповідну рубрику: «Коментар», «Власна думка» тощо.

Спеціалізація журналіста як коментатора потребує від нього глибокого розуміння фактів, які коментуються, наявності власної бази даних із проблематики (галузі, сфери діяльності), що досліджується, доступу до довідкових матеріалів (статистичної, енциклопедичної інформації). Здебільшого така спеціалізація вузькопрофільна: коментатор з політичних, економічних питань, спортивний коментатор тощо.

Як автори коментарів можуть залучатися також фахівці (експерти) з відповідних питань і тоді коментарі можуть подаватися як роз'яснення, інструкція, порада. Коментування неодмінно потребує специфічних знань, глибокого вивчення теми, проте виклад матеріалу має бути простим, зрозумілим, орієнтованим на масову аудиторію, максимально позбавленим професійної лексики. Мовні засоби (терміни, назви, аббревіатури тощо), які використовує автор коментарю, мають відповідати рівню розуміння проблематики, про яку йдеться, аудиторією. Наприклад, коментар одного й того ж автора щодо новинок на ринку програмного забезпечення у міській тижневій газеті та в спеціалізованому журналі для фахівців ІТ-індустрії має бути написаний фактично різними мовами.

Належний добір відповідного експерта як коментатора має значення не тільки з огляду на бажану якість підготовленого матеріалу (повнота, точність, актуальність, ексклюзивність тощо), але й для формування довіри до

публікації. Цільова аудиторія має бути зацікавлена темою матеріалу і довіряти авторові.

Найдоцільніше в якості експертів слід добирати осіб, котрі дають необхідну інформацію щодо коментованого факту і водночас не є зацікавленими особами. Цими експертами можуть бути дослідники, колишні працівники, особи, що мають схожий досвід, зарубіжні фахівці тощо. За можливості слід переконатися, чи довірятиме такому експертові цільова аудиторія, чи не був він скомпрометований і т. д. Залучення як експерта особи, яка не є фахівцем чи є зацікавленою, може бути ознакою маніпулятивного матеріалу.

Коментар не передбачає наявності чіткої універсальної структури. Однак традиційний «ритм» такого матеріалу потребує послідовного викладення фактів, позицій і зваженого, аргументованого їх пояснення. Тож зазвичай на початку такого матеріалу описується власне *факт*, який коментуватиметься, окреслюється тема, а потім викладаються *міркування*, *аргументи* до нього (тут слід навести аргументацію щодо тези, яка коментується, а також цікаві та значущі деталі чи висловлювання), робиться *висновок* (формулюється ключова рекомендація, порада). Окремі коментатори залишають право зробити висновок за аудиторією. Коментар як матеріал у будь-якому разі має бути корисним аудиторії і сприяти певній зміні – наприклад, дати напрям для подальшої діяльності, допомогти сформуванню позицію чи змінити стереотипне уявлення.

Коментар – монологічний жанр. Проте автор має розуміти, що він при цьому веде заочну дискусію із читачем (слухачем, глядачем), а також із суб'єктами, яких торкається ця тема і які можуть не погоджуватися з його позицією. Тому під час коментування авторові важливо не розпорошуватися й аргументовано відстоювати власну думку. Вона має ґрунтуватися не на довільному твердженні «я так вважаю» (навіть у пристрасному, емоційному коментарі!), а на обґрунтованому доведенні тієї чи іншої тези.

Виокремлюють кілька жанрових різновидів коментарю [85, с. 182–183], а саме:

– «з одного боку – з іншого боку» – помірковане судження, що іноді навіть не має висновків, автор не схиляється до жодної зі сторін;

– «за і проти» – передбачає однозначний висновок і має досить чітку структуру: факт – аргументи «за» – аргументи «проти» – висновок «і що з цього випливає?»;

– *коментар-думка* – має на меті схилити аудиторію (чи певну її частину) на бік автора або принаймні замислитися над коментованим фактом;

– *прямолінійний коментар* – не містить аргументації, використовується емоційна, іноді лайлива лексика, факт має різкі однозначні оцінки, близький до жанру памфлету (нім. «глоса», тобто буквально – «примітка на полях»);

– *короткий коментар* – факт плюс однозначний аргумент або на підтримку, або на заперечення.

Слід зауважити, що третій-п'ятий типи коментарів із наведених не відповідають стандарту збалансованості і мають ознаки маніпулятивних матеріалів.

Залежно від взаємного позиціонування коментованого факту та власне коментарю за часом виокремлюють: коментар-пояснення власне, (факт, що трапився), коментар-прогноз (очікується поява нового факту) та коментар-пояснення з прогнозом.

Коментар може також подаватися, зокрема, у жанрі *листа* (епістолярний жанр відомий у літературі та журналістиці вже давно). Жанр листа має такі характерні ознаки: безпосереднє звернення автора до адресата; прагнення автора спонукати адресата до невідкладних, активних дій через предмет виступу тощо. У жанрі листа забезпечується особливий тип міжособистісної опосередкованої комунікації, що передбачає обмін думками в писемній формі. У ЗМІ цей жанр з'явився внаслідок поєднання прийомів особистого та ділового листування з потребами та інтересами мас-медіа. Нині найпоширенішими у ЗМІ є такі різновиди цього жанру: «лист до редакції», «відкритий лист». Перший передбачає відкрите звернення до редакції з певного питання, другий – публічну апеляцію до відомої особи з метою привернення уваги до важливих питань суспільного життя. Особливістю таких листів є їхнє емоційне забарвлення.

Листи публікують як окремі матеріали або разом із коментарем особи, до якої звертався дописувач. У другому випадку аудиторія отримує більш збалансовану позицію. Лист також може бути підставою для підготовки статті, проведення журналістського розслідування.

Поміркуйте!



Оберіть певну суспільно значущу проблему та складіть перелік експертів (7–9 осіб), яких би ви могли запросити прокоментувати її.

- За яким принципом були дібрані ці особи?
- Для якої аудиторії призначатиметься цей коментар? Як ця аудиторія ставиться (може ставитись) до обраних осіб?
- Які позиції щодо зазначеної проблеми вони вже висловлювали? Чи суперечливі ці позиції між собою? Чи досить аргументовані їхні позиції?
- Якщо складений вами список буде запропоновано скоротити до трьох осіб, то кого залишите?

Авторська (редакційна) колонка – це журналістський твір, у якому подається та коментується автором-колумністом певний актуальний для суспільства, резонансний факт (добірка пов'язаних фактів). Редакційною називають колонку, що розміщується зазвичай на першій шпальті й може не мати підпису. Це означає, що допис уміщено під загальноредакційну відповідальність за цей матеріал і відображає колегіальну позицію редакції видання.

За жанром авторська колонка найбільш споріднена з коментарем, проте може містити також низку ознак матеріалів художньо-публіцистичного жанру, зокрема есе. З огляду на це дослідники часто виокремлюють її як самостійний жанр. Проте, наприклад, німецькі автори В. Шнайдер та П.-Й Рауе розглядають редакційну статтю та колонку як різновиди коментарю. Це обґрунтовується тим, що колумністи, навівши на початку колонки певний факт у формі замітки, коротко коментують його далі в тексті. Таке поєднання замітки й коментарю як спеціальної газетної чи журнальної колонки певною мірою сприяє емоційному засвоєнню матеріалу [85, с. 336].

Авторська (редакторська) колонка як жанр набуває нині популярності в Україні. Авторська колонка зближується зі стилістикою та прийомами «нового журналізму». Як зазначає його дослідниця Л. Шутяк, нині в Україні авторська колонка – одна з найактуальніших журналістських форм, яка оперативно й повноцінно віддзеркалює процеси, що відбуваються в інформаційному просторі. За її даними, кожне друге паперове та онлайн-видання як загальноукраїнського, так і регіонального масштабу має авторську колонку. Це стосується якісної суспільно-політичної преси та масових ЗМІ [86, с. 85–86]. Як зауважує Н. Клименко, завдяки легкому й доступному есеїстичному стилю колумністика користується значним попитом у соціально активного, мислячого читача та впливає на формування громадської думки [33, с. 192]. У цілому авторська колонка – це унікальний жанр, що може містити елементи есею, мемуарів, щоденника, проблемної статті тощо [86, с. 103].

Уміщення в друкованому виданні чи інтернет-ЗМІ матеріалу такого жанру, наявність відповідного авторитетного кола авторів-колумністів може засвідчувати про високий статус цього видання, наявність власної позиції із суспільно-значущих питань, намагання й здатність впливати на життя суспільства, реалізуючи тим самим зокрема просвітницьку функцію мас-медіа. Ефект такої публікації посилюється, якщо матеріал подається від відомої публічної персони. У такому разі аудиторія визнає за підписом компетенцію автора, довіряючи свій час, і читає коментар саме тому, а не через розглянуту ним проблему.



Приклад

Сергій Осока – український поет, прозаїк, перекладач, редактор, колумніст – пише для всеукраїнського інтернет-видання «Opinion» (започатковане 2017 р.), публікується здебільшого в рубриці «Колонка». Тематика його матеріалів – різноманітна, виступи стосуються гострих соціальних питань, а також порушують актуальні філософські, морально-етичні проблеми. В основі кожної колонки – зовнішній чи внутрішній конфлікт, учасником якого є автор, адже саме через призму його досвіду, світоглядних установок, емоційних реакцій відбувається моделювання дійсності [70, с. 121].

Рецензія – аргументований критичний відгук, здебільшого про твір мистецтва чи мистецьку подію (рецензія на книгу, фільм, спектакль, виставку, медіатвір тощо). У жанрі рецензії пишуть найчастіше коментатори та оглядачі з питань культури, мистецтва. Як вид цього жанру розглядають міні-рецензію, що може бути коротким викладом суб'єктивного враження автора щодо твору чи події у поєднанні із заміткою на цю тему.

У рецензії, як правило, розглядається один-два твори. Рецензія має бути зрозумілою, чіткою за змістом і формою, доступною для аудиторії, якій вона адресована. Для цього рецензент має глибоко проаналізувати рецензований твір, зважаючи на ті принципи й правила, якими керувався автор, уміти використовувати адекватні методи аналізу й вільно володіти мовою рецензованого твору. Водночас основне завдання рецензента – побачити в рецензованому творі те, що не помітив пересічний читач, глядач, слухач і відрізнити рецензований твір від інших на аналогічну тему.

Рецензію можна розглядати як змішаний жанр журналістських творів, де поєднуються ознаки: коментарю, кореспонденції, репортажу, а також сервісного матеріалу (на зразок порад для споживача).

Функція рецензії обумовлює те, що в ній органічно поєднані відтворення події, виклад змісту фільму, книжки чи театральної вистави з описом реакції на них публіки, фаховим коментарем та висновками-порадами.

У рецензії на мистецький твір зазвичай ідеться про те, хто автор, режисер, виконавець, що рухало ним під час створення рецензованого твору? Які його успіхи, невдачі, особливості чи вподобання? У чому полягає його особистий почерк і як його оцінювали в минулому? У чому особливість цього жанру або твору? Чому все це варте уваги? Описують також те, в яких умовах відбувається подія, наприклад: метушня перед прем'єрою, стан здоров'я акторів, ціни на картини та їхня динаміка, поліграфічні вади (помилки) у книжках. Також наводяться відгуки (оціночні судження) публіки та експертів.

Структура рецензії зазвичай передбачає: 1) інформацію щодо предмета рецензування; 2) відповідний коментар; 3) сервісну інформацію для аудиторії (точна назва, дата, місце події, повідомлення про те, скільки коштують квитки, як поширюватиметься книга, коли фільм транслюватиметься у відкритому прокаті, посилання на довідкові сторінки в Інтернеті тощо).

Вступна частина здебільшого являє собою пояснення загального змісту того, що рецензуватиметься, і полегшує аудиторії сприйняття та розуміння нового матеріалу.

Далі йде детальний опис події, сюжету книжки, театральної вистави, теле- або радіоспектакля тощо з відповідним коментарем автора, розповідь про те, що відбувається навколо самої події, про реакцію публіки, відгуки читачів, експертів-критиків. У підсумку автор формулює загальну оцінку того, що рецензується.

Сервісна інформація наводиться залежно від політики редакції. Часто таку інформацію розміщують лише на правах реклами, тому подають окремим блоком з позначкою «Реклама».



Висновки

□ Коментар – це жанр журналістського твору, що передбачає компетентне тлумачення журналістом чи запрошеним фахівцем актуального факту чи групи фактів, об'єднаних тематичними або хронологічними рамками.

□ Коментар має такі основні завдання: звернути увагу аудиторії на важливі нові факти, актуалізовані для суспільного життя, дати їм певну оцінку; аргументувати коментовану подію у зв'язку з іншими, виявити причини цієї події; сформулювати прогноз розвитку коментованої події; обґрунтувати на прикладах необхідні способи поведінки або виконання завдань тощо.

□ Авторська (редакційна) колонка – це журналістський твір, у якому автором-колумністом подається та коментується певний актуальний для суспільства резонансний факт (добірка пов'язаних фактів).

□ Рецензія – це аргументований критичний відгук, переважно про твір мистецтва чи мистецьку подію (рецензія на книгу, фільм, спектакль, виставку, медіатвір тощо). У жанрі рецензії пишуть здебільшого коментатори та оглядачі з питань культури, мистецтва.



Запитання для самоконтролю

1. У чому полягає жанрова своєрідність коментарю?
2. Назвіть ознаки авторської колонки як жанру журналістського твору?
3. Які жанрові ознаки має рецензія?



Рекомендована література

1. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія / М. К. Василенко. – К. : Ін-т журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. – 238 с.

2. Галич В. М. Жанрово-стильові особливості авторської колонки / В. М. Галич // Вісник Харківського національного університету. – № 874. – Серія: Соціальні комунікації. – Вип. 1. – 2009. – С. 45–51.

3. Деяк-Якобишин О. М. Історіографія теми авторської колонки в системі журналістської жанрології / О. М. Деяк-Якобишин // Наукові записки Інституту журналістики. – 2012. – Т. 47. Квітень-червень. – С. 179–182.

4. Клименко Н. Жанрово-стильові репрезентації політичного контенту в текстах української періодики / Наталя Клименко // Стиль і текст. – 2013. – Вип. 14. – С. 184–193.

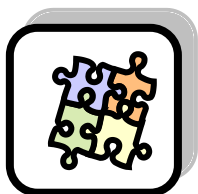
5. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики: підручник / Лизанчук В. В. – К. : Знання, 2006. – 628 с.

6. Свалова М. І. Колонки Сергія Осоки в Інтернет-виданні «Opinion» / М. І. Свалова // Медіасфера и медиаобразование: специфика взаимодействия в современном социокультурном пространстве. – Могилев : Могилевский ин-т МВД Республики Беларусь, 2019. – С. 120–126.

7. Шебеліст С. В. Авторська колонка в сучасній газетно-журнальній періодиці / С. В. Шебеліст // Образ. – 2009. – Вип. 10. – С. 39–45.

8. Шутяк Л. М. «Новий журналізм» у медійному дискурсі України: генеза та жанрово-стилістичні ознаки / Шутяк Лілія Мар'янівна : дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 «Теорія та історія журналістики». – Дніпро, 2015. – 216 с.

9. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / В. Шнайдер, П.-Й. Рауе ; пер. з нім. В. Климченка ; за заг. ред. В. Іванова. – К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. – 358 с.



Завдання до практичної роботи

Практична робота 13.1. Жанрові особливості коментарю, рецензії, авторської колонки

Мета: закріпити набуті знання щодо особливостей форми, структури, змісту журналістських творів у жанрах коментарю, рецензії, авторської колонки.

Хід роботи:

1. Дібрати з різних ЗМІ по одному матеріалу у жанрах коментарю, рецензії, авторської колонки та порівняти їх за такими параметрами:

1) формальні ознаки:

- обсяг;
- заголовки, лід (зазначити наявність, навести);
- графічне оформлення, ілюстрації;

2) структурні ознаки (проілюструвати фрагментами тексту):

- вступ;
- інформація про подію, ситуацію;
- запитання-відповіді/монолог;
- авторські пояснення;
- висновки, прогноз;

3) змістовні ознаки (вказати на наявність/брак):

- актуальність, новизна, важливість, цікавість;
- викладення факту;
- пояснення, коментування;
- образність викладу;
- висновки, прогнози.

2. Результати оформити у порівняльну таблицю, коректно зазначивши посилання на джерело, та надати викладачеві.

3. Представити результати роботи в аудиторії, порівняти отримані результати. Звернути увагу на відмінності жанрів коментарю, рецензії, авторської колонки, а також на особливості різних видів бесіди та коментарю.

4. Ознайомитися з результатами виконання завдання іншими студентами, взяти участь в їх обговоренні.

Практична робота 13.2. Технологія підготовки рецензії

Мета: закріпити набуті знання щодо технологій підготовки журналістського твору у жанрі рецензії.

Хід роботи:

1. Підготуйте власний матеріал у жанрі рецензії на книгу, виставу або фільм (за вибором) і подайте викладачеві. Зверніть увагу на структуру матеріалу та обґрунтування оцінок.

2. Ознайомтеся з матеріалами, підготовленими іншими студентами. Обговоріть особливості підготовки журналістського твору у жанрі рецензії.

14. ОГЛЯД

Велика кількість джерел інформації, їхня доступність для аудиторії все ж не означають наявність уміння в кожного читача, слухача чи глядача самостійно скласти власне узагальнене уявлення про певний значущий факт. Охопити певну картину дійсності в узагальненій фахівцем формі дає змогу аудиторії жанр огляду.

Огляд – це жанр журналістського твору, що містить опис та аналіз низки споріднених значущих явищ і процесів. Метою огляду зазвичай є формування в аудиторії розгорнутого уявлення про певну групу пов'язаних фактів та їх розвиток у певному середовищі з конкретними часовими й просторовими межами.

Основний метод підготовки матеріалу у жанрі огляду полягає в тому, щоб за допомогою глибокого розгляду певної сукупності фактів, об'єднаних часом, простором, актуальними для суспільства ідеями, познайомити аудиторію з важливими для соціуму явищами та процесами. Отже, огляд – це єдність наочного висвітлення фактів і думки оглядача, котрий осмислює ці факти. Із цих позицій матеріал у жанрі огляду виконує як суто інформаційну, так і просвітницьку функції.

Огляд як аналітичний матеріал уможливорює продемонструвати аудиторії певну панораму, безпосередньо розкрити своєрідне «віяло» фактів, долучаючи в такий спосіб читача, слухача, глядача до спільного розгляду всіх наявних на цей момент позицій щодо проблеми (теми). Так журналіст окреслює своєрідне поле заочної дискусії з аудиторією.

Оглядач як автор, котрий спеціалізується на підготовці оглядів, потребує високого рівня загальноосвітньої підготовки, розвинутих аналітичних навиків і досвіду створення журналістських матеріалів інформаційних та аналітичних жанрів. Автор огляду виявляє свою позицію на етапі окреслення ключової проблеми (теми), про яку йдеться, шляхом добору відповідних матеріалів, а також у висновках. Оглядачем може бути журналіст, висококваліфікований спеціаліст з громадських зв'язків, а також юрист, політолог, економіст, культуролог, інший вузькопрофільний фахівець. Завданням оглядача зазвичай є привернення уваги аудиторії до найбільш значущих подій, явищ, проблем суспільного життя, демонстрація їхньої сутності і траєкторій розвитку, сприяння практичному розв'язанню виявлених проблем і формуванню певної стратегії особистої поведінки в ситуації, що склалася, представниками цільової аудиторії цього матеріалу. Так оглядач може «підбити підсумки» (скажімо, резонансної ситуації в огляді преси за певний період часу), «спрогнозувати майбутнє» (наприклад, в огляді цін на овочі з «борщового набору»).

Найхарактерніші особливості огляду як жанру:

- предметом огляду є не один, а обов'язково багато фактів;
- факти для матеріалу добираються з різних джерел (зазвичай одного типу) і групуються;

– твір такого жанру, як правило, чітко обмежений певними хронологічними рамками, подібні за тематикою огляди можуть публікуватися зі встановленою періодичністю (наприклад, кварталні, піврічні, річні економічні огляди);

– факти розглядаються у їх взаємозв'язку та розвитку, з'ясовується їхня причинно-наслідкова залежність, на основі проведеного аналізу відбувається їх узагальнення, формулюються висновки;

– матеріал має бути доступний для розуміння нефахівцями – специфічну термінологію слід пояснити, складні зв'язки представити наочно тощо.

В огляді досить складно розмежувати певні «класичні» структурні блоки. Водночас структура огляду передбачає наявність таких елементів:

- 1) заголовок;
- 2) загальний опис теми (проблеми), про яку йтиметься;
- 3) виклад добірки основних фактів із посиланнями на джерела;
- 4) конкретизація проблеми, варіантів її розв'язання, позицій різних сторін шляхом аналізу основних фактів, їх зв'язку, обумовленості, тенденцій розвитку, наведення за потреби додаткових фактів;
- 5) добір і обґрунтування найімовірніших варіантів розв'язання проблеми, з'ясування «точок дотику» позицій опонентів;
- б) узагальнення, висновки, прогноз.

До того ж зазначені тут елементи 3–5 не обов'язково подаються послідовно. Спочатку автор може вказати, наприклад, найімовірніші припущення щодо шляхів подолання означеної проблеми, а потім оглядатиме, хто і що про це думає, як ставиться до таких ідей.

Огляд може бути структурований за допомогою підзаголовків, в кожній частині йтиметься або про певний аспект проблеми, або викладатиметься матеріал окремого джерела тощо.

Огляди можуть мати кілька різновидів.

Так, **за тематикою** огляди поділяються на загальні й тематичні.

Загальні огляди стосуються питань, які цікавлять усе суспільство чи локальну аудиторію певного медіа. У них аналізується комплекс проблем, актуальних у межах певного відрізка часу, проте факти розглядаються «панорамно» – в контексті широкого кола зв'язків, взаємодій, інтересів, впливів тощо.

Тематичні огляди стосуються питань певної вузької галузі чи конкретної проблематики – наприклад, міжнародний, політичний, економічний, сільськогосподарський, науковий, мистецький, спортивний огляд. Проте у таких оглядах звужений тематичний простір доповнюється можливістю здійснити ретроспективний аналіз теми у визначених часових межах, сформулювати прогноз.

Слід зауважити, що звуження тематичного та часового охоплення предмета дослідження в огляді полегшує роботу автора, проте й звужує цільову аудиторію. Натомість розлогі, не обмежені тематикою та часовими рамками, огляди складніше підготувати, їхні висновки важко конкретизувати.

За джерелами матеріалу, що аналізується, можуть бути огляди: публікацій у пресі, листів до редакції, соціальних мереж, політичних заяв (програм), економічних прогнозів, законопроектів тощо.

Огляд преси є одним із найдавніших різновидів оглядів і має на меті аналіз публікацій в інших ЗМІ (не лише друкованих). Огляди преси публікують як газети, так і аудіовізуальні ЗМІ, інтернет-медіа.

Приклад огляду ЗМІ на сайті НВ (<https://nv.ua/ukr>)



НВ НОВИНИ ПОГЛЯДИ БІЗНЕС ТЕХНО STYLE РАДІО ЖУРНАЛ НВ ПРЕМІУМ

СВІТ **Геополітика** Країни

BBC NEWS | УКРАЇНА

Огляд ЗМІ: Чи втручалася Україна в американські вибори та як Трамп «придумав» заяву Зеленського

3 грудня 2019, 20:01 287 Getty Images

Що виявило розслідування «втручання» України в американські вибори, як Трамп «придумав» заяву Зеленського і як зберегти здоров'я під час свят — в огляді іноземної преси.

У вівторок, 3 грудня, іноземні ЗМІ пишуть про таке:

- Що виявило розслідування втручання України в американські вибори
- Як Дональд Трамп «перекрутив» слова Зеленського
- Наслідки «русифікації» усіх електронних виробів у Росії
- Як зберегти здоров'я під час свят

Доказів не знайдено

Розвідувальний комітет Сенату США розслідував можливе втручання України у президентські вибори 2016 року, але не знайшов доказів цього, пише [Politico](#).

Розслідування ініціювали за запитом групи американських сенаторів-республіканців, які підтримували Дональда Трампа у його заявах про спроби Києва саботувати його кандидатуру на користь Гіллари Клінтон під час перегонів, додає видання.

Метою оглядів преси передусім може бути:

- 1) надання аудиторії розгорнутої картини щодо певної проблеми з позицій різних ЗМІ;
- 2) привернення уваги до власного ЗМІ як «агрегатора» громадської думки, представленої у різних медіа;
- 3) привернення уваги до публікацій у партнерських ЗМІ.

Під час підготовки огляду преси слід бути максимально точним у цитуванні, зазначенні авторства та коректним в оцінках публікацій колег, розрізняти в опублікованих матеріалах факти і судження, авторську та редакційну позиції. У разі виявлення неточностей у фактах слід аргументовано довести це аудиторії. У разі незгоди із судженнями авторів публікацій, що оглядаються, автор має навести контраргументи чи альтернативні судження в інших ЗМІ. Огляд преси у такий спосіб дає змогу привернути увагу аудиторії, схильної робити власні висновки на основі аналізу багатьох джерел.

Окремі ЗМІ практикують також огляди власних публікацій за певний період часу. Зокрема, це роблять інтернет-медіа, подаючи матеріал як добірку посилань на власні матеріали.



Приклад

Огляд новин за тиждень у Полтаві: мітинг, сесія, падіння з даху кадетського корпусу

Пропонуємо разом з kolo.news пригадати найгучніші події тижня, які стались у Полтаві та області протягом 24–30 жовтня.

24 жовтня. У Полтаві 13-річний хлопець впав з даху кадетського корпусу.

25 жовтня. Стало відомо, що «Сільські традиції» йдуть із Біликів.

26 жовтня. У центрі Полтави чоловіки у камуфляжі оточили і намагалися захопити готель, справа дійшла до пожежі.

27 жовтня. У Кременчуці двоє дітей отруїлися таблетками. А у Лубнах сталося потрійне вбивство.

28 жовтня. На сесії Полтавської облради намагалися зняти з посади Холода, а Сергій Каплін та його партія виступили проти високих зарплат нардепам.

29 жовтня. Стало відомо, що помер полтавський лікар, що врятував тисячі дитячих життів.

30 жовтня. У Полтаві відбувся веломарафон з нагоди Хеловіну.

Автор: Надія Труш

«KOLO.NEWS. Новини Полтави», 30 жовтня 2020 р.

Огляд листів також є давнім різновидом цього жанру. Огляд редакційної пошти – це аналіз фактів, викладених представниками аудиторії медіа, в їхніх письмових зверненнях до редакції. Такий матеріал може бути: 1) приводом, імпульсом для подальшого створення інших матеріалів – стаття, інтерв'ю, розслідування, коментар тощо; 2) демонстрацією активного зворотного зв'язку редакції із цільовою аудиторією медіа.

Слід зауважити, що листи до редакції як класичний донедавна жанр «матеріалізації» на сторінках насамперед преси «голосу народу» із розвитком сучасних інформаційно-комунікаційних технологій видозмінюється, проте не втрачає свого функціонального призначення. Окремі редакції подають огляди електронних листів до редакції, звернень на редакційні меседжери тощо.

О. Кузнецова виокремлює такі види оглядів листів, як інформаційні, що подають розширені зведені дані з кількісними показниками про редакційну пошту за певний період часу, та аналітичні, де розкривається характер листів, висвітлюються основні тенденції, напрями критики, демонструється динаміка громадської думки, подається оцінка щодо поглядів і суд-

жень авторів листів. Особливу увагу аудиторії, на думку дослідниці, повертають проблемні огляди листів, в яких аналізують лише листи, що містять гостру соціальну проблему. Вони виявляють причини проблеми, настрої, думки, наміри, орієнтири авторів листів. За реакцією аудиторії на журналістські матеріали бувають огляди листів-відгуків, огляди листів-заяв. Щоб відповісти вдячній аудиторії, підтримати її інтерес, журналісти на основі листів-відгуків пишуть огляди-відгуки. Огляди листів-заяв звучать у концертах-вітаннях на радіо й телебаченні [41, с. 34–35].

Факти, наведені у листах, як і публікації в соціальних мережах, потребують детальної перевірки, оскільки відповідальність за їхню достовірність у разі публікації несе саме редакція, а не автор допису. Також перед опублікуванням листа слід оцінити, наскільки факти, про які йдеться, є суспільно значущими, чи наскільки типовою є описана ситуація і чи не є позиція автора листа аж надто суб'єктивною. Під час роботи з листами досвідчені редактори радять керуватися «правилом першого скаржника», за яким «Не кожен, хто поскаржився першим, – правий».

Огляд соціальних мереж передбачає аналіз фактів, викладених їхніми дописувачами щодо певної проблеми. Головним завданням оглядача під час підготовки такого огляду є дотримання стандартів журналістики, оскільки публікації в мережах зазвичай містять переважно суб'єктивний погляд на факт, потребують перевірки на достовірність. Часто такі публікації мають маніпулятивний характер. Тому в таких матеріалах з особливою ретельністю слід дотримуватися стандартів балансу думок, достовірності, розмежування фактів і суджень, повноти, відсутності мови ворожнечі. За потреби, автор може доповнити огляд іншими матеріалами, взятими не з мереж, це дасть змогу дотриматися зазначених стандартів.

Водночас огляд соціальних мереж показує палітру громадської думки щодо аналізованої проблеми, демонструє аргументи опонентів своєї заочної дискусії. Такий огляд може бути цікавим аудиторії, яка сама мало інтегрована до соціальних мереж і отримує інформацію переважно з традиційних медіа.

Журналістський твір у жанрі огляду являє собою поєднання авторського друкованого чи мовленнєвого тексту та ілюстрацій. Так, огляди залежно від виду медіа, де вони вміщуються, зазвичай ілюструються:

- копіями документів, які аналізує оглядач;
- фотографіями, відео- та звуковими матеріалами, що додатково розкривають, ілюструють зміст, відтінюють найяскравіші сторони аналізованих подій і явищ;
- малюнками (схеми, реконструкції подій);
- таблицями (порівняльні, з числовими даними);
- інфографікою.

Загальна технологія підготовки огляду передбачає виконання автором таких дій:

- визначення виду та тематики огляду, або ключової проблеми – для авторів, які постійно готують певні тематичні огляди;

– добір матеріалу (матеріал з відповідної теми може накопичуватися протягом усього періоду дослідження (моніторингу), або збиратися шляхом ретроспективного пошуку);

– систематизація матеріалу, добір найбільш промовистих цитат, устанавлення зв'язків між виявленими фактами, позиціями тощо;

– власне підготовка матеріалу, формулювання узагальнювальних висновків, прогнозів.



Поміркуйте!

Розробіть план підготовки власного матеріалу у жанрі огляду

➤ На яку тему буде матеріал? У чому полягає проблема, що досліджуватиметься?

➤ Чому обрана проблема є суспільно значущою? Якої інформації з обраної теми не вистачає на цей час цільовій аудиторії?

➤ Із яких джерел передбачається отримати дефіцитну інформацію? За допомогою яких методів? Чи надійні ці джерела?

➤ Якою уявляється структура цієї публікації?

➤ До якого різновиду належить цей огляд?



Висновки

Огляд – це жанр журналістського твору, що містить опис та аналіз низки споріднених значущих явищ і процесів, спрямований на формування в аудиторії розгорнутого уявлення про певну групу пов'язаних фактів.

Завданням оглядача є привернення уваги аудиторії до найбільш значущих подій, явищ, проблем суспільного життя, демонстрація їхньої сутності та траєкторій розвитку, сприяння практичному розв'язанню виявлених проблем і формуванню певної стратегії особистої поведінки в ситуації, що склалася, представниками цільової аудиторії цього матеріалу.

Огляди можуть мати кілька різновидів, а саме: загальні й тематичні за тематикою; огляди публікацій у пресі, листів до редакції, соціальних мереж, політичних заяв (програм), економічних прогнозів, законопроектів, інших за джерелами матеріалу, що аналізується.



Запитання для самоконтролю

1. Які основні ознаки огляду як жанру?

2. Які є різновиди жанру огляду? У чому їхні особливості?

3. Якою є технологія підготовки огляду?



Рекомендована література

1. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія / М. К. Василенко. – К. : Ін-т журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. – 238 с.

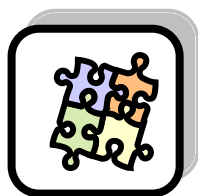
2. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста : практ. посіб. / Голуб О. П. ; Ін-т масової інформації. – К. : ТОВ «Софія-А», 2016. – 184 с.

3. Дрешпак В. Жанрові моделі місцевих газет України (на прикладі видань Дніпра та Харкова) / В. Дрешпак // Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. – 2019. – Вип. 45. – С. 183–191.

4. Кузнецова О. Огляд листів як жанр партиципарної журналістики / О. Кузнецова // Теле- та радіожурналістика. – 2015. – Вип. 14. – С. 31–36.

5. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики: підручник / Лизанчук В. В. – К. : Знання, 2006. – 628 с.

6. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / В. Шнайдер, П.-Й. Рауе ; пер. з нім. В. Климченка ; за заг. ред. В. Іванова. – К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. – 358 с.



Завдання до практичної роботи

Практична робота 14.1. Особливості огляду як аналітичного жанру журналістики

Мета: закріпити набуті знання щодо особливостей огляду як жанру журналістського твору та технології його підготовки.

Хід роботи:

1. Дібрати з різних ЗМІ два матеріали у жанрі огляду різних видів. Проаналізувати дібрані матеріали за критеріями:

- 1) тема, основні структурні елементи матеріалу;
- 2) мета матеріалу;
- 3) джерела, методи отримання інформації;
- 4) пояснення, коментарі, висновки;
- 5) коректність посилань на джерела;
- 6) оформлення, ілюстрації.

2. Результати подати у формі аналітичної записки, зазначивши посилання на джерело, та надати викладачеві.

3. Представити результати роботи в аудиторії, порівняти отримані результати.

Практична робота 14.2. Технологія підготовки журналістського твору в жанрі огляду

Мета: закріпити знання з технології підготовки огляду.

Хід роботи:

1. Підготувати власний матеріал у жанрі огляду будь-якого виду на самостійно обрану тему та надати його викладачеві.

2. Ознайомитися з результатами виконання завдання іншими студентами, дати коротку рецензію на один із таких матеріалів, узяти участь в обговоренні технології підготовки огляду.

15. СТАТТЯ

Певна частина аудиторії ЗМІ ніколи не задовольниться поверховим ознайомленням із фактами, що подаються. Прагнення читача, слухача, глядача детально розібратись у сутності певних реалій, їхніх зв'язках, причинах того, що є, що відбувається, що може бути, може задовольнити звернення до матеріалів у жанрі статті.

Стаття – жанр аналітичного журналістського твору, який характеризується глибоким аналізом предмета висвітлення, узагальненням низки взаємопов'язаних фактів, виявленням закономірностей у розвитку явищ, багатостороннім дослідженням причинно-наслідкових зв'язків.

Стаття як жанр дає змогу насамперед проаналізувати актуальні й масштабні суспільно значущі процеси, ситуації, явища та наявні між ними зв'язки, зрештою, ініціювати у представників цільової аудиторії власні міркування, дії, пов'язані з предметом відображення в публікації, а також зосередити увагу аудиторії на завданнях, проблемах, які виникають через описувані ситуації, продемонструвати, які стратегічні або тактичні інтереси мають ті або інші учасники цих ситуацій.

Стаття має ґрунтуватись на чіткій логічній аргументації тези, що обстоюється автором. Водночас у ході підготовки статті журналіст також може вдаватись до деяких творчих засобів, що нададуть його висновкам, прогнозам чи рекомендаціям певного емоційного забарвлення. Це, зокрема, й відрізняє публіцистичну статтю від, скажімо, наукової. Проте такі емоційні елементи мають лише доповнювати, посилювати, а не підміняти собою аргументи. Крім того, категорично неприйнятними для статті є домисел, необґрунтовані, побудовані на суб'єктивному сприйнятті судження, безпідставна критика з «навішуванням ярликів» та інші подібні методи оцінної ретрансляції дійсності автором.

Основними різновидами статей називають проблемні та полемічні.

Проблемними статтями у журналістській практиці вважають такі, в яких порушуються справді актуальні, подекуди гучні соціально-економічні проблеми, й на підставі ґрунтовного аналізу розглядаються та пропонуються варіанти запобігання їм чи подолання. Звичайно, проблема вважається масштабною лише на певному рівні й досить дискусійним є питання, з якого моменту послідовність окремих фактів, збіг критичних обставин перетворюються на проблему суспільно значущого чи навіть глобального рівня.

Проблемні статті мають традиційно відповідати кільком головним вимогам:

– проблемна аналітична стаття пояснює, чому той чи інший факт (явище, стан, процес) із часом припиняє відповідати соціально-історичним, політичним та економічним реаліям, очікуванням, нормам, стандартам, уявленням, тобто набуває ознак проблеми;

– автор має навести неспростовні докази того, що цей факт стає проблемою і є необхідність її розв'язання;

– автор має визначити варіанти можливих шляхів подолання проблеми, за можливості обґрунтувати найбільш оптимальний за умов, що склались.

Полемічні статті є аналітичними публікаціями, де на перше місце виходить диспут, дискусія, полеміка. Безпосереднім приводом для публікації такої статті зазвичай є виступ опонентів (політичних, ідеологічних та ін.), представників наукової школи, громадської організації, релігійної течії тощо, який не збігається з поглядами чи інтересами автора майбутньої статті.

Мета полемічної статті – обґрунтувати позицію автора щодо спірного питання, показати своє бачення проблеми, причин її виникнення, значущості, способів розв'язання. У полемічній статті автор:

– застерігає читача від певних висновків, викладених у публікації його опонентів;

– прагне переконати їх у правдивості саме власної позиції й саме такого розуміння проблеми, перспектив її розвитку, шляхів її подолання, спростовуючи аргументи опонентів тощо.

Статті зазвичай не мають уніфікованої структури – їх конструкція залежить від багатьох факторів: авторський задум, специфіка теми (проблеми), про яку йдеться, обраний принцип викладу матеріалу, індивідуальний авторський стиль, стиль ЗМІ, де стаття буде опублікована, тощо. У структурі статті можуть бути елементи тексту, виконані в інших жанрах, наприклад інтерв'ю, репортажу, звіту, коментарю, огляду, листа, есе, нарису, фейлетону, памфлету тощо. При цьому такі елементи не повинні «випадати» із загальної аналітичної стилістики статті й мають зазвичай на меті дати аудиторії розуміння певних сторін проблеми, про яку йдеться. Саме тому їх часто подають у формі певних «врізок», чітко обмежених фрагментів, цитат, посилань на інші джерела.

У статті можуть наводитись фрагменти документів, на які автор спирається як на аргументи, в офіційно-діловому та науковому стилях. Для акцентування на найбільш значущих думках (аргументах, висновках) у статтях практикують врізки з відповідними фрагментами тексту: власного чи цитованого. Автор може наводити факти (наукові чи емпіричні, але обов'язково достовірні!), які підтверджують його тези, чи спростовують думки опонентів: приклади з історії, аналогічного вітчизняного та зарубіжного досвіду, результати визнаних (підтверджених) наукових досліджень, необхідні цифри, статистичні дані тощо.

Хід думок автора у статті вибудовується як за принципом «від загального – до конкретного», так і навпаки. У першому випадку на основі проаналізованих фактів синтезується новий факт як те нове знання, що має отримати аудиторія. У другому – аудиторію спочатку дивують або навіть шокують чимось новим для неї, а потім ґрунтовно пояснюють, як до такого висновку дійшли.

У будь-якому разі текст статті має створюватись так, щоб аудиторія не лише сприйняла (як мінімум переглянула, як максимум – уважно прочитала), але й прийняла його, тобто погодилася з тезами, аргументами автора. Щоб стаття як твір аналітичного жанру мала такий ефект, необхідно зва-

жати на певні умови, а саме: аудиторія повинна мати практичну потребу в отриманні такого повідомлення (від просто «розгорнутого» задоволення цікавості – до потреби у певному «дороговказі» з розв’язання назрілої проблеми); аудиторія повинна бути підготовленою – мати певну інформацію чи досвід за темою цього матеріалу, на які й «ляже» додаткова авторська аргументація; прийнятним має бути власне текст статті – він має бути насиченим новою інформацією, містити результати дослідження проблеми, але не «зарозумілим», викладеним так, як звикла саме ця аудиторія.

Статті можуть мати не лише заголовок і підзаголовок, але й для полегшення сприйняття всього матеріалу заголовки окремих частин тексту. Обов’язковим елементом статті є висновок з підсумком аналізу, прогнозом, рекомендаціями для причетних до описаної проблеми суб’єктів, порадами для аудиторії. Автор аналітичної статті має не лише проаналізувати факт, «препарувати» проблему, висвітливши її причини, масштаб, тенденції розвитку, інші аспекти, але й накреслити шляхи розв’язання виявленої проблеми. Власне, цей підхід найбільш важливий для такого сучасного напрямку, як «Журналістика рішень». У результаті аудиторія може отримати зразки, «рецепти» для розв’язання її власних проблем чи тих, які існують в її соціальній групі, по-новому поглянути на власні можливості, зрозуміти інших.

Статті можуть ілюструватись фотографіями, малюнками, інфографікою, а в Інтернет-медіа ще й відео- (дуже рідко – аудіо-) матеріалами. Ілюстрації у статті не лише доповнюють текст у частині ілюстрування чи документального доповнення тези (проблеми), аргументів і висновків, але й іноді виконують роль самостійного аналітичного матеріалу (наприклад, графіки, діаграми, таблиці можуть наочно продемонструвати проблему та схилити аудиторію до певного висновку).



Приклад ілюстрованої статті Полювання «слонів» на «віслюків» в українському сафарі

Олександр ХАРА
(Майдан закордонних справ)

Дональд Трамп увійшов в історію як третій президент США, за імпічмент якого проголосувала Палата представників.

Запеклі дебати 18 грудня, що завершили вісімдесятити-пятиденний марафон, стали початком свідченням високої позарізничної політичного класу і глибокого розколу американського суспільства. За влучним висловленням колишнього конгресмена-республіканця Кріса Кеннона, одного з керуючих імпічментом у сенатських слуханнях у справі Білла Клінтона, країна розділена на дві воюючі групи, одна з яких «носить бейсболку з написом «Зробимо Америку сильною знову» і готова віддати незгодних, а інша – задля відплати за бейсболку з таким написом».

Зі словами «ні не залишили нам вибору» спікер Палати представників Ненсі Пелосі розпочала обговорення двох пунктів звинувачення – про зловживання владою та перешкоджання роботі Конгресу. Метафорично зіптовхнувшись до «сиряка», демократи б’ють у набат – мовляв, якщо не стримати Трампа з його митарічними зазіханнями, то можна втратити Республіку.

Своєю чергою, республіканці звинувачують опонентів у неспробі Трамп і невпевненості у своїх переконаннях на прийнятних виборах, чим нібито насипали обумовлене бажання будь-що усунути від влади законно обраного президента, заперечивши таким чином ви-



бір 63 млн американців. Адвокат президента у справі про зримі злочини дав стосовно звинувачення Трампа податків (таких справ у судах нараді три) дійшов до того, що твердить про неможливість, через муніципальні припущення чинного президента, до відновлення, навіть якщо той вистрелить у когось на 3-й Авеню в самбітському центрі Нью-Йорка. До речі, на правління будь-яких дій влади тим, що вона прийшла законним шляхом, – узлоблена в Кремлі теза з хакеті світливості зручних політиків від Віктора Януковича до Башара аль-Асада, не кажучи вже про самого Владимира Путіна, що б він не сквиб.

Відчуваю свою відповідальність перед історією і сам Дональд Трамп, скерувавши в передній голосування спікерів Палати представників Ненсі

Пелосі неординарний лист із підсумком своєї політики. Хоча сирякшим адресатом документа є його нинішні прибічники і прийдешні пошлюбівці, які «сто років потому мають зрозуміти що справу та не допустити повторення такого стосовно іншого президента». Трамп не лише охарактеризував дії демократів як упереджений партійний «стрелючий похід», який є «декларативне відкриття війни проти Американської демократії», а й, традиційно, павав на саму лані Пелосі. На його думку, більше ніж Бат’ків-засновників, вона образила американських віруючих, адже сказала, що мовить за президента. Завдяки його змістовій й сильній, притаманним виключно Трампу, цей лист гарантовано потрапить в історичні архіви, ймовірно посунувши не менш колоритний жов-

тневий лист президентів Туреччини Ердогана й Японію. Республіканці одностайно голосували проти всіх звинувачень, а ось лави опонентів трохи похитнулися. Очевидно, що не аргументами Трампа змінила думку двох демократів, які голосували проти обох пунктів звинувачення, та ще одного «віслюка», який підтримував звинувачення у зловживанні владою, проголосовав проти пункту про перешкоджання Конгресу. Відступникам від партійної лнії доведеться переорієнтуватись на округах із відеочастою підтримкою Трампа. Один із них навіть планує змінити партійну приналежність. Ренегати не знайшли в собі мужності пред’явити до десятка «молодик демократів», які потрапили в Конгрес з округів-вотчин Трампа, отож можуть втратити свій мандат на виборах наступ-

ного року. Особливо цікава позиція конгресменів від Міннесоти Елан Слоткін, яка, попри бурхливу негативну реакцію, на зустрічі з виборцями заявила, що її обов’язок – захист Конституції. Втім, така волятична і громадянська позиція зрозуміла, адже за своїми плечима вона має службу в ЦРУ. Одним із важливіх результатів розслідування і власне імпічменту стало те, що американці побачили відданих та готових йти на самопожертву державних службовців, дипломатів і військових.

Щопри цьому бажання лідера республіканської більшості в Сенаті провести слухання швидкими темпами і якомога швидше контроль за ситуацією поки що залишається в руках їхніх опонентів. Спікер Палати представників заявив, що не поліпшиться визначити керуючих імпічментом ніколи палати, які представляють справу, які забезпечать «чесного процесу». Різномісний безпереконливості усунування 45-го президента з посади, на що потрібне голосування двома третинами в контрольному республіканцями «Сенаті» (53 проти 47), Ненсі Пелосі намагався вилізти з імпічменту максимум політичною користю і рік виборів. За фронтою діє, вона використовує ту ж саму аргументацію, з допомогою якої республіканські конгресмени піддавали обструкції імпічменту у Палаті представників. Велику стару партію можуть очікувати історичні скривджені, що, нібито, дисципліноно не змінюють.

Закінчення на 4-й стор.

«Дзеркало тижня», 2019, № 49, 21–26 грудня

Жанр статті у сучасних онлайн-виданнях трансформується та знаходить «нове життя» у відповідних жанрових різновидах чи форматах. Це зумовлено явищем дифузії жанрів, що в Інтернет-журналістиці у поєднанні із мультимедіатизацією, власне, й приводить до трансформації жанру статті.

У зв'язку із цим усе частіше замість поняття «мультимедійна стаття» щодо аналітичних журналістських матеріалів на онлайн-ресурсах вживають терміни «мультимедійна історія» або «лонгрид». Зазвичай мультимедійні історії та лонгриди визначають не як жанри, а як формати, що вирізняються своєрідною сукупністю зовнішніх параметрів твору, які характеризують його розмір та особливості форми. У такому сенсі мультимедійна історія або лонгрид – це формат, у якому можуть синтезуватись різні журналістські жанри, поєднуватись вербальний і візуальний контент, а також елементи дизайну. Що зближує статтю із цими форматами, так це головна мета – не лише повідомити факт, але й розповісти насичену деталями історію.

Мультимедійна історія – це комбінація тексту, фотографій, відео, графіки та інтерактивного інтерфейсу, подана на сайті у нелінійному форматі, де кожен із видів інформації доповнює інший. До структури мультимедійної історії можуть входити такі елементи, як статичні ілюстрації, фотографії, фотострічки та фотогалереї, слайд-шоу, подкасти, аудіоілюстрації та аудіоверсії тексту, відеоілюстрації та відеосюжети, відеокоментарі, мультискрипти, інфографіка, 2D-панорами та 3D-панорами, флеш-анімація, трансляція постів із Twitter тощо. При цьому текст не є головним елементом мультимедійної історії. У цьому сенсі мультимедійна історія, можливо, ближче до огляду, а не до статті.

Лонгрид (від англ. long read – тривале читання) – це новий формат подання інформації в Інтернет-медіа, в основі якого – поєднання тексту з аудіовізуальними компонентами. Серед головних особливостей лонгридів дослідники називають структурованість, наявність цитат, близькість до художньої публіцистики, мультимедійний формат, великий обсяг, додавання елементів за принципом взаємодоповнення. Формат лонгриду передбачає глибоке занурення читача у тему, а також серйозну підготовку журналіста із залученням великої кількості джерел із предмета дослідження. Таким чином, лонгрид за змістом і формою наближається до проблемної статті.

Технологія створення журналістського матеріалу в жанрі статті передбачає:

– виокремлення певного факту як такого, що має ознаки проблеми, та з'ясування її масштабів (для конкретної людини, соціальної групи, суспільства, держави, континенту, всього світу тощо) або проблемного судження (для полемічної статті);

– визначення мети статті (виявити факти, що дають змогу по-новому висвітлити об'єкт авторської уваги, знайти варіанти розв'язання проблеми та обґрунтувати їх, висунути контраргументи до суджень опонентів, довести аудиторії хибність поширених уявлень тощо);

– визначення стартових умов для підготовки статті (часові та інші ресурси на реалізацію поставленої мети, наявність/відсутність необхідних знань, уявлень щодо проблеми чи теми дискусії, необхідних інформаційних матеріалів тощо), конкретизація творчого задуму, мети й завдань статті;

– добір та попереднє опрацювання необхідних документів, безпосереднє ознайомлення з об'єктом, зустрічі з експертами, що дозволить розкрити природу, сутність, історію і тенденції розвитку проблеми (проблемного судження), сформулювати тезу, яку відстоюватиме автор, та аргументи на її користь;

– власне підготовка такого матеріалу, формулювання висновків, прогнозів, рекомендацій, авторське редагування.



Поміркуйте!

Складіть план підготовки статті щодо певної суспільно значущої проблеми.

➤ У чому, власне, полягає суперечність, що уможливорює означити явище, стан, процес, на який ви звернули увагу, як проблему?

➤ Чому обрана проблема є суспільно значущою? Інтересів яких соціальних груп вона торкається? На кого розрахована ця стаття?

➤ Якою буде основна теза, що доводитиметься чи спростовуватиметься у статті? Які аргументи для цього слід дібрати?

➤ Які джерела інформації буде використано під час підготовки статті? Як відбуватиметься їх верифікація?

➤ Які методи аналізу, аналітичні інструменти, прийоми будуть застосовані для підготовки статті?

Під час напрацювання висновків, прогнозів, рекомендацій, які є невід'ємною складовою статті, журналістові доводиться спиратись не просто на певну авторитетну думку, а на думку зважену, максимально об'єктивну. Слід наголосити, що особиста думка автора статті, сформована у результаті навіть найретельнішого вивчення певного питання, не завжди повна й точна. Результати журналістського дослідження лише певною мірою можуть бути основою висновків, прогнозів і рекомендацій. Це пояснюється тим, що журналіст, навіть найбільш кваліфікований, необов'язково є спеціалістом того «вузького» профілю, який іноді потрібен для повноцінного аналізу проблеми за темою статті. Саме тому журналістське «як ми вважаємо», «очевидно, що ...», «на наш погляд» та інші особисті судження, рефлексії автора не є коректним аргументом в аналітичній статті. Дискусійність, недостатня підтвердженість, сумнівність та інші ознаки неверифікованих фактів мають бути підкреслені автором, щоб не вводити в оману аудиторію.



Висновки

□ Стаття – жанр аналітичного журналістського твору, який характеризується глибоким аналізом предмета висвітлення, узагальненням низки взаємопов'язаних фактів, виявленням закономірностей у розвитку явищ, багатостороннім дослідженням причинно-наслідкових зв'язків.

□ Статті зазвичай не мають уніфікованої структури – їх конструкція залежить від авторського задуму, специфіки теми (проблеми), про яку йдеться, обраного принципу викладу матеріалу, індивідуального авторського стилю, стилю ЗМІ, де стаття буде опублікована, інших факторів.

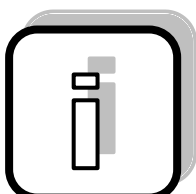
□ Основними різновидами статей є проблемні та полемічні. Перші зосереджені на з'ясуванні проблем та ймовірних шляхів запобігання їм чи подолання, другі – на обґрунтуванні думки автора щодо спірного питання, спростуванні позицій опонентів.

□ В онлайн-журналістиці спорідненими до жанру статті аналітичними матеріалами є такі формати як «мультимедійна історія» та «лонгрид».



Запитання для самоконтролю

1. Які ознаки статті як жанру?
2. Назвіть різновиди статті? У чому їх особливості?
3. Які формати онлайн-журналістики близькі до жанру статті? У чому їх відмінність від «класичного» жанру статті?



Рекомендована література

1. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія / М. К. Василенко. – К. : Ін-т журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. – 238 с.

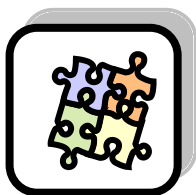
2. Клименко Н. Жанрово-стильові репрезентації політичного контенту в текстах української періодики / Н. Клименко // Стиль і текст. – 2013. – Вип. 14. – С. 184–193.

3. Лавриш Ю. Жанрова палітра нових медій: специфіка і креативність / Ю. Лавриш // Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика. – 2018. – Вип. 44. – С. 239–245.

4. Лешко У. Типологія жанрів інтернет-журналістики / У. Лешко // Вісник Львівського університету. Серія: журналістика. – 2018. – Вип. 44. – С. 246–253.

5. Мой Д. Телевізійна журналістика / Д. Мой, М. Ордольтф ; за заг. ред. В. Ф. Іванова ; пер. з нім. В. Климченка. – К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. – 234 с.

6. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / В. Шнайдер, П.-Й. Рауе; пер. з нім. В. Климченка ; за заг. ред. В. Іванова. – К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. – 358 с.



Завдання до практичної роботи

Практична робота 15.1. Стаття: аналіз ознак

Мета: закріпити набуті знання щодо характерних особливостей жанру статті.

Хід роботи:

1. Дібрати з різних ЗМІ два матеріали у жанрі статті різних видів та порівняти їх за такими параметрами:

1) формальні ознаки:

- обсяг;
- заголовки, лід (зазначити наявність, навести);
- графічне оформлення, ілюстрації;

2) структурні ознаки (проілюструвати фрагментами тексту):

- вступ;
- інформація про факт, ситуацію;
- деталізація, цитування, приклади, описи;
- теза, аргументація;
- пояснення, полеміка;
- висновки, прогноз;

3) змістовні ознаки (вказати на наявність/відсутність):

- актуальність, новизна, важливість, цікавість;
- викладення факту;
- пояснення, коментування;
- образність викладу;
- висновки, прогнози.

2. Результати подати у формі порівняльної таблиці, коректно зазначивши посилання на джерело, та подати викладачеві.

3. Представити результати роботи в аудиторії, порівняти отримані результати.

Практична робота 15.2. Стаття: технологія створення

Мета: закріпити набуті знання щодо технологій створення журналістських матеріалів у жанрі статті.

Хід роботи:

1. Підготувати власний матеріал у жанрі статті будь-якого різновиду на самостійно обрану тему, подати викладачеві.

2. Ознайомитися з результатами виконання завдання іншими студентами, підготувати коротку рецензію на один із таких матеріалів, узяти участь в обговоренні технології створення матеріалу в цьому жанрі.

16. ЖУРНАЛІСТСЬКЕ РОЗСЛІДУВАННЯ

Як ми вже зауважували, робота журналіста-аналітика за своїм характером є дослідною. Залежно від поставленої мети журналістські дослідження передбачають багатостороннє чи звужене вивчення об'єкта їхньої уваги, пошук неочевидного, нового, з'ясування причин тих чи інших явищ і процесів тощо. У цілому дослідження стосуються фактів, які «перебувають на поверхні», проте не всі їхні сторони на певний момент відомі аудиторії. Іншими є факти, що можуть бути предметом журналістського розслідування.

Термін *«журналістське розслідування»* вживають на позначення методу створення журналістського твору, а також самого журналістського твору, що з'являється у такий спосіб і спрямований на розкриття суспільно важливих фактів, що з тих чи інших причин кимось свідомо приховувались і для отримання яких необхідно було провести певну розслідувальну та аналітичну роботу. Відтак журналістське розслідування складно назвати окремим жанром журналістського твору, а з іншого боку, немає певної усталеної жанрової форми, в яку укладається розслідувальний за своїм змістом матеріал.

Проте дискусія з цього приводу не завершена, й однозначна позиція науковців не сформована. Наприклад, В. Лопатіна, говорячи про журналістське розслідування, зазначає, що воно є одночасно і жанром, і творчим методом, який «відкриває шлях до декількох жанрів: кореспонденції, проблемного нарису, статті» [49, с. 182–183]. За висновком М. Василенка, розслідувальна (інвестигативна) журналістика фактично є логічним розвитком жанру репортажу-розслідування, аналітичної статті з репортажними елементами [7, с. 9].

Темою розслідування завжди є проблема або суспільно значуще, часто конфліктогенне, питання, пов'язані з ними факти та їх інтерпретації. Відповіді на попередньо поставлені в розслідуванні запитання ніколи не бувають відомі заздалегідь – їх треба шукати із залученням багатьох, здебільшого альтернативних, проте безсумнівних джерел інформації.

Журналістське розслідування є журналістським матеріалом, який базується зазвичай на власній роботі та ініціативі творчого працівника, за який він несе персональну моральну й правову відповідальність. Іноді розслідування з огляду на складність такої роботи може проводитись і колективно.

У цілому журналістське розслідування базується на таких основних позиціях:

1) тема розслідування завжди має бути важливою, цікавою та актуальною для цільової аудиторії;

2) станом на початок розслідування певні важливі, цікаві й актуальні для аудиторії факти з різних причин не є для неї доступними та або хибно чи однобічно інтерпретуються;

3) журналіст проводить розслідування з власної ініціативи й під власну відповідальність в інтересах певної масової аудиторії (тобто не на приватне чи вузькогрупове замовлення);

4) розслідування базується на джерелах інформації, які зазвичай не є загальнодоступними, але їх надійність не викликає сумнівів.

Жанр журналістського матеріалу, в основу якого покладено журналістське розслідування, є найчастіше жанром синтетичним і може поєднувати в одному творі елементи (ознаки) кількох інших жанрів, наприклад інтерв'ю, репортажу, звіту, огляду, проблемного нарису. Ці елементи можуть відігравати як допоміжну, так і основну творчу роль такого твору. Автор може покласти в основу розслідування інтерв'ю з очевидцем, звіт або репортаж про подію, огляд офіційних документів, власні судження й оцінки як нарисовця, а потім «нанизувати» на цю факт-основу інші виявлені ним факти й аргументи, які доводитимуть чи спростовуватимуть основну тезу. Тому здебільшого журналістські твори-розслідування мають ознаки проблемної статті, виконаної із застосуванням відповідних творчо-пошукових методів. Така публікація має відповідну структуру і завершується висновком, з якого аудиторія має скласти власне судження щодо проблемного факту, що досліджувався, чи прийняти позицію автора-розслідувача.



Приклад

«Схеми» – спільний проект Радіо Свобода та UA: ПЕРШИЙ – щотижнева телевізійна програма розслідувань та аналітики про велику політичну корупцію (<https://tv.suspilne.media/programs/shemy>)



Програма антикорупційних розслідувань «*Наші гроші*» про зловживання у сфері розпорядження бюджетними коштами (<https://tv.suspilne.media/programs/nashigroshi>)



Як до твору аналітичного жанру, висновки якого можуть мати значні для суспільства наслідки, **до журналістського розслідування ставляться підвищені вимоги**. Зокрема, такі:

– відповідаючи на злободенні питання, важливі для широкої аудиторії, автор розслідування не повинен підштовхувати аудиторію до протиправних дій;

– автор має пропонувати адекватне відображення фактів, що є результатом аналітичної роботи, належно аргументованих висновків журналіста;

– публікація має містити критичний аналіз усього, що на перший погляд видається правдоподібним чи правильним, використовуючи не тільки загальнодоступні джерела;

– автор повинен дати аудиторії розуміння того, чому факти, позиції та інтереси певних осіб є саме такими, а не іншими;

– автор має дати можливість почути думки різних учасників подій (зацікавлених суб'єктів, сторін конфлікту);

– матеріал дає змогу побачити й зрозуміти деталі, які аудиторія могла не помітити, не мала змоги бачити або інакше розуміла через брак інформації.

З огляду на зазначене журналіст, який береться за розслідування, мусить зважати на власні можливості висвітлити факт саме у такий спосіб. Адже спеціалізація розслідувача потребує не лише бажання та відповідних якостей характеру, але й реального оцінювання рівня своєї компетентності, наявних часових, технічних, технологічних, фінансових ресурсів для успішного втілення задуму. Також у процесі дослідження важливе чітке дотримання професійних стандартів, чинних етичних, правових норм.

Як і в будь-якому іншому аналітичному матеріалі, в центрі уваги журналіста-розслідувача перебуває певна важлива проблема. На неї автори зазвичай «вказують»:

– невідповідності в суспільних явищах, процесах, виявлені у результаті цілеспрямованого журналістського спостереження;

– суперечливі повідомлення у медіа, інших відкритих джерелах за однією й тією ж темою;

– конкретні сигнали, підказки від цільової аудиторії щодо невідповідностей, суперечностей, певних дивних речей;

– випадкове отримання інформації, що не відповідає загальновідомому розумінню певного факту.

Перші два джерела інформації про проблему, яка може бути предметом розслідування, є результатом стратегічного способу дій автора, а два інших – випадкового збігу обставин. Зрештою, аудиторії не цікаво, в який спосіб автор «розкрив їй очі» на проблему – це результат наполегливої системної роботи чи «щасливого випадку».

У цілому ж *технологія проведення журналістського розслідування охоплює такі етапи*:

– визначення теми, проблеми, що є втаємниченою, підозрілою, а тому потребує проведення розслідування;

– планування перебігу, визначення завдань і методів розслідування, зокрема таких: перевірити факти та їх інтерпретації; розкрити, змодельовати, дослідити систему (мережу, «схему»); перевірити (за необхідності – спростувати, доповнити) поширені тези (аргументи); з’ясувати мотиви «говірливості» джерела інсайдерської інформації;

– добір джерел інформації, оцінювання ступеня їх достовірності, можливостей доступу до них, можливих проблем отримання інформації;

– робота з отримання необхідної інформації, створення архіву, бази даних за темою (проблемою);

– власне підготовка матеріалу (написання тексту, монтаж аудіо-, відеоматеріалів, упорядкування ілюстрацій тощо);

– оцінювання матеріалу на предмет: якості тексту, правових, суспільних, етичних наслідків публікації (на цьому етапі слід залучати до роботи фахових юристів, досвідчених колег, вузькогалузевих експертів);

– опублікування матеріалу.

Під час підготовки матеріалу на основі журналістського розслідування використовують різні *методи отримання та обробки інформації*. Утім найпоширеніші методи проведення журналістських розслідувань такі:

– *аналіз змісту документів* (для цього, зокрема, використовують право на доступ до публічної інформації, якою володіють органи публічної влади та інші, визначені законодавством, розпорядники. Можуть бути також використані результати правової експертизи проектів нормативно-правових документів, управлінських рішень);

– *аналіз баз числових даних* (зокрема, із застосуванням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та можливостей доступу до публічної інформації у формі відкритих даних);

– *аналіз суджень (висловлювань, оцінок) експертів* (ними часто є науковці, представники галузевих громадських об’єднань, незалежні експерти, якими можуть виступати авторитетні особи, колишні працівники певних організацій – вони володіють необхідною інформацією, мають досвід, але вже не обмежені певними корпоративними зобов’язаннями й можуть бути максимально об’єктивними);

– *модельовання організаційних структур* (цей метод уможливорює не лише виявити причини проблем, спростувати виправдання невдач, але й вказати на потенційний шлях подолання негативних явищ);

– *аналіз мереж зв’язків* (дає змогу, зокрема, викрити приховані зв’язки між суб’єктами, діяльність яких розслідується);

– *аналіз версій* (із його застосуванням можна узагальнити наявні припущення або сформулювати власні щодо досліджуваного факту, а також аргументовано оцінити ці версії та з’ясувати найімовірнішу з них);

– *установлення хронології подій* (за цим методом можна здійснити ретроспективний аналіз розгортання проблеми, з’ясувати її витоки);

– *реконструкція подій* (дає можливість серед іншого встановити втрачені ланки події, відновити повну картину того, що відбувалося у зв'язку з фактом, що досліджується);

– *моделювання ситуацій* (ефективний метод, зокрема, для прогнозування подальшого розгортання досліджуваної ситуації, з'ясування мотивів учасників подій тощо);

– *опитування свідків, інсайдерів* (достатня сукупність суб'єктивних оцінок осіб, причетних до того, що досліджується, в результаті уможливить скласти досить об'єктивне бачення факту; це також є можливістю висловитися всім учасникам події, але, якщо свідки бажають промовчати, бо мають повне право, автор може зазначити це у своєму матеріалі, завдяки чому матеріал лише додасть у правдивості, а журналіст продемонструє власну неупередженість – можливість висловити свою позицію мали всі, але не всі нею скористались).



Поміркуйте!

Розробіть план підготовки власного матеріалу в жанрі журналістського розслідування.

- На яку тему буде матеріал? У чому полягає досліджувана проблема?
- Чому обрана проблема є суспільно значущою? Якої інформації з обраної теми не вистачає на цей час цільовій аудиторії?
- З яких джерел передбачається отримати дефіцитну інформацію? За допомогою яких методів? Чи надійні ці джерела?
- Якою уявляється жанрова структура цієї публікації?
- Якого суспільно значущого результату передбачає досягти внаслідок такої публікації?



Висновки

□ Журналістське розслідування може розглядатись як метод створення журналістського твору, а також як сам журналістський твір, що з'являється у такий спосіб і спрямований на розкриття суспільно важливих фактів, що з тих чи інших причин були кимось свідомо приховані й для отримання яких необхідно було провести певну розслідувальну та аналітичну роботу.

□ Жанр журналістського матеріалу, в основу якого покладено журналістське розслідування, є найчастіше жанром синтетичним і може поєднувати в одному творі елементи (ознаки) кількох інших жанрів, а саме: інтерв'ю, репортажу, звіту, огляду, проблемного нарису. Проте найчастіше публікації на основі журналістського розслідування мають жанрові ознаки проблемної статті.

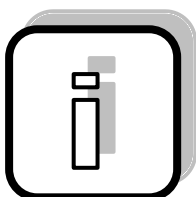
□ Найпоширенішими методами проведення журналістських розслідувань є:

- аналіз змісту документів;
- аналіз баз числових даних;
- аналіз суджень (висловлювань, оцінок) експертів;
- моделювання організаційних структур;
- аналіз мереж зв'язків;
- установлення хронології подій;
- реконструкція подій;
- моделювання ситуацій;
- опитування свідків, інсайдерів.



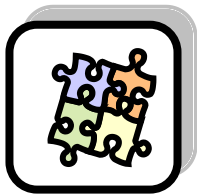
Запитання для самоконтролю

1. Чи є журналістське розслідування власне жанром журналістського твору? Яких жанрових ознак може набувати матеріал, створений на основі журналістського розслідування?
2. Якими є вимоги до журналістського розслідування?
3. Назвіть основні етапи журналістського розслідування.
4. На основі яких джерел інформації зазвичай будується журналістське розслідування?



Рекомендована література

1. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія / М. К. Василенко. – К. : Ін-т журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. – 238 с.
2. Вольфф Ф. Журналістика газет і журналів / Вольфф Ф. ; пер з нім. В. Климченка. – Вид. 2-ге, перероб. – К. : Центр вільної преси, 2017. – 377 с.
3. Лешко У. Реалії функціонування новітніх жанрів у сучасній пресі / У. Лешко // Наукові записки Інституту журналістики. – 2015. – Т. 60. – С. 66–71.
4. Лілієнталь Ф. Розслідування / Лілієнталь Ф. ; пер. з нім. В. Климченка. – К. : Центр вільної преси, 2016. – 135 с.
5. Людвіг Й. Інвестиґативний пошук / Людвіг Й. ; за заг. ред. В. Ф. Іванова; пер. з нім. А. Баканова, В. Климченка. – Вид. 3-тє, перероб.; – К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2017. – 266 с.
6. Носке Г. Журналістика: що треба знати та вміти : книжка для читання та підручник / Носке Г. – К. : Центр вільної преси, 2017. – 312 с.
7. Тарасюк В. Ю. Жанр журналістського розслідування в регіональній пресі / В. Ю. Тарасюк // Наукові записки Інституту журналістики. – 2015. – Т. 60. – С. 78–85.



Завдання до практичної роботи

Практична робота 16.1. Журналістське розслідування в аналітичній журналістиці

Мета: закріпити набуті знання щодо жанрових ознак журналістського розслідування.

Хід роботи:

1. Дібрати з різних ЗМІ два матеріали, що мають ознаки журналістського розслідування. Проаналізувати дібрані матеріали за критеріями:

- 1) жанр, тема, основні структурні елементи матеріалу;
- 2) мета матеріалу, авторська позиція, ступінь об'єктивності;
- 3) джерела, методи отримання інформації;
- 4) пояснення, коментарі, аргументація;
- 5) коректність посилань на джерела;
- 6) оформлення, ілюстрації.

2. Результати оформити як аналітичну записку, зазначивши посилання на джерела, та подати викладачеві.

3. Ознайомитися з результатами виконання завдання іншими студентами, взяти участь в їх обговоренні.

Практична робота 16.2. Добір джерел інформації для журналістського розслідування

Мета: закріпити набуті знання щодо технології підготовки журналістського розслідування.

Хід роботи:

1. Проаналізувати запропоновані ситуації, що потребують проведення журналістського розслідування, скласти перелік можливих методів і джерел інформації його проведення.

2. Результати оформити у таблицю й подати викладачеві.

Ситуація, що потребує розслідування	Метод збирання інформації	Джерела інформації

3. Ознайомитися з результатами виконання завдання іншими студентами, взяти участь в обговоренні технологій підготовки журналістського розслідування.

Ситуації для аналізу

1. Депутати обласної ради проголосували за скасування результатів конкурсу на автобусні перевезення. Підприємства-перевізники заявляють про тиск на комісію, яка провела конкурс чесно.

2. Репресований за радянських часів громадянин А. доводить, що він є справжнім батьком відомого нині політика Б., якого ще дитиною відібрали в нього після арешту. Політик це заперечує.

3. Відомий у місті антикорупціонер-викривач К. придбав у заступника міського голови котедж за підозріло низькою ціною. У соціальних мережах поширюється інформація про К. як про шантажиста.

4. Тендер на реконструкцію школи виграла будівельна фірма, яка нібито належить свекру очільниці міського управління освіти. Вона звинувачення спростовує.

17. ХАРАКТЕРИСТИКА ХУДОЖНЬО-ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ЖАНРІВ

В основі журналістських творів, які належать до художньо-публіцистичних жанрів, лежить емоційне переживання з приводу певного факту, його осмислення в художній формі. Автор такого твору має не лише поінформувати аудиторію чи пояснити їй суть процесу, явища, але й спонукати до емоційної реакції на цей аспект життя.

Створення матеріалів художньо-публіцистичних жанрів потребує наявності в автора не лише загальних знань і навичок журналістської роботи, розуміння сутності соціальних явищ, але й таких індивідуальних якостей, як творча уява, належне естетичне відчуття, здатність до відповідних естетичних переживань, образного сприйняття дійсності та вміння створювати образи. Так само до розуміння творів цих жанрів мусить бути підготовлена й аудиторія, що має запит на матеріали такої жанрової групи.

Родовими ознаками художньо-публіцистичних жанрів журналістських творів є такі:

– як предмет такого матеріалу розглядаються думки, оцінки, переживання автора чи описаних ним героїв щодо конкретних фактів, певні концептуальні ідеї, пов'язані з цим;

– домінування суб'єктивних міркувань, авторської думки над власне викладенням факту, доповнення документальних елементів твору художніми;

– образність, символічність мови твору;

– актуальність такого твору обумовлюється насамперед емоційною потребою аудиторії в таких міркуваннях, ідеях.

Під час створення матеріалів художньо-публіцистичних жанрів *образне мислення* автора, як ми вже зазначали, є однією з важливих якостей журналіста і відіграє у цьому творчому процесі значну роль. Це пов'язано з тим, що не всі творчі завдання ЗМІ можна виконати за допомогою логічного аналізу, й не всі ідеї можуть бути представлені в журналістських творах у формі логічно обґрунтованих конструкцій. Для донесення певної думки до аудиторії необхідно оперувати саме образами.

Образ – це уявлення про певний об'єкт реального світу, що формується особистістю чи соціальною групою самостійно або під певним стороннім впливом з огляду на знання, розуміння та емоційне сприйняття (осмислення) цього об'єкта, відображеного у відповідних символах. Об'єкт реальності, про який дізнається аудиторія безпосередньо або через посередництво автора-інтерпретатора, обов'язково передається через певні символи, відомі аудиторії. Ці символи відображають лише якісь окремі ознаки того об'єкта (рис. 17.1). Далі ці символи наповнюються певним смислом, що з'являється у процесі інтерпретації символів певним автором та/або безпосередньо аудиторією. Синтезуючи ці інтерпретації, аудиторія формує власне уявлення про відповідний об'єкт реальності. Але в результаті образ і власне сам об'єкт рідко бувають ідентичними.

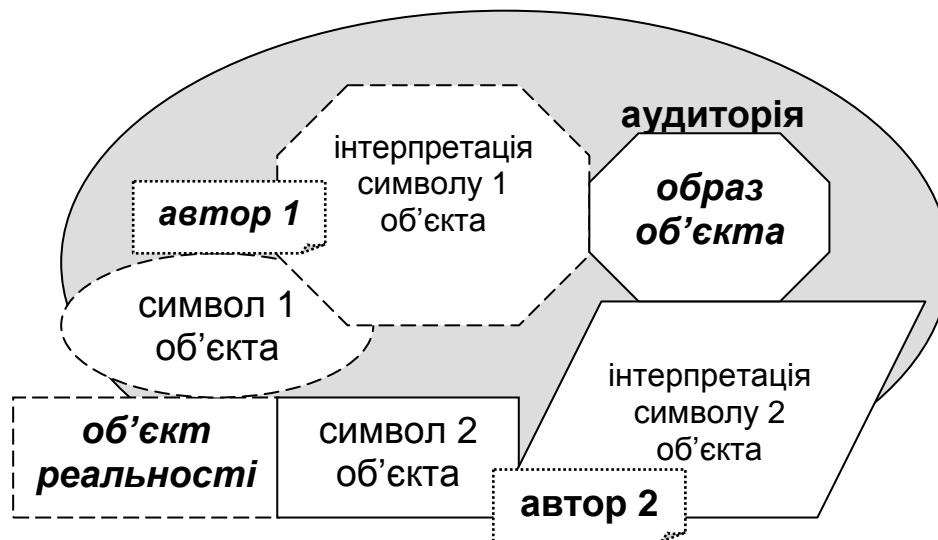


Рис. 17.1. Взаємозв'язок об'єкта реальності та його образу

Отже, детальніше **етапи створення образу** можна окреслити так:

1) подання реалії через символи, відомі та прийнятні для цільової аудиторії;

2) наділення цих символів відповідним смислом, який адекватно сприймається аудиторією, та/або формування умов для адекватної інтерпретації образу аудиторією, що дає змогу позиціонувати образ цієї реалії у системі образів світу, яка властива цій аудиторії;

3) власне створення образу через формування цілісного уявлення аудиторії про реалію на основі низки певних інтерпретацій;

4) підтримання створеного образу через постійний моніторинг адекватності інтерпретації образу аудиторією та коригування за необхідності смислового наповнення цього образу або ж можливостей аудиторії щодо адекватної його інтерпретації;

5) залежно від мети – *трансформація, консервація чи утилізація образу* через відповідні зміни системи символів та інтерпретацій, унаслідок чого образи змінюються чи переміщуються на периферію комунікативного простору, до «запасників соціокультурного фонду» цієї соціальної групи.

Обмірковуючи також ту або іншу проблему створення матеріалу, журналіст може дійти до її розв'язання на інтуїтивному рівні. У журналістській творчості інтуїтивний пошук нових ідей може виникнути на основі як чуттєвих вражень, так і в процесі обмірковування. Однією з найпродуктивніших форм інтелектуальної інтуїції у цьому аспекті є **творча уява**, за допомогою якої саме й створюються нові поняття і формуються нові гіпотези.

На відміну від літературної творчості, де уява відіграє провідну роль у створенні художніх образів, у діяльності журналіста вона виконує такі функції: 1) сприяє поглибленню і розширенню знань; 2) допомагає передбачити результат розвитку явищ і процесів; 3) як і в літературній творчості, «працює над створенням образів».

Творча уява є однією з психологічних передумов журналістської діяльності, виявляючись на різних стадіях творчого процесу. Найбільш значна роль уяви на початкових етапах підготовки твору – під час зародження задуму, коли журналіст обмірковує ідею, планує матеріал, пропонує низку гіпотез щодо розвитку тієї чи іншої життєвої ситуації або явища, а також під час створення власне матеріалу. Творча уява необхідна також для добору й використання художньо-виразних засобів, у процесі синтезування фактологічних даних та безпосередніх вражень.

Творча уява дає змогу виконувати такі операції з образом:

- зміна форм репрезентації об'єкта (застосування нових символів без зміни смислів);
- зміна уявлень про об'єкт (наділення новими смислами наявних символів);
- створення нових образів на основі наявних (повністю нові символи та смисли).

Під час створення образів автор журналістського матеріалу художньо-публіцистичного жанру може вдатися до застосування низки творчих інструментів, таких як аглютинація, гіперболізація чи застосування літоти, загострення, схематизація, типізація.

Аглютинація – елементарна форма синтезування образів, що передбачає «склеювання» різних якостей, властивостей, частин, які у повсякденному житті не поєднуються.

Гіперболізація/застосування літоти – художнє збільшення або зменшення предмета, зміна кількості частин реального предмета в образі.

Загострення – підкреслення, привернення уваги саме до певних ознак, на яких зосереджується основна увага.

Схематизація – відтворення в образі лише найхарактерніших рис, структури, зв'язків об'єкта реального світу.

Типізація – виокремлення істотної, повторюваної риси певного явища чи процесу в однорідних фактах і втілення їх у конкретному образі.

Класифікація художньо-публіцистичних жанрів також неоднозначна, в різних джерелах можна побачити різні підходи до цього питання. Так, О. Тертичний до художньо-публіцистичних (художньо-дослідних) жанрів зараховує: нарис, фейлетон, памфлет, пародію, сатиричний коментар, життєву історію (бувальщину), легенду, епіграф, анекдот, гру. При цьому такі жанри, як життєва історія, легенда, анекдот, сатиричний коментар, зараховують до нових різновидів, що виникли внаслідок трансформації «класичних» [76, с. 54, 62]. Бразильський дослідник Хосе Маркес де Мело виокремлює таку групу жанрів, як «Жанри, що відволікають», до якої зараховує різні види історій (історії про людей, історії про природу тощо) [91]. Нідерландські дослідники К. ван Крікен та Х. Сандерс узагалі говорять про наративну журналістику (журналістику історій, оповідей) як синтетичний жанр, у центрі уваги якого події та ситуації сьогодення, де стиль та прийоми художньої літератури застосовуються для написання нехудожніх творів

[90]. Водночас у вітчизняній традиції до художньо-публіцистичних жанрів журналістських творів зазвичай зараховують такі, як: замальовка (етюд), есе, нарис, фейлетон, памфлет, які ми й розглядатимемо детальніше.

Широка палітра візуальних творів художньо-публіцистичних жанрів, до яких належать: фотопортрет, карикатура, колаж, шарж, комікс. Можемо пояснити це тим, що візуальна символіка є давнім та зручним для створення образів інструментом. У тому числі й таких, що ґрунтуються на документальній, фактологічній основі. Наприклад, до художньо-публіцистичних жанрів фотожурналістики найчастіше зараховують фотозамальовку, фотонарис, фотопортрет, фотоплакат, фотосеріал, фотомонтаж, фотоколаж. При цьому з посиленням візуалізаційних тенденцій прискорюються певні процеси жанротворення у сфері фотожурналістики. С. Горевалов та Н. Зикун [18, с. 260] відзначають завершеність еволюції технік фотомонтажу й фотоколажу до самостійних синтетичних жанрових форм сучасної фотожурналістики, які поєднують можливості й виражальні засоби як інформаційних, так і аналітичних, художньо-публіцистичних груп жанрів.

Фотонарис вирізняється пильною увагою до людини, її долі, життєвих проблем. Фотонарис може створюватись про ту чи іншу людину, спільноту, про проблеми, які ними порушуються й ними розв'язуються, про подорожі, які вони здійснюють. З огляду на це виокремлюють і різновиди фотонарису як жанру: портретний, проблемний, подорожній.

Фотопортрет – це зображення (образ) певної реальної людини або групи. Подібність портрета з моделлю (оригіналом) досягається не тільки точною передачею зовнішнього вигляду портретованого, але й розкриттям через низку деталей його внутрішнього світу, історичної епохи, соціального середовища, інших рис героя. Типологічно фотопортрет пов'язаний із творами образотворчого мистецтва, проте неодмінно має документальну основу. За кількістю персонажів портрети поділяються на індивідуальні, подвійні, групові. Жанр фотопортрета так само, як і живописного, дуже рухливий у своїх межах, тому що уможлиблює поєднування зображення певної людини з відтворенням реалій і подій життя. У фотожурналістиці можливості портрета ще більше розширюються (репортажний портрет, портрет-нарис, портрет-замальовка), оскільки оперативні завдання зйомки і відповідні можливості техніки дають змогу показати людей в епіцентрі тих чи інших подій, у різноманітті соціальних зв'язків.

Фотомонтаж, фотоплакат та фотоколаж – це жанри фотожурналістики, які поєднують в одному кадрі (в одній картинній площині) кілька сюжетів з метою досягнення певного художнього й пропагандистського ефекту. У фотомонтажі ці сюжети виконані фотоспособом, у фотоколажі – синтетичним образотворчим, за допомогою малюнка, комп'ютерної графіки. Всі зазначені жанри синтетичні, бо в них активно «працюють» як візуальне зображення, так і експресивний вербальний текст. Найчастіше такі синтетичні жанри фотожурналістики використовуються для додавання повідомленням про факти і явища дійсності (у тому числі інформаційних та

аналітичних жанрів) необхідного загального емоційного забарвлення, трагічного чи комічного (сатиричного) ефекту.

Аудіовізуальні твори художньо-публіцистичних жанрів являють собою трансформовані, адаптовані до технологічних умов радіо й телебачення названі вище відповідно «класичні» жанри: теле- (радіо-) нарис, -замальовка, -композиція, -спектакль, -фільм, -сатиричний журнал. Під час підготовки аудіовізуальних журналістських творів художньо-публіцистичних жанрів суттєво підвищується роль журналіста як автора сценарію, а також роль режисера та відео- (звуко-) оператора, адже важливим у цих творах є не лише текст, але й відеоряд і звук. Такі твори можуть мати суто документальну основу (документальні зйомки, звукозаписи, інтерв'ю, коментарі тощо) у поєднанні з художніми елементами або ж літературно-художню. До художніх елементів таких творів належать: постановочні відеозйомки, постановочний звукозапис (звукоімітація), акторське відтворення подій, ситуацій тощо. Літературно-художня основа таких матеріалів – це твори літератури, музичного, зображального мистецтва, які використовуються повністю чи фрагментарно для художнього осмислення певного факту дійсності.

В інтернет-журналістиці, зокрема у професійній блогівій журналістиці, художньо-публіцистичні жанри також досить поширені. У постах, як правило, синтезуються жанрові ознаки есе, огляду й нарису. В окремих випадках такі блоги доповнюються елементами матеріалів аналітичних жанрів.

Узагальнено основні ознаки журналістських творів аналітичних жанрів з огляду на їх форму, зміст і методи збирання інформації та відтворення фактів автором можемо подати так (табл. 17.1).

Таблиця 17.1

Художньо-публіцистичні жанри: форма, зміст і методи

Жанр	Форма та зміст твору	Методи збирання інформації та відтворення фактів автором
есе	повідомлення-міркування щодо авторського відчуття основного та пов'язаних фактів з вільною структурою	«спостерігаю, дізнаюся, відчуваю»; «ділюся власними враженнями про факт/факти»
нарис	деталізоване повідомлення про те, яким є й може бути факт і пов'язані факти, з довільною «авторською» структурою	«спостерігаю, спілкуюся, аналізую, відчуваю»; «узагальнюю побачене й почуте, ділюся власними враженнями, роблю висновки»
фейлетон	деталізоване повідомлення про те, яким є і яким має бути факт і пов'язані факти, з довільною «авторською» структурою	«читаю, слухаю, спілкуюся, аналізую»; «висміюю побачене й почуте, роблю висновки, вказую на недоліки»



Поміркуйте!

Змоделюйте аудиторію, яка віддає перевагу журналістським творам художньо-публіцистичних жанрів.

➤ Чи має вона демографічні особливості (вік, стать, місце проживання, рівень освіти, вид діяльності тощо)?

➤ Якими медіаканалами користується переважно ця аудиторія?

➤ Яка тематика творів художньо-публіцистичних жанрів переважно цікавить цю аудиторію?



Висновки

□ Журналістські твори художньо-публіцистичних жанрів ґрунтуються на відтворенні емоційного переживання з приводу певного факту, подають його осмислення в художній формі. Такі твори не лише інформують аудиторію чи пояснюють їй суть факту, але й спонукають до емоційної реакції на нього.

□ Створення матеріалів художньо-публіцистичних жанрів потребує від автора не лише загальних знань і навичок журналістської роботи, розуміння сутності соціальних явищ, але й таких індивідуальних якостей, як творча уява, належне естетичне відчуття, здатність до відповідних естетичних переживань, образного сприйняття дійсності та вміння створювати образи.

□ Під час створення образів автор журналістського матеріалу художньо-публіцистичного жанру може вдаватися до застосування низки творчих інструментів, таких як аглютинація, гіперболізація чи застосування літоти, загострення, схематизація, типізація.

□ У вітчизняній традиції до художньо-публіцистичних жанрів журналістських творів зазвичай зараховують: замальовку (етюд), есе, нарис, фейлетон, памфлет.

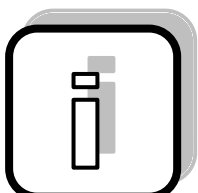


Запитання для самоконтролю

1. Назвіть спільні родові риси журналістських творів художньо-публіцистичних жанрів?

2. У який спосіб створюються образи?

3. Які візуальні та аудіовізуальні журналістські твори належать до художньо-публіцистичних жанрів?



Рекомендована література

1. Вольфф Ф. Журналістика газет і журналів / Вольфф Ф.; пер з нім. В. Климченка. – Вид. 2-ге, перероб. – К. : Центр вільної преси, 2017. – 377 с.

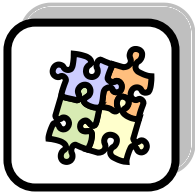
2. Жадько В. О. Журналістика та основи редакторської майстерності : навч. посіб. / Жадько В. О. – К. : Знання, 2012. – 272 с.

3. Лавриш Ю. Жанрова палітра нових медій: специфіка і креативність / Ю. Лавриш // Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика. – 2018. – Вип. 44. – С. 239–245.

4. Свалова М. Письменницька публіцистика: креативно-імперативний аспект (на матеріалі публіцистики Б. Олійника / М. Свалова // Рідний край. – 2009. – Вип. 1. – С. 104–107.

5. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / В. Шнайдер, П.-Й. Рауе; пер. з нім. В. Климченка; за заг. ред. В. Іванова. – К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. – 358 с.

6. Шутяк Л. М. Польська школа художнього репортажу / Л. М. Шутяк // Інформаційне суспільство. – 2016. – Вип. 23. – С. 31–37.



Завдання до практичної роботи

Практична робота 17.1. Характеристика журналістських творів художньо-публіцистичних жанрів

Мета: Закріпити набуті знання щодо спільних особливостей форми, структури та змісту журналістських творів художньо-публіцистичних жанрів і підходів до класифікації цих жанрів.

Хід роботи:

1. Самостійно дібрати з різних ЗМІ три матеріали різних художньо-публіцистичних жанрів та виокремити їхні найхарактерніші формальні, структурні, змістовні ознаки.

2. У складі робочої групи на основі дібраного матеріалу скласти порівняльну таблицю та подати її викладачеві.

Перелік учасників робочої групи

Художньо-публіцистичні жанри журналістського твору

Жанр	Найхарактерніші ознаки	Характерний приклад

3. Презентувати підсумки виконання завдання в аудиторії. Взяти участь в обговоренні результатів інших робочих груп.

Практична робота 17.2. Технології створення образів у журналістських творах художньо-публіцистичних жанрів

Мета: закріпити набуті знання щодо застосування технологій створення образів у журналістських творах художньо-публіцистичних жанрів.

Хід роботи:

1. Дібрати з журналістських творів художньо-публіцистичних жанрів три приклади опису будь-яких явищ, процесів реального світу через певні образи.

2. Описати, які саме творчі інструменти і прийоми використано авторами під час створення цих образів. Результати дослідження викласти у формі аналітичної записки та подати викладачеві.

3. Презентувати підсумки виконання завдання в аудиторії. Взяти участь в обговоренні результатів інших робочих груп.

18. ЗАМАЛЬОВКА. ЕСЕ

Замальовка та есе належать до журналістських творів «малих форм». Проте навіть такі мініатюри дають змогу авторові іноді значно вплинути на аудиторію.

Замальовка – це невеликий за обсягом твір художньо-публіцистичного жанру, в якому стисло розповідається про окремих факт та його сприйняття автором. На означення творів цього жанру також вживаються терміни «замальовка», «етюд». Мета замальовки – зафіксувати факт засобами художньої публіцистики, створити в аудиторії певний настрій, спонукати до вияву емоції щодо факту.

Основною характеристикою цього жанру є чітко окреслені часові межі в описі. Замальовку іноді ще називають «усіченим нарисом», оскільки ці два жанри мають багато спільних рис щодо засобів відображення реальності. Замальовка може містити також елементи репортажу. Але на відміну від цих жанрів замальовка по суті не має сюжету, прямо не торкається проблем, не ставить за мету проаналізувати їх чи художньо осмислити.

Виокремлюють такі види замальовок за змістом, як: 1) *пейзажна* (про природні явища); 2) *портретна* (про певну особу); 3) *ситуативна* (про подію, ситуацію суспільного життя); 4) *асоціативна* (побудована суто на асоціаціях, рефлексіях автора, викликаних певним фактом). Вибір відповідного виду замальовки може зумовлюватись наявним матеріалом, творчим завданням, конкретною життєвою ситуацією, яку пережив автор, інтересами автора чи аудиторії тощо.

Замальовку вважають початковим фрагментом для більшого за обсягом твору. А з іншого боку, елементи замальовки можна також виокремити в журналістських творах інших жанрів, наприклад репортаж, есе, нарис, некролог.



Приклад

«... Він був українцем – по суті, по статурі, по переконанням, по мисленню. По доброті! Якимось ми просто сиділи за його невеличким столиком на Подолі. Вузька квартира, недалеко від Дніпра (саме тому там взимку було досить прохолодно), затишна атмосфера, а через кілька місяців мала наступити весна. Говорили про роботу, про плани, про творчість, про книги, про ... лікарів. Кремезний чолов'яга, який вправно орудував столовим ножом, шматуючи привезену зі Слобожанщини рибу, та частував мене борщем. Не ліз, як-то кажуть, «за словом у карман». Цитував класиків по пам'яті, дотепно розповідав гострі анекдоти. На вулиці зима, а в його храмі затишок і надія – жити і насичатись, діяти і творити. Ось що навіщував новий рік з сизим подільським ранком за вікном. На жаль, він, насправді, навіщував біду і втрату ...»

Валентин Горба,
«Людина без меж. Згадуючи журналіста
Бориса Клименка»,
«День», 10.04.2020 р.

Замальовка як жанр може бути подана не лише як текстовий матеріал. *Фотозамальовка*, а також *відеозамальовка* – це візуальне відображення життєвої ситуації з показом її зовнішніх цікавих рис без особливого проникнення всередину характеру людей або проблем. Темою фото- (відео-) замальовок часто стають природні явища, «картинки з життя». *Радіозамальовка* – це поєднання тексту (часто художнього) з відповідним музичним супроводом чи звуковим фоном.

Есе (есеї) – це невеликий за обсягом журналістський твір з вільною композицією, в якому висловлено індивідуальні враження та думки автора щодо певної теми, події, явища. Есе – жанр, у якому вільно, не обов'язково вичерпно, але виразно індивідуально, трактується певна подія, явище, проблема чи тема, а публіцистична суб'єктивність автора порівняно з іншими жанрами може бути найвищою. Есе по суті є відображенням особистості автора, адже містить його думки, демонструє життєвий досвід, погляди автора.

Як зауважив американський журналіст Роберт Канігел, есе – це руйнівник жанрів, це – жанр, який підриває саму ідею жанру. Це – не новина. Есе несе відбиток особистості автора, його думки, досвід чи винятковий погляд. Есе настільки відкрите, у ньому стільки можливостей, що воно рідко обмежується одними лише розлогими роздумами [62, с. 235–237].

На відміну від авторської колонки, яка також має окремі елементи есе, у власне есе не ставиться завдання деталізувати, проаналізувати і пояснити факт чи факти. Есе спонукає аудиторію долучитися до реагування на факт, поділяючи або заперечуючи викладені враження та думки автора. Утім саме в стилі есе пишуть відомі особистості, редактори у власній колонці. І саме у цій жанровій формі вони подають власні судження, думки щодо актуальних питань сьогодення.

Від нарису есе вирізняє насамперед вищий ступінь суб'єктивізму автора. Нарисовець досліджує певний факт у художній формі, а есеїст ділиться власним відчуттям факту. Автор нарису прагне створити цілісне уявлення про факт, а автор есе – висвітлює через призму власного сприйняття лише певний аспект.

Есе як персоніфікований текст дає змогу використовувати нові, суб'єктивно забарвлені слова й може мати філософську, історико-біографічну, медійну, літературно-критичну, науково-популярну або власне белетристичну (як у художній літературі) манеру викладу. Есеїстичний стиль, як правило, вирізняється образністю, афористичністю й настановою на розмовну інтонацію та лексику, яка насичена образними стилістичними фігурами, риторичними синтаксичними конструкціями. Водночас автор має бути зрозумілим цільовій аудиторії медіа – притаманні для такого стилю натяки, недомовки, неологізми, образи мають адекватно інтерпретуватись аудиторією.

Загалом характерними ознаками есе як жанру є: особистісний, суб'єктивований характер сприйняття та висвітлення реалій у творі; репрезентація предмета за допомогою асоціативно-емоційних засобів; вільна

композиція твору; часто – подання предмета авторської уваги у більш загальному контексті.

Дуже часто авторами есе в медіа виступають поети, письменники. Як наголошує М. Свалова, письменниця публіцистика, виконуючи передовсім функцію впливу на масову свідомість, здійснює також інформаційний, виховний, регулівний, естетичний вплив, вирізняється онтологічно-інтелектуальним наповненням, масштабністю порушеної тематики та проблематики в контексті морально-етичного осмислення дійсності, синтезом художності та аналітики в розкритті актуальних, соціально значущих проблем [71, с. 107].

В есе як журналістському творі акцентується увага на взаємовідношенні загального та часткового, суспільно значущого й особистого, загальноприйнятого та індивідуального у різних сферах життя. Опрацювання суспільно значущої тематики із цих позицій зумовлює вибір автором есеїстом відповідної стилістики викладу. Традиційно з огляду на тематику і стиль таких творів розрізняють: медійне, літературно-критичне, мистецтвознавче, художнє, науково-популярне, повчальне, філософське, афористичне та інші види есе.

Але відбувається й навпаки, коли власне стилістика есе зумовлює його тематику. Це може бути системне, можливо, навіть логічно формалізоване, розмірковування щодо певного аспекту реальності або легкі, ліричні, викладені простою мовою роздуми щодо якоїсь життєвої ситуації, або гостре публіцистичне осмислення проблемних сторін суспільного явища. Водночас слід укотре зауважити, що есе як журналістський твір має неодмінно будуватись навколо конкретного факту, а його художні елементи не повинні нівелювати документальну основу цього твору, а лише емоційно її відтінювати, посилюючи аспекти, до яких автор повертає увагу аудиторії.

Попри формальну монологічність жанру есе, його автору важливо вступити у заочний діалог з аудиторією, аби отримати емоційний відгук на свої міркування – автор не повинен залишатись «наодинці із собою». Для цього журналіст-есеїст має запропонувати аудиторії розмірковування на актуальну для неї тему та залежно від мети підтримати найбільш поширену щодо певного факту громадську думку й надати нову аргументацію «за» або почати дискусію і спростувати найпопулярніші щодо цього міркування, запропонувати принципово інше бачення факту та аргументацію «проти». У будь-якому разі актуальність есе для аудиторії найчастіше досягається завдяки нестандартності позиції автора.

Деякі дослідники розглядають есе також як засіб міфотворення, коли автор по суті створює певний міф, в який аудиторія повірить або ні. Це можна пояснити з позицій технології створення образів, про яку йшлося у попередньому розділі. Есе із цього погляду – це пропонування автора аудиторії нової інтерпретації відомого факту реального світу, наділення новим смислом відомих символів, пов'язаних із цим фактом. Саме в цьому й може полягати провокативність, нестандартність авторської позиції.

Під час написання есе найчастіше вдаються до методу **розмірковування**. Це особливий спосіб викладу матеріалу і з погляду композиції, і з погляду логічного оформлення. Розмірковування є складним у мовному вираженні, оскільки потребує використання різних стилістичних прийомів, засобів, мовно-стилістичних фігур, які адекватно зможуть репрезентувати думку як форму мисленнєвої діяльності людини (порівняння, алегоричні образи тощо).

Метою розмірковування є встановлення зв'язків між відомими й новими фактами, що отримані у ході журналістського дослідження, спостереження, розслідування. Головним під час розмірковування є аргументація та врахування всіх особливостей авторського погляду на події, явища. У контексті технології створення есе слід зауважити, що відправним пунктом розмірковування може бути «творче завдання» (коли автор самостійно чи хтось сторонній формулює проблемне питання, яке має бути потім обмірковане у художньо-публіцистичній формі) або «творчий імпульс» (коли творчий процес починається із загальних розмірковувань, а потім вони концентруються і «викристалізуються» вже навколо конкретного факту чи проблеми).

Основними засобами публіцистичного відтворення фактів під час написання есе будуть доказ, теза, аргумент та ін. У такий спосіб у творчому процесі есеїста відбувається поєднання художнього за стилістикою викладу і публіцистичного за добором аргументації складників. Також есеїсти застосовують такі стилістичні прийоми, як повтор ключових слів, інверсія (зміни в узвичасному порядку викладу думки), ампліфікація (концентрація визначень до одного поняття).

Есе як «вільний» жанр по суті не може мати усталеної структури та будь-якого сюжету. Проте в основі есе має лежати добре продумана авторська ідея, яку журналіст прагне донести до цільової аудиторії. З урахуванням найпоширеніших моделей побудови розмірковувань есе може мати: лінійну структуру, за якою відбувається зв'язне, поступове розгортання думки; стрибкоподібну («рвана», фрагментарна), коли автор «перестрибує» від думки до думки, а текст набуває ознак «ковдри з клаптиків» і тримається хіба що на певній ключовій ідеї та асоціативних зв'язках; кільцеву (спіралеподібну) – автор декілька разів повертається до ключової ідеї, розглядаючи її через призму різних факторів, ситуацій, станів тощо.

Есе може бути створено у будь-якій прийнятній для донесення ідеї твору формі, зокрема: простої оповіді з описом емоційних реакцій з приводу певного факту; записок як матеріалу, що зазвичай поєднує декілька замальовок щодо одного й того ж факту; промови; відкритого листа; лекції; проповіді; фрагмента зі щоденника; спогаду; сповіді.



Приклад

У жанрі есе-оповіді (почасти – есе-лекції) створені більшість телепередач циклу «Борхес. Розмови про розумне» на UA: ПЕРШИЙ (<https://tv.suspilne.media/video/program/borhes>)



Ці форми потребують різного ступеня вияву авторської суб'єктності у творі: стороннього «спостерігача» – в оповіді та записці, «автора як об'єкта» – у щоденнику та спогаді, «трибуна» – в есе-промові, відкритому листі, «навчителя» – у лекції, проповіді, у ролі безпосередньо «об'єкта дослідження» – у щоденнику, спогаді та сповіді. Також вибір форми есе зумовлюється змістом того, що автор прагне донести аудиторії, метою цього твору. Наприклад, есе-лист може спонукати до публічного діалогу, есе-лекція розкриватиме щось нове у ніби відомому й запрошуватиме до спільних роздумів, есе-спогад спонукатиме аудиторію пригадати власні переживання щодо факту, який обмірковується, чи подібних.

Із зазначених вище форм *сповідь* є найбільш «суб'єктивовано авторською» формою есе. Її мають твори, що розкривають внутрішній світ, переживання їхніх авторів, містять автобіографічні елементи.

Основним методом, який застосовується у підготовці таких текстів, є самоаналіз. Ця форма есе має свої корені в літературі, релігії, філософії. Бажання «сповідатись» у медіа – публічно, з використанням образних засобів – виникає в наш час у багатьох людей.

Мета звернення людини зі своїм одкровенням до широкого загалу (масової аудиторії) може бути зовсім різною. Наприклад, автор прагне пояснити незвичайний вчинок, показати приклад подолання біди, поділитися досвідом успішної кар'єри, зробити саморекламу тощо.

У цілому публіцистична цінність есе полягає в тому, що такий жанр здатен привернути увагу тієї частини аудиторії, яка з різних причин (особисті чи групові традиції, особливості сприйняття інформації, конкретний психофізичний стан окремої особи тощо) не сприймає раціонально подану інформацію, до актуальних моментів життя. Есе дає змогу «оживити» контент певного медіа, додати до нього «душі».



Поміркуйте!

Складіть і проаналізуйте план підготовки власного матеріалу в жанрі есе.

- Який факт буде покладено в основу матеріалу?
- Які емоції зазвичай викликає цей факт в аудиторії? Які образи з ним асоціюються? Які нові емоції та образи ви зможете запропонувати аудиторії щодо цього факту?
- Якою буде мета написання есе? Що нового отримає аудиторія для себе із цього матеріалу?
- До якого виду есе можна зарахувати цей твір? Які стилістичні засоби використаєте для розкриття теми?



Висновки

□ Замальовка – це невеликий за обсягом твір художньо-публіцистичного жанру, в якому стисло розповідається про якусь подію, окремий факт, при цьому засобами художньої публіцистики в аудиторії формується певний настрій, її спонукають до вияву емоції щодо описаного факту.

□ Есе – це невеликий за обсягом журналістський твір з вільною композицією, в якому висловлено індивідуальні враження та думки автора щодо певної теми, події, явища, де не обов'язково вичерпно, але виразно індивідуально трактується певна подія, явище, проблема чи тема. Есе містить думки автора, відображає його досвід чи винятковий погляд.

□ Під час написання есе найчастіше вдаються до методу розмірковування, метою якого є встановлення зв'язків між відомими та новими фактами, що отримані під час журналістського дослідження, спостереження, розслідування. Головним під час розмірковування є аргументація та врахування всіх особливостей авторського погляду на подію, явища.

□ Есе може бути створено у різних формах: простої оповіді; записок; промови; відкритого листа; лекції; проповіді; фрагмента зі щоденника; спогаду; сповіді.



Запитання для самоконтролю

1. Назвіть жанрові ознаки замальовки.
2. Які основні жанрові ознаки есе?
3. Які існують види есе? В якій формі може бути створено есе?

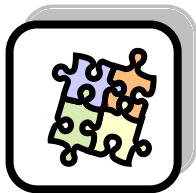


Рекомендована література

1. Балаклицький М. А. Есе як художньо-публіцистичний жанр : метод. матеріали для студ. спец. «Журналістика» / Балаклицький М. А. – Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2007. – 74 с.
2. Свалова М. Письменницька публіцистика: креативно-імперативний аспект (на матеріалі публіцистики Б. Олійника / М. Свалова // Рідний край. – 2009. – Вип. 1. – С. 104–107.

3. Шебеліст С. Теоретичні аспекти жанру есею / С. Шебеліст // Слово і Час. – 2007. – № 11. – С. 48–56.

4. Шебеліст С. В. Авторська колонка як жанровий різновид есею / С. В. Шебеліст // Наукові праці Кам'янець-Подільського нац. ун-ту ім. І. Огієнка. Сер.: Філологічні науки. – Вип. 17. – 2008. – С. 188–192.



Завдання до практичної роботи

Практична робота 18.1. Ознаки замальовки та есе як журналістських творів художньо-публіцистичних жанрів

Мета: закріпити набуті знання щодо жанрових особливостей замальовки та есе.

Хід роботи:

1. Дібрати приклади замальовки (як самостійного матеріалу чи як фрагмента іншого твору) та есе, порівняти їх за такими параметрами:

1) формальні ознаки:

- обсяг;
- заголовки;
- графічне оформлення, ілюстрації;

2) структура (проілюструвати фрагментами тексту);

3) змістовні ознаки (вказати на наявність/відсутність):

- актуальність, новизна, важливість, цікавість;
- викладення факту;
- пояснення, коментування;
- образність викладу;
- висновки, прогнози;

4) ступінь суб'єктивності автора (високий, середній, низький) (проілюструвати фрагментами тексту).

2. Результати подати у формі порівняльної таблиці, коректно зазначивши посилання на джерело, та надати викладачеві.

3. Подати результати роботи в аудиторії, порівняти отримані результати.

Практична робота 18.2. Есе як художньо-публіцистичний жанр журналістики: технології підготовки

Мета: закріпити набуті знання щодо жанрових особливостей есе та технологій його підготовки.

Хід роботи:

1. Підготувати есе на самостійно обрану тему в будь-якій формі та подати викладачеві. Зазначити, для якого ЗМІ, для якої аудиторії призначено матеріал.

2. Ознайомитися з есе інших студентів, обговорити досвід застосування технологій підготовки есе, звернути увагу на ідею матеріалу, його документальну основу, авторську позицію, використані мовні засоби.

19. НАРИС

Жанром, який можна вважати чи не віссю всієї групи художньо-публіцистичних жанрів журналістських творів, є нарис. Не випадково окремі дослідники, як уже зауважувалось, нарисовими називають більшість жанрів, зарахованих нами до художньо-публіцистичних.

Нарис – це художньо-публіцистичний жанр журналістського твору, в якому суспільно значуща тема розкривається в образній формі через переживання та ставлення до неї різних людей, зазвичай учасників чи свідків подій. Нарис має відповідати вимогам документальності, фактичності, об'єктивності.

Нарис як журналістський твір у класичному художньо-публіцистичному жанрі вибудовується за законами художньої літератури, з одного боку, і публіцистики, іноді науки – з іншого. Саме тому деякі дослідники інколи зараховують нарис і до групи аналітичних жанрів журналістики. Нарис споріднений з літературним жанром оповідання. Через це часто нарисом також називають оповідання, в основі якого лежить документальний сюжет.

Особливістю нарису є широке використання в ньому елементів художнього осмислення реальності: створення портретів героїв (причому не лише суто візуальних, але й психологічних), аналізу їхньої поведінки та зображення їх у дії, за допомогою розгорнутої мовної характеристики, використання вимислу й домислу, зображення пейзажів, інтер'єрів та екстер'єрів, наведення красномовних деталей.

Журналіст-нарисовець часто використовує творчі прийоми, що можуть ментально наблизити героїв до аудиторії, відчутти їх як тих, хто є «одними з нас», аргументовано схиляють читача до авторського бачення подій і проблем. У цілому ж сюжет нарису ґрунтується на публіцистичному конфлікті.

Публіцистичний конфлікт як основа нарису являє собою безпосереднє, адекватне відображення суперечностей соціальної дійсності у журналістському творі шляхом виявлення суспільно-політичної, економічної чи соціально-культурної основи, підтексту й обставин розгортання, причин, деталей і причино-наслідкових зв'язків цих суперечностей, прихованих від масової аудиторії.

Розрізняють такі **типи публіцистичних конфліктів**:

– **обставинні** (людина перебуває в боротьбі з природними та/або соціальними обставинами);

– **міжперсонажні** (людина перебуває в конфлікті з іншою людиною, колективом);

– **внутрішньопсихологічні** (людина бореться сама із собою – конфлікт між почуттями й розумом, правами й обов'язком, особистим і суспільним тощо).

За різними критеріями розглядають низку **видів нарисів**. Зокрема, за каналами поширення твору виокремлюють газетні (журнальні), а також радіо- та телевізійні нариси.

Для **газетного чи журнального нарису**, як правило, характерне образне подання подій, явищ, героїв, опис яскравих сцен і пряме цитування. Важ-

ливу роль у такому нарисі відіграє майстерність автора у використанні мовних засобів. Ілюструється цей нарис світлинами (зокрема, архівними) та малюнками.

У *радіонарисі* розповідь автора супроводжується відповідними шумами, звуковими ефектами, що відтворюють атмосферу подій, а також доповнюється документальними записами розповідей учасників подій, експертів. Важливою тут є композиція такого нарису, що може утримати увагу слухача. Зараз на окремих радіостанціях музичного формату практикують вкраплення матеріалів нарисового характеру – здебільшого це життєві історії відомих людей.

Телевізійний нарис може поєднувати документальні зйомки та реконструкцію подій, коментарі експертів у відповідних темі інтер'єрах чи на місці минулих подій, використовувати інші засоби для емоційного подання фактів, про які йдеться. Ознаки нарису мають окремі сюжети тележурналів або й цілі передачі, зокрема, пізнавальної, науково-популярної тематики.

За змістом і тематикою нариси поділяють на:

- «фізіологічний» (у центрі уваги такого твору – «фізіологія» суспільства, узагальнені соціальні образи, соціальні контрасти);
- портретний (головний герой такого твору перебуває, як правило, у складній, нестандартній життєвій ситуації);
- проблемний (в основі твору – проблемна ситуація як перешкода, яку долає герой/герої нарису);
- подорожній (у ньому описується й осмислюється побачене та відчуте автором під час подорожі).

«*Фізіологічний*» нарис як жанр виник на початку ХІХ ст. і був програмним жанром так званої «натуральної школи» письменників і публіцистів та концентрувався на висвітленні стану соціальних низів, буття пересічних людей. Для цього жанру характерне неприкрашене, буквальне відтворення фактів життя, подання узагальнених соціальних портретів людей різних професій, соціальних станів (лихвар, чиновник, жебрак, нянька, каторжник, та ін.), відтворення соціальних контрастів. «Фізіологічний» нарис по суті був спробою художньо-публіцистичного дослідження суспільства та прагненням застосувати популярні на той час досягнення природничих наук щодо класифікації явищ і процесів для систематизації соціальних типів.

Портретний нарис – це нарис, де основний акцент зроблено на характеристиках однієї особистості. Суть такої публікації полягає в необхідності дати читачеві, глядачеві чи слухачеві певне уявлення про конкретну людину. Традиційно в портретному нарисі прагнуть показати, яким цінностям служить герой, у чому бачить сенс свого життя.

У типовому портретному нарисі характер героя подається, як правило, в нетривіальній ситуації. Тому для автора тексту важливо виявити таку подію в житті героя, яка спричинила особливі труднощі, має драматичну колізію. У такій ситуації можна виявити найвиразніші особливості характеру героя, значущі з погляду досягнення поставленої мети. Портретний нарис створюється у результаті художньо-етичного аналізу особистості героя, що

спирається на дослідження різних її сторін (ментальної, моральної, інтелектуальної, творчої тощо).

Проблемний нарис – це нарис, де об'єктом опису стають проблеми, явища, факти реального життя. Предметом нарисів цього виду є певна проблемна ситуація, за розвитком якої журналіст стежить у своїй публікації. Проблема в такому нарисі постає зазвичай як перешкода, яку намагаються подолати цілком конкретні люди з їхніми достоїнствами та недоліками.

Підготовка проблемного нарису потребує від автора належного рівня компетентності у сфері діяльності, про яку йдеться, розуміння логіки, мотивів учинків людей, які долають проблему. Нарисовцю потрібне заглиблення в суть справи, що здатне привести його до точного розуміння тієї проблеми, яка лежить в основі досліджуваної ситуації, можливих шляхів її подолання та адекватно їх відобразити.

За особливостями логічної конструкції проблемний нарис може бути подібним до статті як аналітичного жанру. Це зумовлено насамперед домінуванням під час відображення проблемної ситуації дослідного підходу. Як і в статті, у проблемному нарисі журналіст має з'ясувати причини виникнення тієї чи іншої проблеми, визначити її подальший розвиток, виявити шляхи розв'язання. Водночас проблемний нарис можна відрізнити від проблемної статті за тим, що у нарисі розвиток проблемної ситуації не обтяжено описом статистичних закономірностей або аналізом експертних суджень, висновків, що властиво статті.

Дуже часто у нарисі ситуація розв'язується через конфлікт (або конфлікти), зіткнення інтересів людей. Досліджуючи ці конфлікти, їх розвиток, автор може з'ясувати суть проблеми. При цьому спостереження за розвитком конфлікту в нарисі супроводжується різноманітними переживаннями як героїв нарису, так і самого автора. Намагаючись осмислити суть того, що відбувається, журналіст часто послуговується асоціаціями, паралелями, відступами від теми. У нарисі – це звичайна справа, у проблемній статті вона недоречна.

Подорожній нарис – це різновид нарису, який становить опис певних подій, пригод, зустрічей з різними людьми, з якими автор стикається під час творчої поїздки, відрядження. Сюжет такого нарису зазвичай відображає послідовність цих подій, пригод, зустрічей, які і є змістом подорожніх нотаток і вражень журналіста.

На думку дослідників, подорожній нарис належить до найбільш ранніх форм медійних текстів, що позначили становлення журналістики і були чи не першими в художньо-публіцистичній літературі, а також на сторінках періодичної преси з моменту її виникнення.

З усіх нарисових форм подорожній нарис найбільше претендує на несподіваність, «авантюризм» сюжету, оригінальність чи навіть екзотичність образів, ситуацій, що загалом зумовлено характером підготовки цього типу журналістського твору і завданнями журналіста:

– описати особисті враження автора щодо населених пунктів, регіонів, країн, які журналіст відвідує, та їх жителів;

– розкрити особливості притаманні різним поселенням, державам, виявити характерні для них проблеми (соціальні, політичні, економічні, культурні тощо) і показати унікальні способи їх подолання;

– порівняти умови життєдіяльності людей у різних місцевостях тощо.

Автор може обрати різну *структуру нарису*, проте найпоширенішими є три:

1) *хронікальна* – побудова нарису відповідно до етапів розвитку явища, процесу, проблеми, про які йдеться, в часі чи періодами життя людини – героя цього твору (найхарактерніша для портретного та подорожнього нарисів);

2) *логічна* – побудова з опорою на логіку причинно-наслідкових зв'язків між явищами, процесами, проблемами, що характерно насамперед для проблемного нарису;

3) *вільна («есеїстична»)* – структура, що ґрунтується на складних асоціативних зв'язках та образних узагальненнях і може бути застосована у нарисах усіх видів.

Хронікальна структура нарису може передбачати *пряму та зміщену хронологію викладу*.

За дотримання прямої хронології викладу етапи розвитку предмета авторської уваги описуються по чергово, проте в цьому прихована й певна проблема – читачеві можуть бути не цікавими зайві подробиці. Тому слід робити акцент на найбільш яскравих, значущих, поворотних епізодах такої розповіді. Також слід виокремити головну сюжетну лінію нарису й чітко дотримуватись її, залишаючи поза текстом чи за кадром менш значні чи несуттєві деталі. У такий спосіб цей нарис отримає необхідну динаміку оповіді.

Зміщена хронологія викладу дає змогу авторові показати героя в різні періоди його життя чи продемонструвати хронологічно не пов'язані епізоди певного процесу. Зазвичай для цього використовують прийом швидкої зміни епізодів, до тексту нарису вкраплюються спогади героя чи самого автора, витяги з архівних документів або думки очевидців тощо. Завдяки цьому автор не просто описує перебіг подій, але й, зокрема, робить акцент на певних якостях, які виявляла людина у різні періоди свого життя, на типових причинах певної тривалої проблеми, що повторюються час від часу, тощо.

Також зміщена хронологія характерна для нарису, де головну сюжетну лінію поєднано з розповіддю про певну метаподію (проміжну, об'єднувальну подію) (наприклад, розповідь журналіста про його «шлях до героя нарису») може компонуватись безпосередньо з оповіддю власне цього героя та розповідями про нього інших людей, які трапляються журналістові на його шляху).

Логічна структура нарису ґрунтується на логічних схемах трьох типів: описовій, подієвій, поєднувальній.

Описова логічна схема характерна для портретних нарисів і замальовок. В основі цієї схеми – певна характерна риса особи чи явища, що виокремлюється автором, описується та аналізується.

У подієвій логічній схемі в центрі уваги перебуває певна подія, що мала вирішальний вплив на розгортання явища, про яке йдеться, чи життя

героя. Тут аналізується подія, її ознаки, наслідки, на підставі цього робляться висновки.

Поєднувальна логічна схема передбачає, що події та явища, які описуються, виступають ілюстрацією до основної тези нарису, що є центральним елементом.

Друга й третя із зазначених схем здебільшого застосовуються у нарисах-дослідженнях або аналітичних статтях.

Вільна структура нарису найзручніша для коротких художньо-публіцистичних творів (зокрема, замальовок) і залежно від мети матеріалу, задуму автора поєднує в різний спосіб елементи хронікальної та логічної структур.

Вільна структура передбачає вільне komponування, здебільшого на основі асоціативного (а не хронологічного чи логічного) зв'язку: опису подій і явищ як «картинок із життя» та образів; аналізу мотивів, причин і наслідків описаного; роздумів автора та/чи героя. Такі асоціативні зв'язки можуть ґрунтуватись на схожості подій чи явищ, вчинків людей, близькості чи аналогічності часового, соціокультурного контексту тощо. Найважливішим завданням автора при цьому буде побудова зазначених асоціативних конструкцій у такий спосіб, щоб потенційна аудиторія зрозуміла його думку і змогла «прочитати композицію».

Німецький журналіст Ф. Вольфф [10, с. 232] описує структуру нарису так: лід короткий, тема починається з тези. Теза діє як обіцянка читачеві, що він далі дізнається більше.

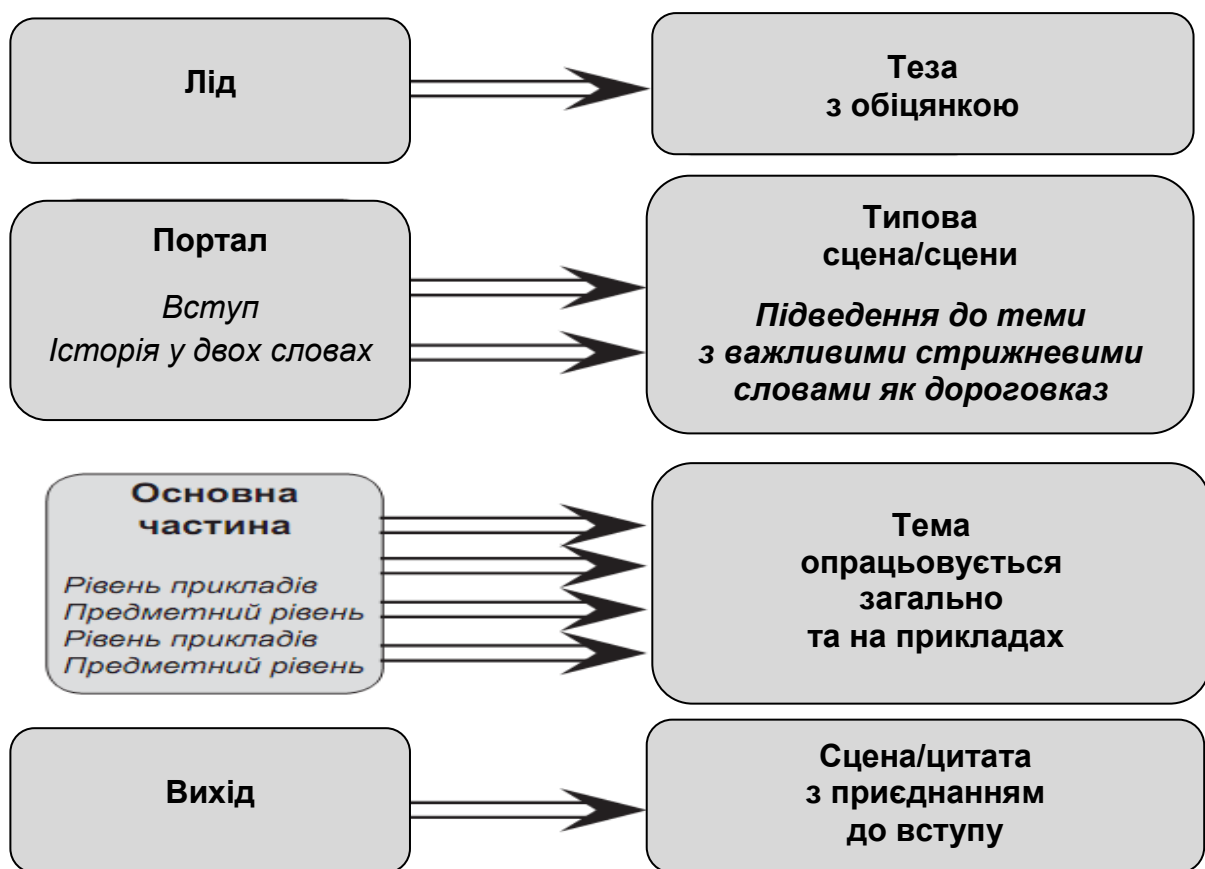


Рис. 19.1. Структура та зміст нарису [10, с. 232]

Типова сцена веде читача у вступі до пояснення теми та короткого огляду деталей. Цей відтинок називається порталом. Основна частина завжди складається з двох сюжетних ліній. Одна сюжетна лінія утворює предметний рівень, друга – рівень прикладів. На предметному рівні спокійно пояснюються тема або тенденція й описуються з підґрунтям і наслідками. На рівні прикладів читач сценічно і персоналізовано дізнається про те, що сюди підходить, в усякому разі наочно. Обидві сюжетні лінії чергуються між собою. Це чергування сюжетних ліній типове для нарису. Так ця форма зображення виконує свою функцію: наочно подавати абстрактні обставини справи чи предметні теми за допомогою типових ситуацій. Нарис завершується сценою або цитатою, яка безпосередньо пов'язана зі вступом [10, с. 232]



Приклад подання структурних блоків нарису

Володимир Грипась «Національний парк Сарек. У Заполяр'ї – по літо і сніг», «День», 14.11.2019 р.

➤ Вступ

ВІД СТОКГОЛЬМА ДО ЛАПЛАНДІЇ

«Залишивши позаду водну гладь Балтійського моря та незліченні прибережні острови, літак приземлився в аеропорту Арланда шведської столиці. Нетривалий прикордонний контроль, пред'явлення необхідних для в'їзду в Євросоюз документів, серед яких була і заповнена українською та англійською мовами маршрутна книжка, що засвідчила наші наміри, і група у складі семи туристів ступила на землю Королівства Швеція. (...)»

Попередня історія

«... Походу передувала копітка робота із забезпечення його успішного проведення. Адже район подорожі розташований за Полярним колом, і, за винятком кількох прокладених поблизу доріг одноденних туристських маршрутів, тут рідко можна зустріти людину. Тож будь-який прорахунок міг звести нанівець амбітні плани прокласти власний шлях у майже безлюдній і маловідомій для українських туристів частині світу. (...)»

➤ Приклади, деталі

«(...) І от – ще недавно така далека Швеція вже довкола нас. За 40 хв автобус домчав з аеропорту до залізничного вокзалу Стокгольма. До початку такої очікуваної подорожі ще залишилося два переїзди – потяжністю майже через усю країну до станції Єлліваре (приблизно 1150 км), й звідти автобусом до стартової точки походу – турбази Стура Шефаллет (приблизно

150 км). А поки що є кілька годин на знайомство зі шведською столицею. До її історичного центру – менше ніж півгодини пішки. Протягом трьох годин ми блукали старовинними вулицями та одягненими в граніт набережними, оглянули ззовні королівський палац, ратушу, королівську оперу та інші знакові споруди, захоплювалися вишуканою ліпниною придворної церкви та готичними інтер'єрами середньовічних костелів. А на нас вже чекали сидячі місця в нічному потязі та споглядання крізь білу ніч несходимих хвойних лісів, невисоких гір і зрідка – невеликих поселень. (...)»

ПЛЯЖНИЙ ПОХІД

«(...) ... Залишивши позаду останні острівці цивілізації, стежкою вийшли на згладжений давнім льодовиком кам'янистий пагорб. З нього на південь відкрилися безкрайні простори первісної природи, з якою нам доведеться безпосередньо контактувати протягом двотижневої подорожі. Значні озера і численні невеликі озерця з кришталево чистою водою та кам'янистими берегами чергувалися з хвойним рідколіссям і заростями карликової берези та верби, подекуди височіли відокремлені гори з білими плямами снігу. І майже на виднокраї проглядалися далекі гірські масиви з льодовиками та засніженими схилами. Такою є крайня північ Королівства Швеція, а саме – розташовані впритул один до одного, засновані 1909 р., національні парки Стура Шефаллет, Сарек і Падьеланта. (...)»

КРИЖАНИЙ ПОДИХ САРЕКА

«(...) Під палючим сонцем льодовики та сніжники інтенсивно танули, що істотно ускладнило переправи. Наступного дня, після кількох простих переправ убрид, уперлися в несамопитий каламутний потік широкої річки Гухкесйакка. Через неї перекинутий єдиний у цих місцях залізний підвісний міст. Вже зовсім близько «наші» гори. (...)»

➤ Вихід

«(...) Останнього дня походу повернулося літнє тепло. З сідловини спустилися до дамби і, перейшовши її, несподівано побачили перед собою високий паркан із металевих прутків і напис на жовтому тлі. Вихід закритий? Знову переправлятися човном? Прочитавши напис, полегшено зітхнули: прохід дозволено тільки для піших мандрівників. Остання ночівля була там же, де й перша, і така ж тепла. Тільки вночі вже з'явилися сутінки. Полярний день закінчувався, а разом з ним і похід ...».

Загальна технологія підготовки матеріалу в жанрі нарису передбачає: 1) вибір теми, що вже містить ознаки проблеми; 2) добір фактів, які дають змогу вибудувати публіцистичний конфлікт (залежно від виду нарису на цьому етапі автор спілкується з героєм та іншими особами, добирає архівні, статистичні, довідкові та інші матеріали, вирушає у подорож, опрацьовує відео- та аудіоматеріали тощо); 3) створення, структурування залежно від мети й виду майбутньої публікації тексту (сценарію), проведення необхідних відеозйомок, аудіозаписів та їх монтажу. В цілому процес створення нарису тривалий і потребує від автора належної попередньої підготовки, а також відповідного для втілення творчого задуму організаційного, фінансового, кадрового, технічного, технологічного забезпечення.



Поміркуйте!

Складіть план підготовки власного матеріалу в жанрі нарису.

- Який факт буде покладено в основу матеріалу?
- Які тези зазвичай ілюструють цей факт? Через які особистості, події, ситуації тощо зазвичай розкривають цей факт? Які емоції викликають?
- Якою буде мета написання вашого нарису? Що нового отримає аудиторія для себе з цього матеріалу?
- Яка особистість чи проблема будуть у центрі уваги вашого нарису? Який публіцистичний конфлікт буде покладено в основу?
- До якого різновиду нарисів можна буде зарахувати цей твір? Яку структуру для свого нарису оберете?



Висновки

□ Нарис – це художньо-публіцистичний жанр журналістського твору, в якому суспільно значуща тема розкривається в образній формі через переживання та ставлення до неї різних людей, зазвичай учасників чи свідків подій. Нарис відповідає вимогам документальності, фактичності, об'єктивності.

□ Нарис як журналістський твір у класичному художньо-публіцистичному жанрі вибудовується за законами художньої літератури, з одного боку, і публіцистики, почасти науки – з іншого.

□ В основі нарису лежить публіцистичний конфлікт, що являє собою безпосереднє, адекватне відображення суперечностей соціальної дійсності у журналістському творі через виявлення суспільно-політичної, економічної чи соціально-культурної основи, підтексту й обставин розгортання, причин, деталей і причинно-наслідкових зв'язків цих суперечностей, прихованих для масової аудиторії. Розрізняють обставинні,

міжперсонажні, внутрішньопсихологічні типи публіцистичних конфліктів.

□ За змістом і тематикою нариси поділяють на: «фізіологічні» (у центрі уваги такого твору – «фізіологія» суспільства, узагальнені соціальні образи, соціальні контрасти); портретні (головний герой такого твору перебуває, як правило, у складній, нестандартній життєвій ситуації); проблемні (в основі твору тут – проблемна ситуація як перешкода, яку долає герой/герої нарису); подорожні (у ньому описується й осмислюється побачене та відчуте автором під час подорожі).

□ Розрізняють три основних типи структури нарису: хронікальну (пряму та зміщену), логічну (описову, подієву, поєднувальну), вільну (есеїстичну).



Запитання для самоконтролю

1. У чому полягають жанрові особливості нарису?
2. Що таке публіцистичний конфлікт, його види?
3. Назвіть види нарису.
4. Які основні елементи становлять структуру нарису?



Рекомендована література

1. Вольфф Ф. Журналістика газет і журналів / Вольфф Ф. ; пер з нім. В. Климченка. – Вид. 2-ге, перероб. – К. : Центр вільної преси, 2017. – 377 с.

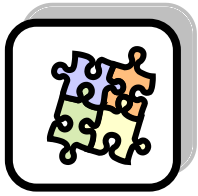
2. Лавриш Ю. Жанрова палітра нових медій: специфіка і креативність / Ю. Лавриш // Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика. – 2018. – Вип. 44. – С. 239–245.

3. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики : підручник / Лизанчук В. В. – К. : Знання, 2006. – 628 с.

4. Мой Д. Телевізійна журналістика / Д. Мой, М. Ордольфф ; за заг. ред. В. Ф. Іванова ; пер. з нім. В. Климченка. – К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. – 234 с.

5. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / В. Шнайдер, П.-Й. Рауе ; пер. з нім. В. Климченка ; за заг. ред. В. Іванова. – К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. – 358 с.

6. Шутяк Л. М. «Новий журналізм» у медійному дискурсі України: генеза та жанрово-стилістичні ознаки / Л. М. Шутяк: дис. канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 «Теорія та історія журналістики». – Дніпро, 2015. – 216 с.



Завдання до практичної роботи

Практична робота 19.1. Жанрові особливості та види нарису

Мета: закріпити набуті знання щодо жанрових ознак і структури нарису та виокремлення його видів.

Хід роботи:

1. Дібрати два приклади журналістських творів у жанрі нарису.

2. Виокремити і проаналізувати основні елементи, що характеризують жанрові особливості, структуру, видові ознаки кожного твору. Матеріали дослідження викласти у формі аналітичної записки та подати викладачеві.

3. Презентувати результати аналізу в аудиторії. Обговорити результати дослідження, отримані іншими студентами.

Практична робота 19.2. Нарис: технологія створення

Мета: закріпити набуті знання щодо технологій створення журналістського твору в жанрі нарису.

Хід роботи:

1. Підготувати нарис за самостійно обраною темою та подати викладачеві. Зазначити, для якого ЗМІ та для якої аудиторії призначено матеріал.

2. Проаналізувати нарис, підготовлений іншим студентом, за критеріями:

1) вид нарису, тема, основні структурні елементи;

2) сюжет, конфлікт, проблема;

3) мета, ідея матеріалу;

4) документальна основа нарису, використання домислу та вимислу;

5) авторська позиція;

6) мовні (зображальні, звукові) засоби;

7) оформлення, ілюстрації.

3. Презентувати результати аналізу в аудиторії. Обговорити досвід застосування технологій підготовки нарису.

20. САТИРА ТА ГУМОР У ЖУРНАЛІСТСЬКИХ ТВОРАХ. ФЕЙЛЕТОН

Сатиричні та гумористичні журналістські твори спрямовані на висміювання фактів дійсності, критику з метою привернення уваги до негативних явищ, рис, недоліків та їх подолання. Особливість цих творів у тому, що під час їх написання можуть застосовуватися стилістичні засоби для створення комічного ефекту, такі як: іронія, сарказм, гротеск тощо, неприйнятні в інформаційній та аналітичній журналістиці, де автор має прагнути до серйозності, нейтральності, беземоційності, коректності, справедливості та об'єктивності. Відмінність сатиричних і гумористичних творів між собою полягає в тому, що перші ґрунтуються на різкому, дошкульному висміюванні вад, хиб, негативних явищ дійсності, а другі – на зображенні чого-небудь у доброзичливо-глузливому, комічному вигляді. Проте іноді межа між сатирою й гумором стирається, часто це пов'язано як власне з авторською стилістикою, так і зі сприйняттям, оцінками аудиторії, її тлумаченням створених образів.

На відміну від споріднених літературних жанрів, журналістські сатиричні та гумористичні твори мають спиратись на достовірні факти й точні дані. Є такі жанри сатиричних і гумористичних журналістських творів: фейлетон, памфлет, карикатура, шарж, анекдот тощо. У сучасних українських медіа частка таких жанрів незначна, а окремі з них уже суттєво трансформувалися чи зникають.

Фейлетон – це художньо-публіцистичний жанр журналістського твору, в якому гумористичний (глузливо-доброзичливий) або сатиричний (різко дошкульний) опис певної ситуації, проблеми, явища, події, особи спонукає аудиторію змінити ставлення до них. Це може бути здійснено з метою формування несерйозного та/або негативного ставлення до цих осіб, явищ, подій, проблем, їх десакралізації (втрати ореолу святості), зміни іміджу тощо чи просто бажання розважити аудиторію. Автор фейлетону, створюючи образ негативного явища, події, героя, для їх осмислення має продемонструвати два найважливіших аспекти: показати їхню соціальну шкідливість, з одного боку, і розкрити їхню комічну сутність – з іншого.

Нині фейлетон є малопоширеним жанром в українських медіа. Як зауважує В. Павлів, в українській пресі немає штатних фейлетоністів, немає традиції, а відтак, і читацька аудиторія не привчена, тобто не надто знає, що таке журналістський фейлетон і як його відрізнити від популярних останнім часом «авторських колонок». У європейській же практиці це поняття, хоч і має відмінне значення від нашого, все ж є майже в усіх видах ЗМІ, включно з інтернет-медіа. Відповідно, поширеною і престижною на Заході є також спеціалізація фейлетоніста, який має свою постійну рубрику в періодичній пресі. Таке почесне місце у демократичному світі журналістський фейлетон завойовував собі послідовно і вперто, незважаючи на зміни політичних систем і суспільних трансформацій [60, с. 161–162].

Вирізняють такі види фейлетонів, як: фейлетон-стаття, фейлетон-нарис, фейлетон-замальовка, фейлетон-кореспонденція, фейлетон у формі ділових паперів (комічний протокол, наказ, заява, скарга тощо), фейлетон-п'єса та ін. Як уже зазначалось, таке своєрідне «маскування» під форму іншого жанру часто також є засобом творення комічного ефекту.

Фейлетон як складний художньо-публіцистичний жанр ґрунтується на глибокому аналізі певного факту, проте аудиторії подає досягнуті висновки не в раціональній, а в емоційно забарвленій формі. Якщо, наприклад, коментар схиляє аудиторію до певної думки, то фейлетон викликає асоціації, якщо стаття аргументує, то фейлетон провокує, якщо рецензія містить обґрунтовану критику, то фейлетон використовує іронічні «шпильки».

Фейлетону, як і нарису, властиві два способи типізації: збірний і вибірко-вий. У першому випадку у вигаданому персонажеві (події) виявляються ознаки певного типу соціальної поведінки, характеру або явища. У другому – в реальному, одиничному персонажеві або дії виявляються риси й властивості, що належать певному типу людей або подій. Проте в обох випадках факти й ситуації перетворюються на систему художньо-публіцистичних образів.

Структурно фейлетон зазвичай починається з певного, на перший погляд, зовсім не смішного факту, а потім веде читача до «фінальної родзинки», яка викликає сміх. При цьому первинне повідомлення не списується слово в слово, а переказується в елегантній формі.

Ключове завдання автора під час написання фейлетону – загострити опис факту, зробити його смішним або ж поєднати з абсурдними асоціаціями та аналогіями, перетворивши на гротеск, знайти таку «родзинку». Вийти на смішний фінал можна завдяки як креативності, так і систематичній пошуковій роботі. Для цього можуть застосовуватись такі прийоми, як гра зі словами, пошук паралелей в історії та літературі, екстраполяція події на інші обставини тощо.

Залежно від потреби, теми, ступеня категоричності автора у висміюванні того чи іншого об'єкта фейлетон стоїть між сатирою й гумором. Стилистичними засобами, що потрібні авторові для створення комічних акцентів у фейлетоні, можуть бути:

– оксюморон – поєднання протилежних понять («трагічна комедія», «застаріла інновація», «прогресивне гальмо»);

– гіперболізація – перебільшення («блискавично прибув до столиці», «завдяки титанічним зусиллям у дворі посадили одне дерево»);

– літота – применшення, спрощення («маленький диктатор», «примітивний суперкомп'ютер», «протокольчик»);

– гротеск – надмірне перебільшення або применшення зображуваного у поєднанні з різкими контрастами, сполученням реального з фантастичним, трагічного з комічним («офісний дракон», «веселі поминки», «світова прем'єра вуличного масштабу» тощо);

– відчуження, коли мова не відповідає фактичним обставинам (наприклад, фейлетон про суспільні проблеми викладено мовою медичного діагнозу, казки тощо);

- каламбури, навіть з обігруванням власних імен, що межує з етичними нормами («канцлер Азіров», «янучари»);
 - парадокси і нонсенс, коли протилежне чи безглузде подається як серйозне («якщо лизнути на морозі холодне залізо, то проблема одразу актуалізується безпосередньо перед вашим носом»);
 - побудова сатиричного ряду, коли, наприклад, злі речі, що суперечать одна одній, ставляться в один ряд («на старих людей чекає багато роботи – вони можуть написати книжку або купити собі хліба»);
 - іронія як прихована насмішка, глум.
- Зазвичай фейлетон ілюструється карикатурою чи фотоколажем («фотожабою»).



Приклад фейлетону

«Це ж як треба красти, щоб перетворити Україну на найбільшійу країну Європи?»
Андрій САДОВИЙ,
мер м. Львова.

Спершу про несподіваний для однієї української сім'ї поворот у дуже драматичній, ба, швидше трагічній історії.

...Живе собі в далекій Італії чоловік. Італієць, звісно. Уже в доволі поважному віці, дотепний, веселий, працьовитий і – про це ми, українці, довідалися перегодом – з доброю, щирою, чуйною душею.

І цілком випадково з радіо- чи телепередачі довідався італієць про те, що в незнайомій йому Україні може загинути від тяжкої хвороби дитина – хлопчиночка. А коштів на складне лікування у сім'ї катма.

І стало італійцеві боляче на серці за того фактично приреченого малючка. І що він зробив? Став збирати поміж своїх земляків необхідну суму. Й увяв'їть – зібрав! Причїм – дуже оперативно.

А порятувала дитинча турецька медицина. Чуєте, братове? Турецька! Не своя, не наша. Дивуватися не доводиться. У нас же йдуть суцільні реформи. Просто огого! Тільки задом наперед. А може, й задом назад...

Недавнечко рятувальник-італієць приїздив в Україну. Я бачив його на телеекрані. Радів за нього і за те хлоп'я, якому він подарував майбутнє.

А тепер розширимо, сказати б, діапазон теми.

Скільки вже стоїть (чи краще – стирчить) посеред Європи незалежна Україна? Ага, майже двадцять вісім років. Та за такий термін незабутній Микита Хрущов збирався побудувати подвійний комунізм. Щоправда, вийшов подвійний пшик.

Ну, а в нас що побудувалося? Злодійська у своїй верхівці мільярдська структура з народом, який частково батракує по світу, а той, що не батракує, веде злиденне, жебрацьке животіння. І це – на фактично найбагатшій у тому ж світі землі.

І тому, братове, не дивно, що у цього народу стільки хворих, знедолених дітей. Українська преса, радіо- і телеб'їр переповнені відчайдушними, сповненими слїз і болю благаннями нещасних батьків допомогти назбирати грошей на лікування своїх хворих нащадків. Никають ці батьки, де тільки можуть, аби зберегти в душах бодай отакусінку надїю на чийсь благодїйництво, на чийсь безкорисливу поміч...

Я ж у зв'язку з усім оцим жахом не можу не згадати ще ТЕ повоєнне дитинство. Довелося мені у ті малі роки лікуватися кілька разів у протитуберкульозному закладі. Це не обійшлося моїм папці й мамці у жодну копійку. А це була і одна болюча хірургїчна операція. Теж, звісно, безплатна. Сім'я ж наша нічим не відрїзнялася од усіх інших сімей.

Чому ж нинїшні верховоди України не поспїшають розкривати свої лантухоподібні гамани заради майбутнього країни – дітей? Га, братове? Чи не тому, що то не їхні власні діти, а тому їм – можновладцям – глибоко чхати і на тих хворих малюч, і заразом на державу, котра їм потрібна тільки для наживи.

А чи є вона взагалі сьогодні у нас – ДЕРЖАВА? Із її соціальними функціями?!

Володимир ЧЕПІГА.

А ДЕРЖАВА ДЕ?!

Фейлетон, ілюстрований карикатурою,
у журналі «Перець» (2019, № 2)



Поміркуйте!

Складіть план підготовки власного матеріалу в жанрі фейлетону

- Який факт буде покладено в основу матеріалу?
- Які емоції зазвичай викликає цей факт в аудиторії?

Які образи з ним асоціюються?

➤ Якою буде мета написання вашого фейлетону? Що нового отримає аудиторія для себе з цього матеріалу? Яка особа, подія, ситуація будуть висміяні в матеріалі?

➤ Які стилістичні засоби використає під час написання фейлетону? До якого виду фейлетонів його можна буде зарахувати?

Памфлет – це суто сатиричний жанр публіцистики різко викривального характеру, в якому сатира переростає в сарказм, цілковите заперечення предмета відображення. Для памфлету характерні такі риси, як злободенність, документалізм, обрання для викриття значного суспільного явища (важливої соціальної події, відомого державного або громадського діяча). Зазвичай памфлетисти навіть порушують загальноприйняті етичні норми, адже метою такого твору є не стільки переконування аудиторії, скільки пропаганда, насадження єдиної думки, досягнення максимального ступеня негативного сприйняття об'єкта критики цільовою аудиторією.

Спорідненим з памфлетом сатиричним жанром німецької журналістики є такий сатиричний жанр, як **глоса**. Цим терміном позначають, як правило, короткі саркастичні, в'їдливі, іронічні коментарі щодо актуальних подій, явищ. Особливістю глоси є гостра форма аргументації та концентрація на конкретному аспекті явища, яке висміюється. У пресі глоса подається на сторінці актуальних новин чи на першій полосі та являє собою оперативну гостру реакцію редакції видання на подію. В українській журналістській практиці іронічні коментарі представлені лише як елементи авторських колонок, фейлетонів, сатиричних телерадіопрограм.

Анекдот – це невеликий за обсягом гумористичний чи сатиричний твір, у якому висміюються, критикуються певні факти дійсності. Найчастіше анекдоти подаються як фольклорні твори, автор яких невідомий. Проте насправді жанр анекдоту також використовують реальні автори для оперативного реагування на актуальні суспільні події, резонансні вчинки людей тощо (наприклад, політичні анекдоти). Жанр анекдоту дає змогу вкласти певні судження автора в уста народних (літературних) героїв, наблизивши у такий спосіб власні міркування, акценти до широкої аудиторії. За тематикою розрізняють політичні, побутові анекдоти, анекдоти на професійні теми.

Близьким до жанру анекдоту є також жанр бувальщини – смішної, іноді повчальної, життєвої історії, герої якої відомі персонажі: політики, воєначальники, творча інтелігенція. Іноді бувальщини називають історичним анекдотом. Бувальщини, як і власне анекдоти, автори статей, нарисів, фейлетонів часто використовують і як елементи цих творів.

На практиці у медіа часто публікуються авторські добірки анекдотів. За мотивами анекдотів також можуть створюватись карикатури.

У сучасних медіа поширені такі візуальні журналістські твори сатиричних і гумористичних жанрів, як карикатура, шарж, «фотожаба». Їх публікують і як ілюстрації до текстових дописів, у тому числі необов'язково сатирично-гумористичних жанрів, і як окремі матеріали.

Карикатура – це гротескне мальоване зображення явища, події, людини, які висміюються. Карикатура може публікуватись як самостійний твір чи ілюстрація до текстового матеріалу. Карикатури є популярним жанром у європейській пресі. Зазвичай карикатури становлять основний візуальний контент у сатирико-гумористичних виданнях, таких як «Charlie,

«Hebdo» (Франція), «Nebelspalter» (Швейцарія), «Jyllands-Posten» (Данія), «Перець», «ПІСТОН» (Україна) тощо. Регулярно проводяться міжнародні конкурси художників-карикатуристів.



Приклад карикатури



Карикатура у журналі «Перець» (2019, № 2)

Шарж – це зазвичай портретний малюнок, в якому в цілому зберігається подібність з об'єктом зображення, проте окремі частини тіла суб'єкта подаються гіпертрофовано, що підкреслює, висміює окремі його риси і створює комічний ефект. Розрізняють дружні та сатиричні шаржі. На дружніх шаржах людину зображають доброзичливо, з м'якою іронією. Дружній шарж, зокрема, може бути ілюстрацією до інтерв'ю, портретного нариса чи привітання (див. приклад). Подібно до жанру автопортрета існує жанр автошаржу.



Приклад шаржу



Дружній шарж у журналі «Перець» (2019, № 2)

«**Фотожабою**» називають різновид фотоколажу, композиції гумористичного чи сатиричного змісту, що створюється шляхом монтажу за допомогою графічного редактора із застосуванням спеціальних ефектів комп'ютерного дизайну. За основу «фотожаб» зазвичай беруть актуальні фотографії з новин, випадкові фото, стоп-кадри документального чи ігрового відео, на які накладаються власне «жаби» – несправжні для даного контексту фото, інші зображення.

«Фотожаби» як жанр комічних творів з'явилися у соціальних мережах. У медіа їх використовують як ілюстрації до журналістських матеріалів.



Висновки

□ Фейлетон – це художньо-публіцистичний жанр журналістського твору, в якому гумористичний (глузливо-доброзичливий) або сатиричний (різко дошкульний) опис певної ситуації, проблеми, явища, події, особи спонукає аудиторію змінити ставлення до них. У такий спосіб формується несерйозне та/або негативне ставлення до цих осіб, явищ, подій, або ж аудиторія отримує просто розвагу.

□ Памфлет – це суто сатиричний жанр публіцистики різко викривального характеру, в якому сатира переростає в сарказм, цілковите заперечення предмета зображення. Для памфлету характерні такі риси, як злободенність, документалізм, обрання для викриття значного суспільного явища (важливої соціальної події, відомого державного або громадського діяча).

□ У сучасних медіа також поширені такі візуальні журналістські твори сатиричних і гумористичних жанрів, як карикатура, шарж, «фотожаба». Їх публікують і як ілюстрації до текстових дописів, і як окремі матеріали.



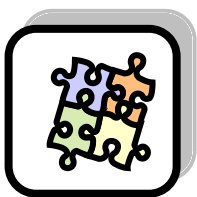
Запитання для самоконтролю

1. Назвіть загальні ознаки сатиричних та гумористичних журналістських творів.
2. Основні жанрові ознаки фейлетону. Які існують різновиди фейлетонів?
3. Які основні жанрові ознаки памфлету?
4. Назвіть сатиричні й гумористичні візуальні журналістські твори?



Рекомендована література

1. Вольфф Ф. Журналістика газет і журналів / Вольфф Ф. ; пер з нім. В. Климченка. – Вид. 2-ге, перероб. – К. : Центр вільної преси, 2017. – 377 с.
2. Грачківська О. Жанр анекдота на шпальтах газети «Україна молода» / О. Грачківська // Український інформаційний простір. – Вип. 4. – 2019. – С. 89–98.
3. Зикун Н. І. Жанрова репрезентація сатиричної журналістики: уточнення наукових підходів / Н. І. Зикун // Наукові записки Інституту журналістики. – 2015. – Т. 61. – С. 83–90.
4. Мой Д. Телевізійна журналістика / Д. Мой, М. Ордольфф ; за заг. ред. В. Ф. Іванова ; пер. з нім. В. Климченка. – К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. – 234 с.
5. Павлів В. Журналістський фейлетон в Інтернеті: можливості та загрози / В. Павлів // Теле- та радіожурналістика : зб. наук. праць. 2013. – Вип. 12. – С. 161–265.
6. Темченко Л. В. Змістовні та формотворчі особливості європейської політичної карикатури / Л. В. Темченко // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Соціальні комунікації». – 2017. – Вип. 17. – С. 123–128.
7. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / В. Шнайдер, П.-Й. Рауе ; пер. з нім. В. Климченка ; за заг. ред. В. Іванова. – К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. – 358 с.



Завдання до практичної роботи

Практична робота 20.1. Фейлетон як художньо-публіцистичний жанр журналістики: ознаки і технології підготовки

Мета: закріпити набуті знання щодо жанрових особливостей фейлетону.

Хід роботи:

1. Ознайомитись із наведеним та/або іншими прикладами журналістських матеріалів у жанрі фейлетону. Звернути увагу на структуру твору, засоби створення комічного ефекту.

2. Підготувати фейлетон на самостійно обрану тему та подати викладачеві. Зазначити, для якого ЗМІ, для якої аудиторії призначено матеріал.

3. Ознайомитися з фейлетонами, написаними іншими студентами, підготувати коротку рецензію на один із них. Обговорити досвід застосування технологій підготовки фейлетону, звернути увагу на ідею матеріалу, його документальну основу, авторську позицію, використані мовні засоби й творчі прийоми створення комічного ефекту, етичні аспекти, вид фейлетону.

Практична робота 20.2. Візуальні журналістські твори сатиричних і гумористичних жанрів

Мета: закріпити набуті знання щодо жанрових особливостей візуальних журналістських творів сатиричних і гумористичних жанрів.

Хід роботи:

1. Дібрати опубліковані у ЗМІ карикатуру, шарж, «фотожабу».

2. Проаналізувати дібрані матеріали, звернувши увагу на їх жанрові ознаки, документальну основу, використані засоби і творчі прийоми створення комічного ефекту, етичні аспекти. Результати дослідження оформити як аналітичну записку та подати викладачеві.

3. Обговорити в аудиторії результати виконання роботи іншими студентами. Звернути увагу на місце й роль таких творів у сучасних медіа.



Приклад фейлетону

Сповідь поштової скриньки

Отже, почнемо! Коли ми дочитаємо цю розповідь до кінця, то будемо знати більше, ніж тепер. А тим часом, був собі один лихий троль, злючий-презлючий, наче сам чорт! Але якось і він перебував у чудовому гуморі, бо зробив собі дзеркало, у якому все добре й прекрасне здавалося гидким, а все негідне й погане виглядало прекрасним.

І в тому дзеркалі він вирішив провести експеримент. Поставив навпроти звичайну поштову скриньку і ... Лишенько, який жах стався! Колись лискуча синя шафка з дверцятами

для різних абонентів перетворилася на гідке іржаве каченя, яке лякало всіх перехожих і листонош «роззяпленими» отворами та мокрими від дощу газетами ...

Лихий троль радісно потер руки і перетворив це бридке зображення на реальність. В усіх містах і селах Волинської області.

Тим часом у великому місті мешкало двоє бідних дітей. Хлопчик і дівчинка дуже любили бігати в гості одне до одного по даху й сидіти на маленьких стільчиках під трояндами. Там вони так гарно гралися! Та взимку ці розваги припинилися.

Бабуся розповідала дітям про Снігову Королеву, яка пролітає вулицями міста й заглядає у вікна, – від того вони вкрийються крижаними візерунками, наче квітами.

– А Снігова Королева може зайти сюди? – спитала якомсь дівчинка.

– Нехай спробує! – відказав хлопчик. – Я посаджу її на нову поштову скриньку, і вона розтане!..

– Дуже добре! – відповіла бабуся. – Може, тоді суцільне чортовиння з поламаними поштовими скриньками припиниться?

Мужній хлопчик Кай вирішив піти прямісінько до Снігової Королеви, щоб допомогти і бабусі, й усім мешканцям міст і сіл, які втратили колись гарні та справні поштові скриньки. А чому це сталося?

Звичайно, не лихий троль перетворив їх на купи металобрухту. Пошта, яка ними опікувалася, скинула з себе зайвий тягар і відмовилася від експлуатації. Місцеві чиновники погано вчилися в початковій школі, тому як слід не вміють ні читати, ні писати. Відтак, їм ні листи, ні газети з журналами зовсім не потрібні. Як поштові скриньки, від яких відцуралися ...

Маленький Кай, сам того не помічаючи, з холоду аж посинів, потрапивши в полон Снігової Королеви в Крижаному Палаці. Поцілунки холодної жінки зробили його нечутливим до морозу, а його серце перетворилося на крижинку. Кай мудрував над плескатими гостроокими крижинами, складаючи з них різні фігури й слова. Проте він ніяк не міг скласти слова, яких йому особливо хотілося – «Поштова скринька». Адже Снігова Королева сказала: «Коли ти складеш ці слова, то станеш сам собі господар, і я подарую тобі увесь світ і новенькі ковзани». Та це слово ніяк йому не давалося ...

Тоді Герда, яка прийшла в Крижаний Палац на порятунок братика, заплакала, і її гарячі сльози впали йому на груди. Вони пронизали його до самого серця й розтопили крижану скалку чарівного дзеркала, змайстрованого лихим тролем.

Хлопчик ожив! І промовив: «Поштова скринька!».

Ураз палац Снігової Королеви рухнув. Зник у безвість і лихий троль.

Потім Кай із Гердою покрокували додому, на Волинь, тримаючись за руки. І там, де вони проходили, розквітали квіти й зеленіла трава ... Там начальники з пошти і сільради (а до них прийшли й мери міст) нарешті зібралися за круглим столом та вирішили, хто виготовлятиме нові поштові скриньки, хто ремонтуватиме старі і хто, нарешті, допоможе бабусі Кая і Герди, як і десяткам тисяч інших людей, отримувати листівки, листи і передплачені журнали з газетами цілими і неушкодженими.

За мотивами казки Ганса-Крістіана Андерсена «Снігова Королева» записав

Дмитро ЗАБАЛКАНСЬКИЙ.



На фото автора і Театру ексцентрики «Buffet»: сучасні мотиви «Снігової Королеви»; нещасні поштові скриньки (на фото зображені розбиті та поржавілі поштові скриньки – В. Д.)

Від автора. Ця новітня казочка насправді – суцця правда. Разом із «другими софетами» в безвість відійшла система поштового зв'язку, яка замикалася на поштові скриньки біля кожної волинської оселі. Виявилось, що нині ніхто не опікується ними: ні пошта, ні влада, ні майдан, ні антимайдан. От і бовваніють іржаві сині конструкції на наших вулицях як німий докір безгосподарності й безвідповідальності. Доти, доки їх узагалі не відправлять на металобрухт?

(«Волинська газета»)

ГЛОСАРІЙ

Актуальність журналістського твору – властивість, що охоплює три виміри: часовий (проміжок між подією і повідомленням про неї не перевищує часу власне потенційного чи реального впливу події на аудиторію); соціальний (виявляється у ступені новизни і значущості повідомлення для цільової аудиторії та силі впливу на неї); об'єктивний (ступінь відповідності змісту повідомлення реальності). Має особливу важливість для журналістських творів інформаційних жанрів. Розрізняють щоденну, латентну, удавану, календарну, самостворену актуальність журналістського твору.

Акційна журналістика – редакційні акції, спрямовані на: 1) розширення взаємодії з аудиторією (творчий конкурс для слухачів радіостанції, читацький рейтинг представників певної професії – кращий учитель, лікар, водій автобуса тощо); 2) популяризацію власне ЗМІ («День газети», «Відкрита студія на головній площі міста», благодійний марафон та ін.); 3) створення ексклюзивних матеріалів (здебільшого інформаційних жанрів) в оригінальний спосіб (вуличне інтерв'ю на певну тему, рольовий репортаж відкритого чи замаскованого репортера тощо). У такий спосіб штучно створюються ефекти новизни, важливості журналістського твору для аудиторії, а також зацікавленості конкретним матеріалом чи всім ЗМІ.

Анекдот – невеликий за обсягом гумористичний чи сатиричний твір, у якому висміюються, критикуються певні факти дійсності. Зазвичай анекдоти подаються як фольклорні твори, автор яких невідомий. Проте насправді жанр анекдоту також використовують реальні автори для оперативного реагування на актуальні суспільні події, резонансні вчинки людей тощо. Жанр анекдоту дає змогу вкласти певні судження автора в уста народних (літературних) героїв, наблизивши таким чином власні міркування, акценти до широкої аудиторії. Розрізняють політичні, побутові анекдоти, анекдоти на професійні теми.

Анкетування – спосіб отримання певної сукупності відповідей на визначені запитання через опитування з використанням анкети. Передбачає створення анкети, її поширення, збирання результатів та їх опрацювання. Може застосовуватись під час створення журналістських творів аналітичних жанрів.

Анонс – інформація про майбутні події, може бути різновидом замітки.

Аргументи – думки, істинність яких уже встановлена раніше і які можуть бути використані для обґрунтування істинності чи хибності певного положення.

Аудиторія ЗМІ – масова кількісно не визначена і якісно неоднорідна сукупність споживачів (читачів, слухачів, глядачів) медіапродукту. Виокремлення цільової аудиторії конкретного ЗМІ чи окремого матеріалу уможливорює максимально уточнити демографічні та соціокультурні характеристики цієї групи споживачів. Окремі цільові аудиторії можуть віддавати перевагу повідомленням лише у певних журналістських жанрах.

Бекграунд – деталі, подробиці, додаткова інформація про явище чи подію. Є складовою журналістських творів практично всіх жанрів.

Бесіда – жанр журналістського твору, в якому, на відміну від інтерв'ю, журналіст є активним суб'єктом: веде дискусію зі співрозмовником, аналізує та коментує сказане тощо. Найчастіше застосовується як жанр телевізійної та радіожурналістики. Бесіда може бути представлена у формі діалогу чи полілогу, зокрема у форматі «круглого столу».

Важливість журналістського твору – властивість твору, зумовлена характером сприйняття цільовою аудиторією повідомлення про те: чим аудиторія повинна керуватися в житті та професійній діяльності; що може бути орієнтиром для аудиторії; що потрібно самій аудиторії для ухвалення певних життєвих рішень, аналізу й оцінювання явищ і процесів, її життєвого середовища тощо. Має бути притаманна журналістським творам усіх жанрів, є одним із критеріїв прийнятності твору для аудиторії.

Група жанрів – родові поняття у жанровій системі, характеризується спільними принципами формальної організації творів, використанням творчого інструментарію, методами відображення реальності.

Дайджест – добірка матеріалів на певну тему або уривків із них, зібраних із різних джерел, а також формат ЗМІ, який складається з найцікавіших матеріалів, опублікованих іншими ЗМІ. Під час створення матеріалів у деяких жанрах (зокрема, інтерв'ю, огляд) може використовуватись метод дайджесту.

Дискусія – форма публічного обговорення певної теми, коли кожна сторона, опонуючи протилежній, аргументує власну позицію. Можлива форма підготовки матеріалу в жанрі бесіди.

Дифузія жанрів – явище змішання різних жанрів, їх гібридизації, навмисного використання у стійкому сполученні, властивому стилю певного журналіста або медіа.

Ексклюзивний матеріал – журналістський матеріал, що публікується на основі виключного дозволу джерела інформації саме у певному ЗМІ. Найчастіше стосується матеріалів у жанрі інтерв'ю, репортажу, коментарю, авторської статті чи колонки.

Есе (есеї) – невеликий за обсягом журналістський твір художньо-публіцистичного жанру з вільною композицією, в якому висловлено індивідуальні враження та думки автора щодо певної теми, події, явища.

Жанр журналістського твору – відносно стійкий історично сформований тип журналістського твору зі спільними формальними, структурними та змістовними властивостями, що зумовлені соціокомунікативними функціями цього твору, способами відображення в ньому реальності й характером ставлення до неї автора.

Жанрова модель ЗМІ – певна структурована у досить сталій упродовж окремого проміжку часу пропорції сукупність журналістських жанрів, у яких створено матеріали цього ЗМІ.

Жанрова палітра журналіста (засобу масової інформації, різновиду ЗМІ) – сукупність виражальних засобів, якими володіє автор, колектив авторів конкретного мас-медіа, що дають змогу створювати журналістські твори певних жанрів.

Жанрова система журналістики – структурована та історично зумовлена сукупність жанрів журналістських творів, пов'язаних ієрархічними взаємовідносинами «рід – жанр – жанровий різновид».

Жанрова структура засобу масової інформації – сукупність жанрів, у яких створено матеріали цього ЗМІ, що відповідає певній жанровій моделі.

Жанрова структура твору – побудова твору, що відповідає усталеним для певного жанру вимогам.

Жанровий різновид – тип журналістського твору, який відповідає спільним формальним, структурним та змістовним властивостям певного жанру, проте має окремі типові особливості з огляду на конкретну комунікативну ситуацію, соціокомунікативні функції цього твору, способи відображення в ньому реальності й характер ставлення до неї автора.

Журналістське розслідування – метод створення журналістського твору, а також жанр самого журналістського твору, що з'являється у такий спосіб і спрямований на розкриття суспільно важливих фактів, що з тих чи інших причин були кимось свідомо приховані й для отримання яких необхідно було провести певну розслідувальну та аналітичну роботу. Найчастіше подається у жанрі статті, репортажу, теле- чи радіопередачі.

Журналістський твір – продукт творчої діяльності журналіста, що є об'єктом авторського права, створений на основі певної концепції у процесі пізнання та публіцистичного відтворення дійсності з використанням відповідних форм і засобів, призначений для опублікування у засобах масової інформації. Може бути поданий як текст, зображення, звуковий чи аудіовізуальний твір.

Замальовка – невеликий за обсягом твір художньо-публіцистичного жанру, в якому стисло розповідається про окремий факт та його сприйняття автором з метою зафіксувати факт засобами художньої публіцистики, сформулювати в аудиторії певний настрій, спонукати до вияву емоції щодо факту. На означення творів цього жанру вживаються також терміни «зарисовка», «етюд».

Замітка – найпростіший жанр оперативного повідомлення, якому властиві: відносна стислість у поданні новини, лаконічність, точність і зрозумілість для масової аудиторії. За змістом може набувати таких різновидів: подієва замітка, замітка-анонс, замітка-анотація, замітка-міні-рецензія, замітка-міні-огляд, замітка-міні-історія, замітка-міні-порада.

Звіт – жанр журналістського твору, що являє собою інформаційне чи інформаційно-аналітичне повідомлення про перебіг публічного заходу (події), в якому брала участь певна група людей, котрі обговорювали та/або вирішували суспільно важливі питання, виконували іншу публічну

діяльність, що становить суспільний інтерес. Може містити елементи коментарю журналіста, а також поряд із викладом промов, реплік – елементи аналізу, оцінки. Переважання інформаційної чи аналітичної складової у звіті є підставою виокремлення інформаційних та аналітичних звітів.

Звіт аналітичний – жанровий різновид звіту, що передбачає аналіз висловленого чи зробленого під час відповідного заходу чи низки подібних заходів. Має такі підвиди: тематичний звіт (зосереджується на головній темі, пов'язаній із подією) та проблемний звіт (зосереджується насамперед на проблемі, яка виявилась чи була виявлена автором на підставі побаченого й почутого під час події).

Звіт інформаційний – жанровий різновид звіту, що передбачає суто виклад змісту висловленого чи зробленого під час відповідного заходу. Має такі підвиди: хронікальний звіт (містить оперативний стислий виклад перебігу події, висловлених думок, що передають головну суть події); повний інформаційний звіт (розповідь про всі вузлові епізоди події, всіх дійових осіб, зміст виступів); розгорнутий інформаційний звіт (передбачає максимально детальний варіант викладу події, подання повних текстів промов, інших висловлювань, опис учасників, наведення подробиць, пов'язаних із кожним фрагментом події).

Інтерв'ю – жанр журналістського твору у формі запитань і відповідей, розмова з однією чи декількома особами з певних актуальних, суспільно значущих питань, а також метод отримання інформації шляхом постановки запитань і отримання відповідей. Інтерв'ю може публікуватись як окремих твір, а також як складова творів інших жанрів. Розрізняють інформаційне та аналітичне інтерв'ю. Інформаційне інтерв'ю може мати низку жанрових підвидів, а саме: інтерв'ю-факт (власне інформаційне інтерв'ю), інтерв'ю-анкета, бліц-опитування, протокольне інтерв'ю, прес-конференція («круглий стіл»), інтерв'ю-дайджест, веб-конференція (чат), флеш-інтерв'ю.

Інтерв'ю аналітичне – жанровий різновид інтерв'ю, в якому у формі запитань і відповідей журналіст разом зі своїм співбесідником аналізують певний факт як проблему, знаходять та обґрунтовують шляхи її розв'язання. Аналітичне інтерв'ю може мати кілька жанрових підвидів: інтерв'ю-міркування, інтерв'ю-думка (проблемно-аналітичне інтерв'ю), портретне інтерв'ю.

Інфографіка – форма візуалізації інформації у вигляді схем, графіків, карт, анімованих зображень тощо. Застосовується здебільшого для ілюстрування матеріалів аналітичних та інформаційних жанрів, проте може публікуватись і як окремих самостійний матеріал.

Інформативність журналістського твору – властивість твору, що характеризується завершеністю повідомлення, якісно й кількісно подає факт з урахуванням його значущості для цільової аудиторії, новизни, актуальності. Має бути притаманна журналістським творам насамперед інформаційних та аналітичних жанрів.

Карикатура – візуальний мальований твір, у якому гротескно зображені явища, події, люди, котрі висміюються. Карикатура може публікуватися як самостійний твір чи ілюстрація до текстового матеріалу.

Колаж – метод створення і жанр візуального художньо-публіцистичного твору, що являє собою поєднання на одній площині фрагментів різних зображень (світлин, малюнків). Здебільшого використовується як ілюстрація до текстового матеріалу, але може бути подано і як окремий твір.

Колонка (авторська, редакційна) – жанр журналістського твору, в якому автором-колумністом подається та коментується певний актуальний для суспільства, резонансний факт (добірка пов'язаних фактів). Редакційною називають колонку, що вміщується зазвичай на першій шпальті («передова стаття», «передовиця») й може не мати підпису. Це означає, що допис, який уміщено під загальноредакційну відповідальність за цей матеріал, відображає колегіальну позицію редакції видання. Іноді вважається різновидом коментарю чи статті.

Коментар – аналітичний жанр журналістського твору, що передбачає компетентне тлумачення журналістом чи запрошеним фахівцем – експертом з відповідної проблематики – актуального факту чи групи фактів, об'єднаних тематичними або хронологічними рамками. Коментар може бути окремим матеріалом чи елементом журналістського твору, виконаного в інших інформаційних та аналітичних жанрах.

Комікс – серія об'єднаних одним сюжетом малюнків із короткими підписами. За умови, що тема коміксу ґрунтується на певній документальній основі, пов'язана з певними суспільно значущими подіями, явищами, може розглядатись як один із візуальних художньо-публіцистичних жанрів.

Кореспонденція – жанр журналістського твору, що являє собою розширене (за обсягом) та поглиблене (за змістом) повідомлення про певний факт чи групу фактів, поєднаних часово-просторовими зв'язками. Кореспонденція як жанр універсального, комплексного повідомлення певного автора-дописувача (кореспондента) містить окремі елементи репортажу (у формі повідомлення про подію, але без створення ефекту присутності), інтерв'ю, коментарю (аналізу, пояснення ситуації). Залежно від домінування інформаційних або аналітичних складових розрізняють інформаційну та аналітичну кореспонденції.

Легенда – вигадана ситуація, в якій фантазія автора ґрунтується на реальних чи умовно реальних фактах. Може використовуватись як елемент художньо-публіцистичних творів у жанрі замальовки, есе, нарису.

Лід – перша фраза чи абзац короткого інформаційного твору (здебільшого замітки, інформаційної кореспонденції), що передає основний зміст новини та має на меті привернути увагу аудиторії.

Лонгрид – формат подання інформації в інтернет-медіа, в основі якого лежить поєднання тексту з аудіовізуальними компонентами.

Моніторинг – метод дослідження певного процесу чи явища шляхом відстежування їх змін протягом певного проміжку часу. Предметом моніторингу є конкретні характеристики такого явища чи процесу залежно від

мети цього дослідження. Може застосовуватись під час підготовки матеріалів аналітичних жанрів.

Нарис – жанр журналістського твору, в якому суспільно значуща тема розкривається в образній формі через переживання та ставлення до неї різних людей, зазвичай учасників чи свідків подій. Нарис розглядають як жанр, що належить до групи і художньо-публіцистичних, і аналітичних жанрів. Виокремлюють такі жанрові різновиди нарису, як: «фізіологічний» (у центрі уваги такого твору – «фізіологія» суспільства, узагальнені соціальні образи, соціальні контрасти); портретний (головний герой такого твору перебуває, як правило, у складній, нестандартній життєвій ситуації); проблемний (в основі твору – проблемна ситуація як перешкода, яку долає герой/герої нарису); подорожній (у ньому описується й осмислюється побачене та відчуте автором під час подорожі).

Некролог – журналістський твір як розповідь про життя померлого зі словами скорботи і прощання. Іноді розглядається як окремих інформаційний жанр. Різновидом некролога є епітафія, більше художньо-публіцистичний жанр, оскільки в ній роблять акцент переважно на чеснотах померлої людини, підкреслюють її значущість і неповторність.

Новизна журналістського твору – властивість твору, зумовлена характером сприйняття цільовою аудиторією повідомлення про те, що: щойно з'явилося (у природний спосіб чи внаслідок штучного створення); нещодавно чи наново відкрите (було певний час забуте); раніше було невідоме або інакше, ніж зазвичай, інтерпретоване. Притаманна насамперед творам інформаційних жанрів.

Образ – уявлення про певний об'єкт реального світу, що формується особистістю чи соціальною групою самостійно чи під певним стороннім впливом з огляду на їхні знання, розуміння та емоційне сприйняття (осмислення) цього об'єкта, відображеного у відповідних символах. Є насамперед основою журналістських творів художньо-публіцистичних жанрів.

Огляд – жанр журналістського твору, що містить опис та аналіз низки споріднених значущих явищ і процесів з метою формування в аудиторії розгорнутого уявлення про певну групу пов'язаних фактів та їх розвиток у межах певного середовища з конкретними часовими й просторовими межами. Огляди поділяються на загальні (стосуються питань, які цікавлять усе суспільство чи локальну аудиторію певного медіа) і тематичні (стосуються питань певної вузької галузі чи конкретної проблематики: міжнародний, політичний, економічний, сільськогосподарський, науковий, мистецький, спортивний огляд тощо). За джерелами матеріалу, що аналізується, можуть бути огляди: публікацій у пресі, листів до редакції, соціальних мереж, політичних заяв (програм), економічних прогнозів, законопроектів тощо.

Оцінне судження – висловлювання, яке не містить фактичних даних, критика, оцінка дій, а також висловлювання, котре не може бути розтлумачене як таке, що містить фактичні дані, зокрема з огляду на характер використання мовно-стилістичних засобів (уживання гіпербол, алегорій, сатири).

Памфлет – сатиричний журналістський твір різко викривального характеру, спрямований на досягнення максимального ступеня негативного сприйняття об'єкта критики цільовою аудиторією.

Перекличка – жанр телевізійної та радіожурналістики, що передбачає одночасний зв'язок з декількома кореспондентами, які перебувають у різних місцях. Являє собою поєднання жанрових елементів репортажу, інтерв'ю та коментарю.

Радіокомпозиція – художньо-публіцистичний жанр радіожурналістики, що передбачає поєднання споріднених за тематикою документальних, літературних і музичних матеріалів в одній передачі. Розглядають літературно-художні та документально-художні радіокомпозиції.

Рейтинг – аналітичний матеріал, створений на основі порівняння певних об'єктів аналізу (особа, організація, товар тощо) за показниками їхньої діяльності, популярності чи іншого параметра протягом певного часу шляхом соціологічного опитування, голосування, аналізу статистичних даних тощо, у формі розподілу цих об'єктів за місцем, яке вони посідають серед собі подібних за результатами такого порівняння.

Репортаж – інформаційний жанр журналістського твору, що являє собою оперативне повідомлення кореспондента з місця події, в якій динамічно, з документальною точністю та емоційністю відтворюється дійсність у її розвитку через безпосереднє сприйняття автора та/або її учасників (очевидців), що створює ефект присутності читача, глядача чи слухача на місці події. Розрізняють такі жанрові види репортажу: аналітичний (подія аналізується у контексті інших подій, пояснюється, коментується, передбачає узагальнення й розгорнутий прогноз подальшого її розвитку); художній (подія подається як привід для певного емоційного переживання, розкривається через елементи пейзажної, портретної замальовки, нарису); рольовий (коли журналіст з метою поглибленого з'ясування сутності, деталей певної події на певний час стає її учасником).

Рецензія – жанр аналітичного журналістського твору, що містить аргументований критичний відгук здебільшого про твір мистецтва чи мистецьку подію (рецензія на книгу, фільм, спектакль, виставку, медіатвір тощо). Як вид цього жанру розглядають міні-рецензію, що може бути коротким викладом суб'єктивного враження автора про твір чи події у поєднанні із завіткою на цю тему.

Стаття – жанр аналітичного журналістського твору, який характеризується глибоким аналізом предмета висвітлення, узагальненням низки взаємопов'язаних фактів, виявленням закономірностей у розвитку явищ, багатостороннім дослідженням причинно-наслідкових зв'язків. Основними різновидами статей зазвичай називають проблемні (порушують актуальні соціально-економічні проблеми й на основі ґрунтовного аналізу розглядають і пропонують варіанти запобігання їм чи їх подолання) та полемічні (дискусія з опонентами, чій думки не збігаються з поглядами, інтересами автора цього твору).

Стиль – єдність основних ідейно-художніх особливостей, характерних рис, що виявляються у творчості автора певного твору, а також творча манера автора, групи авторів чи медіа; певна система мовних засобів і спо-

собів їх організації, пов'язана з певною сферою комунікативної діяльності людей. Стиль зумовлює характер відтворення реальності, використання мовно-стилістичних і невербальних засобів у журналістському творі.

Факт – певний елемент дійсності чи результат пізнання дійсності. Є основою журналістського твору. Ставлення автора до факту, різні способи оперування журналіста фактом є підставою для виокремлення трьох груп жанрів: інформаційних, що мають на меті просте відображення факту; аналітичних, що передбачають раціональне пояснення сутності факту; художньо-публіцистичних, що відтворюють емоційне переживання з приводу певного факту, здійснюють його осмислення в художній формі.

Факт гносеологічний – факт, що є відображенням у людській свідомості факту об'єктивного, те, про що хтось щось знає.

Факт достовірний – судження, яке виявилось істинним у результаті його верифікації (перевірки).

Факт науковий – факт, що є результатом численних перевірок дібранних даних за допомогою апробованих методів наукових досліджень.

Факт буденний – факт, що є результатом безпосереднього, конкретно-чуттєвого сприйняття людиною навколишньої дійсності, який ґрунтується на єдності емоційної реакції та логічного усвідомлення того, що сталося.

Факт недостовірний – судження, яке виявилось хибним у результаті його верифікації (перевірки) або верифікувати яке неможливо.

Факт об'єктивний – факт, що не залежить від нашої свідомості та стосується об'єктів природи й людської діяльності, те, що є реальним.

Фейлетон – художньо-публіцистичний жанр журналістського твору, в якому гумористичний (глузливо-доброзичливий) або сатиричний (різко дошкульний) опис певної ситуації, проблеми, явища, події, особи спонукає аудиторію змінити ставлення до них.

Формат – специфічна внутрішня організація журналістського твору відповідно до його жанру та стилю авторського подання. Стосується переважно формальних ознак твору, що зумовлені характером добору засобів відтворення реальності у межах відповідних жанру й стилю.

«Фотожаба» – різновид фотоколажу, композиції гумористичного чи сатиричного змісту, що створюється шляхом монтажу за допомогою графічного редактора із застосуванням спеціальних ефектів комп'ютерного дизайну. За основу «фотожаб» беруть актуальні фотографії з новин, випадкові фото, стоп-кадри документального чи ігрового відео, на які накладаються власне «жаби» – несправжні для даного контексту фото, інші зображення.

Цікавий журналістський твір – твір, на який цільова аудиторія звернула чи може звернути увагу з огляду на застосовані автором творчі прийоми: оригінальність, емоційна привабливість теми, змісту, фактів, героїв, нешаблонність, нестандартність подачі тощо.

Шарж – портретний малюнок, у якому в цілому зберігається подібність з об'єктом зображення, проте окремі частини тіла суб'єкта подаються гіпертрофовано, що підкреслює, висміює окремі його риси і створює комічний ефект. Розрізняють дружні та сатиричні шаржі. Дружній шарж може бути ілюстрацією до інтерв'ю, портретного нарису чи привітання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балаклицький М. А. Есе як художньо-публіцистичний жанр : метод. матеріали для студ. спец. «Журналістика» / Балаклицький М. А. – Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2007. – 74 с.
2. Балалаєва О. Ю. Класифікація жанрів новинної журналістики: вітчизняні та зарубіжні підходи / О. Ю. Балалаєва // Вісник Харківського нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. – Серія: Соціальні комунікації. – 2017. – Вип. 12. – С. 36–39.
3. Баришполець О. Т. Український словник медіакультури / Баришполець О. Т. – К. : Міленіум, 2014. – 196 с.
4. Вайшенберг З. Журналістика та медіа : довідник / З. Вайшенберг, Г. Кляйнштойнбер, Б. Пьорксен. – К. : Академія української преси ; Центр вільної преси, 2011. – 529 с.
5. Варич М. В. Жанрово-стильові особливості звіту на сторінках сучасної періодики / М. В. Варич // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. – Серія «Соціальні комунікації». – 2013. – № 1074. – Вип. 5. – С. 32–35.
6. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : монографія / М. К. Василенко. – К. : Ін-т журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. – 238 с.
7. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук: спец. 10.01.08 «Журналістика» / М. К. Василенко. – К., 2007. – 36 с.
8. Волинець Г. М. Малі інформаційні жанри фотожурналістики у сучасній українській пресі / Г. М. Волинець // Наукові записки Інституту журналістики. – 2013. – Т. 53, жовт.–груд. – С. 282–286.
9. Волинська газета [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://volga.lutsk.ua>
10. Вольфф Ф. Журналістика газет і журналів / Вольфф Ф. ; пер з нім. В. Климченка. – Вид. 2-ге, перероб. – К. : Центр вільної преси, 2017. – 377 с.
11. Галич В. М. Жанрово-стильові особливості авторської колонки / В. М. Галич // Вісник Харківського національного університету. Серія: Соціальні комунікації. – 2009. – № 874. – Вип. 1. – С. 45–51.
12. Гарматій О. В. Інформаційні жанри як пріоритетні у практиці інформгентств / О. В. Гарматій // Поліграфія і видавнича справа. – 2015. – Вип. 1 (169). – С. 141–148.
13. Гиссен Г. В. Медиаадекватное публицирование. Содержание, концепция публикаций и презентаций / Ганс В. Гиссен ; пер с нем. С. С. Димитрова. – Х. : Гуманитарный центр, 2012. – 248 с.
14. Гід журналіста: збірка навч. матер., складена за французькою методикою вдосконалення працівників ЗМІ. – К., 2003. – 124 с.
15. Голік О. В. Взаємодія та взаємозбагачення жанрів: новітні тенденції розвитку журналістської творчості: автореф. дис. на здобуття наук.

ступеня канд. наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.04 «Теорія та історія журналістики» / О. В. Голік. – К., 2009. – 20 с.

16. Голік О. В. Історія науки про жанрову систему друкованих ЗМІ / О. В. Голік // Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи. – 2012. – С. 14–19.

17. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста : практич. посіб. / Голуб О. П. ; Ін-т масової інформації. – К. : ТОВ «Софія-А», 2016. – 184 с.

18. Горевалов С. І. Жанри фотожурналістики в умовах посилення тенденції візуалізації ЗМІ / С. І. Горевалов, Н. І. Зикун // Наукові записки інституту журналістики. – 2014, лип.–верес. – Т. 56. – С. 257–261.

19. Грачківська О. Жанр анекдота на шпальтах газети «Україна молода» / Оксана Грачківська // Український інформаційний простір. – 2019. – Вип. 4. – С. 89–98.

20. День [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://day.kyiv.ua>

21. Дергач Д. В. Медійна жанрологія в сучасній науці: лінгвістична постановка питання / Д. В. Дергач // Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика. – 2015. – Вип. XXXI. – С. 36–43.

22. Деяк-Якобишин О. М. Історіографія теми авторської колонки в системі журналістської жанрології / О. М. Деяк-Якобишин // Наукові записки Інституту журналістики. – 2012. – Т. 47, квіт.–черв. – С. 179–182.

23. Дзеркало тижня [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://dt.ua>

24. Дрешпак В. Жанрові моделі місцевих газет України (на прикладі видань Дніпра та Харкова) / Валерій Дрешпак // Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика. – 2019. – Вип. 45. – С. 183–191.

25. Дрешпак В. М. Знаки та символи в державному управлінні : монографія / В. М. Дрешпак. – Дніпропетровськ : ДРІДУ НАДУ, 2010. – 338 с.

26. Дяченко М. Д. Преса запорізького регіону другої половини ХХ ст. – початку ХХІ ст.: типологія, характеристика, жанрові домінанти : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соц. комунікацій: спец. 27.00.04 «Теорія та історія журналістики» / М. Д. Дяченко. – Запоріжжя, 2010. – 20 с.

27. Іванов В. Ф. Вимоги до роботи з фактами та джерелами інформації в мас-медіа / В. Ф. Іванов // Інформаційне суспільство. – 2015. – Вип. 22, лип.–груд. – С. 17–20.

28. Інститут демократії імені Пилипа Орлика : звіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://idpo.org.ua/reports>

29. Інформаційно-аналітичне забезпечення органів місцевої влади : навч. посіб. / В. М. Дрешпак, Т. М. Брус, О. В. Тинкован та ін. ; за заг. ред. В. М. Дрешпака. – Дніпропетровськ: ДРІДУ НАДУ, 2007. – 160 с.

30. Жадько В. О. Журналістика та основи редакторської майстерності : навч. посіб. / Жадько В. О. – К. : Знання, 2012. – 272 с.

31. Зикун Н. І. Жанрова репрезентація сатиричної журналістики: уточнення наукових підходів / Н. І. Зикун // Наукові записки Інституту журналістики. – 2015. – Т. 61. – С. 83–90.

32. Ким М. Н. Технология создания журналистского произведения / Ким М. Н. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2001. – 320 с.
33. Клименко Н. Жанрово-стильові репрезентації політичного контенту в текстах української періодики / Наталя Клименко // Стиль і текст. – 2013. – Вип. 14. – С. 184–193.
34. Конверський А. Є. Логіка (традиційна та сучасна) : підручник / Конверський А. Є. – Вид. 2-ге. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 536 с.
35. Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров / Л. Е. Кройчик // Основы творческой деятельности журналиста : учеб. для студ. вузов по спец. «Журналистика» / [ред.-сост. С. Г. Корконосенко]. – СПб. : Знание : СПБИНВЭСЭП, 2000. – С. 125–167.
36. Костюк В. В. Інтерв'ю на сторінках мережових видань / В. В. Костюк, А. В. Кравченко // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2015. – № 3 (23). – С. 49–53.
37. Костюк В. В. Побудова журналістського твору в друкованому та Інтернет-ЗМІ: теоретичний аспект / В. В. Костюк, Я. О. Мостова // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2015. – № 4 (24). – С. 81–84.
38. Костюченко О. М. Основи телевізійної журналістики : навч. посіб. / Костюченко О. М. – Острог : Вид-во Нац. ун-ту «Острозька академія», 2016. – 218 с.
39. Котляр С. В. Авторська програма – обличчя вітчизняного телебачення / С. В. Котляр, В. П. Федоренко // Аудіовізуальне мистецтво: виробництво. – 2018. – Вип. 1. – С. 5–17.
40. Кузнецова О. Д. Диференціація заміток преси на види / Олена Дмитрівна Кузнецова // Зб. праць бібліотеки НАНУ ім. В. Стефаника. – 2015. – С. 127–139.
41. Кузнецова О. Огляд листів як жанр партиципарної журналістики / Олена Кузнецова // Теле- та радіожурналистика. – 2015. – Вип. 14. – С. 31–36.
42. Лавриш Ю. Жанрова палітра нових медій: специфіка і креативність / Ю. Лавриш // Вісник Львівського університету. Серія : Журналистика. – 2018. – Вип. 44. – С. 239–245.
43. Лазутина Г. В. Жанры журналистского творчества : учеб. пособ. / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. – М. : Аспект Пресс, 2011. – 320 с.
44. Ла Рош В. Вступ до практичної журналістики : навч. посіб. / Вальтер Ла Рош ; за заг. ред. В. Ф. Іванова та А. Коль. – К. : Академія української преси, 2005. – 229 с.
45. Лешко У. Реалії функціонування новітніх жанрів у сучасній пресі / У. Лешко // Наукові записки Інституту журналістики. – 2015. – Т. 60. – С. 66–71.
46. Лешко У. Типологія жанрів Інтернет-журналистики / У. Лешко // Вісник Львівського університету. Серія: Журналистика. – 2018. – Вип. 44. – С. 246–253.
47. Лизанчук В. В. Основи радіожурналистики : підручник / Лизанчук В. В. – К. : Знання, 2006. – 628 с.

48. Лілієнталь Ф. Розслідування / Ф. Лілієнталь ; пер. з нім. В. Климченка. – К. : Центр вільної преси, 2016. – 135 с.
49. Лопатіна В. Розтікання жанрів в українській пресі / В. Лопатіна // Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика. – 2012. – Вип. 33. – С. 181–187.
50. Лубкович І. М. Соціологія і журналістика / Лубкович І. М. – Львів : ПАІС, 2005. – 178 с.
51. Людвіг Й. Інвестигативний пошук / Й. Людвіг ; за заг ред. В. Ф. Іванова ; пер. з нім. А. Баканова, В. Климченка. – Вид. 3-тє, перероб. – К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2017. – 266 с.
52. Мантуло Н. Б. Жанрологічні співвідношення в літературознавчому та журналістичнознавчому дискурсах / Н. Мантуло // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія. – 2007. – Вип. 17. – С. 32–35.
53. Мельник Г. С. Основы творческой деятельности журналиста : конспект лекций и практикум / Г. С. Мельник, К. Е. Виноградова, Р. П. Лисев. – СПб. : С.-Петербур. гос. ун-т, Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций, 2013. – 210 с.
54. Михайленко В. М. Факт як основа журналістського твору / В. М. Михайленко // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики. – 2010. – Вип. 17. – С. 287–295.
55. Мой Д. Телевізійна журналістика / Д. Мой, М. Ордольтф ; за заг ред. В. Ф. Іванова ; пер. з нім. В. Климченка. – К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. – 234 с.
56. НВ: сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://nv.ua/ukr>
57. Назаренко Г. І. Інформаційні жанри журналістики : навч. посіб. / Назаренко Г. І. – К. : НАУ, 2010. – 114 с.
58. Недопитанський М. І. Уроки з журналістської практики : практ. посіб. / М. І. Недопитанський, М. А. Карась, В. І. Ільченко. – К. : Україна молода, 2010. – 120 с.
59. Носке Г. Журналістика: що треба знати та вміти : книжка для читання та підручник / Носке Г. – К. : Центр вільної преси, 2017. – 312 с.
60. Павлів В. Журналістський фейлетон в Інтернеті: можливості та загрози / Володимир Павлів // Теле- та радіожурналістика : зб. наук. праць. – Львів, 2013 ; Вип. 12. – С. 161–265.
61. Перець [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://перець.укр>
62. Полевое руководство для научных журналистов ; пер с англ. / под ред. Деборы Блум, Мэри Кнудсон, Робин Маранц Хениг. – М. : Альпина нон-фикшн, 2018. – 484 с.
63. Посібник з верифікації [Електронний ресурс] ; ред. К. Сільверман ; ред. та адаптація укр. мовою «Українська асоціація видавців», О. Погорелов ; Європейський центр журналістики. – Режим доступу : http://verificationhandbook.com/book_ua
64. Про інформацію [Електронний ресурс] : Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-ХІІ (зі змінами станом на 21.12.2019 р.). – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>

65. Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 061 «Журналістика» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти : наказ Міністерства освіти і науки України від 20.06.2019 р. № 864. – 15 с.

66. Публіцистика. Масова комунікація. Медіа-енциклопедія / кол. авт. : Ю. Вільке, В. Донсбах, Х. М. Кепплінгер та ін. ; пер. з нім. К. Макеева, В. Демешка ; за заг. ред. В. Ф. Іванова. – К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2007. – 780 с.

67. Риженко Л. М. Видозміни жанрових моделей друкованих ЗМІ / Л. М. Риженко // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2016. – №1 (25). – С. 122–125.

68. Риженко Л. М. Жанрові моделі друкованих ЗМІ. Старі проблеми і нові підходи / Л. М. Риженко // Наукові записки інституту журналістики. – 2017. – Т. 2 (67). – С. 58–65.

69. Різун В. Нарис з історії та теорії українського журналістикознавства : монографія / В. В. Різун, Т. А. Трачук. – К. : Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2005. – 232 с.

70. Свалова М. І. Колонки Сергія Осоки в Інтернет-виданні «Opinion» / М. І. Свалова // Медіасфера и медіаобразование: специфика взаимодействия в современном социокультурном пространстве. – Могилев : Могилевский ин-т МВД Республики Беларусь, 2019. – С. 120–126.

71. Свалова М. Письменницька публіцистика: креативно-імперативний аспект (на матеріалі публіцистики Б. Олійника) / М. Свалова // Рідний край. – 2009. – Вип. 1. – С. 104–107.

72. Сніжко О. Жанрова система публіцистичних текстів / О. Сніжко // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. – 2011. – Вип. 26. – С. 237–240.

73. Тарасюк В. Ю. Жанр журналістського розслідування в регіональній пресі / В. Ю. Тарасюк // Наукові записки Інституту журналістики. – 2015. – Т. 60. – С. 78–85.

74. Темченко Л. В. Змістовні та формотворчі особливості європейської політичної карикатури / Темченко Л. В. // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Соціальні комунікації». – 2017. – Вип. 17. – С. 123–128.

75. Тертычный А. А. Жанры периодической печати : учеб. пособ. / Тертычный А. А. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 312 с.

76. Тертычный А. А. Трансформация жанровой структуры современной периодической печати / А. А. Тертычный // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2002. – № 2. – С. 54–63.

77. Тонкіх І. Ю. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті : навч. посіб. / Тонкіх І. Ю. – Запоріжжя : ЗНТУ, 2017.

78. Українське суспільство: моніторинг змін [Електронний ресурс] / Інститут соціології НАН України. – Режим доступу : <http://i-soc.com.ua/ua/edition/ukrainske-suspilstvo>

79. Укрінформ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.ukrinform.ua>

80. Харитоненко О. Звіт у сучасній науковій публіцистиці: різновиди, особливості жанрової моделі / О. Харитоненко // Журналістика. – 2016. – Вип. 15 (40). – С. 137–154.

81. Шебеліст С. В. Авторська колонка в сучасній газетно-журнальній періодиці / С. В. Шебеліст // Образ. – 2009. – Вип. 10. – С. 39–45.

82. Шебеліст С. Теоретичні аспекти жанру есею / С. Шебеліст // Слово і Час. – 2007. – № 11. – С. 48–56.

83. Шебеліст С. В. Авторська колонка як жанровий різновид есею / С. В. Шебеліст // Наукові праці Кам'янець-Подільського нац. ун-ту ім. І. Огієнка. Сер.: Філологічні науки. – 2008. – Вип. 17. – С. 188–192.

84. Шевченко Л. І. Медіалінгвістика: словник термінів і понять / Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. ; за ред. Л. І. Шевченко. – Вид. 2-ге, випр. і доп. – К. : ВПЦ «Київський університет», 2014. – 380 с.

85. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / В. Шнайдер, П.-Й. Рауе ; пер. з нім. В. Климченка ; за заг. ред. В. Іванова. – К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. – 358 с.

86. Шутяк Л. М. «Новий журналізм» у медійному дискурсі України: генеза та жанрово-стилістичні ознаки : дис. канд. наук із соц. комунікацій ; спец. 27.00.04 «Теорія та історія журналістики» / Шутяк Л. М. – Дніпро, 2015. – 216 с.

87. Шутяк Л. М. Польська школа художнього репортажу / Л. М. Шутяк // Інформаційне суспільство. – 2016. – Вип. 23. – С. 31–37.

88. Ihlstrom K. The Evolution of a New(s) Genre : Doctoral Dissertation / Carina Ihlstrom. – 2004. – 162 p.

89. KOLO.NEWS Новини Полтави [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://kolo.news>

90. Krieken van K. Framing narrative journalism as a new genre: A case study of the Netherlands / Kobie van Krieken, José Sanders // Journalism. – 2016. – Vol. 18, Iss. 10. – P. 1364–1380.

91. Melo de J. M. Journalistic genres and formats: a classification model / J. M. de Melo, F. de Assis // Intercom – RBCC, 2016. – V. 39, № 1. – P. 39–54.

92. UA: ПЕРШИЙ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://tv.suspilne.media>

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Дрешпак Валерій Михайлович

ЖАНРОЛОГІЯ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ ТВОРІВ

Навчальний посібник

Редактори: Т. П. Дерев'янка, О. О. Смирнова
Комп'ютерна верстка: О. О. Іщенко

Підписано до друку 25.03.2021. Формат 60 84 1/16. Папір офсетний.
Ум. друк. арк. 13,81. Облік.-вид. арк. 12,28. Наклад 100 прим.
Замовлення № 12.

**Дніпро: Університет митної справи та фінансів (Свідоцтво про
видавничу діяльність ДК № 6198 від 24.05.2018 р.)
49000, м. Дніпро, вул. Володимира Вернадського, 2/4**