

Г. І. Назаренко

# ІНФОРМАЦІЙНІ ЖАНРИ ЖУРНАЛІСТИКИ

Навчальний посібник

ІНФОРМАЦІЙНІ ЖАНРИ

ІМВ НАУ  
КАФЕДРА  
ЖУРНАЛІСТИКИ

Схвалено кафедрою журналістики  
Інституту міжнародних відносин Національного авіаційного  
університету

**Назаренко Г.І.**

**Інформаційні жанри журналістики: Навчальний посібник. –  
К.: НАУ, 2009. – 124 с.**

Курс лекцій “Інформаційні жанри журналістики” має на меті ознайомити майбутніх журналістів із теорією та практикою використання інформаційних жанрів у засобах масової інформації, перш за все, у пресі та Інтернет-виданнях. Предметом оглядового висвітлення в курсі є поняття про жанр і жанрологію журналістики, історія виникнення та еволюція соціальної інформації, загальні вимоги до інформаційних жанрів, методика роботи журналіста над інформаційними матеріалами. Окремо розглядається жанрова специфіка та різновиди замітки, звіту, репортажу, інтерв’ю. Наводяться конкретні приклади із сучасної української преси. Приділяється увага таким важливим елементам презентації журналістських творів, як лід, рубрика, заголовок і підзаголовок.

Запропонований курс лекцій призначений для студентів факультетів і відділень журналістики.

## Тема 1.

# ІНФОРМАЦІЙНІ МАТЕРІАЛИ В ЖАНРОВІЙ СИСТЕМІ ТА ІСТОРІЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

**Поняття про жанр і жанрологію журналістики. Класична система журналістських жанрів. Інформація і соціальна інформація. Історія соціальної інформації. Ери та інформаційні революції в цивілізаційній історії людства. Сучасні інформаційні агентства. Поява Інтернету та утворення єдиного інформаційного простору. Комп'ютерна журналістика.**

Журналістські твори так само, як і твори літературні, мистецькі, існують у певних більш-менш усталених формах, які сформувались історично, були вироблені багаторічною практикою діяльності засобів масової інформації. Ці форми називають словом “жанр”, а розділ теорії журналістики, який вивчає поділ текстів на жанри, називають “жанрологією”.

***Жанр*** [фр. “genre”, від лат. “genus (generis)” – рід, вид] – ***тип, рід твору, який відзначається особливими, тільки йому властивими рисами й ознаками щодо композиції, структури, образних засобів і творчих прийомів, мови і стилю викладу.***

Кожен жанр має свої внутрішні закони і зовнішні прояви. Жанрові форми не є канонічними, вони постійно розвиваються, еволюціонують. У розвитку жанрів постійно спостерігаються дві тенденції: удосконалення і взаємозбагачення.

Хоча перші судження про жанри можна знайти вже в античну епоху, а саме в “Поетиці” Арістотеля, термін з’явився набагато пізніше і дискусії про його значення тривають досі. Але при будь-якому трактуванні безперечним є те, що жанр – це *втілений зміст, реалізований задум, результат творчості*. Отже, для журналіста є надто важливим володіти жанровими формами, добре розумітись на них, моделювати з них свою неповторну модифікацію, бачити життєвий матеріал крізь жанрову призму.

Кожен, хто навчається журналістиці, має засвоїти цю “таблицю множення” – систему жанрів журналістики, щоб зуміти втілити зміст у найяскравішу форму. Адже не оволодівши жанровими типами мислення як одним із законів творчості, не можна досягти рівня професіоналізму.

Класична система журналістських жанрів має такий вигляд:

- |  |
|--|
| <p><b>I. ІНФОРМАЦІЙНІ ЖАНРИ:</b> <i>змітка, звіт, репортаж, інтерв’ю</i></p> <p><b>II. АНАЛІТИЧНІ ЖАНРИ:</b> <i>кореспонденція, стаття, коментар, огляд, рецензія, відкритий лист</i></p> <p><b>III. ХУДОЖНЬО-ПУБЛІЦИСТИЧНІ ЖАНРИ:</b> <i>зарисовка, нарис, есе, фейлетон, памфлет</i></p> |
|--|

Однак треба зазначити, що хоча така конфігурація сформувалась роками і є найбільш поширеною, вона не

канонізована. У журналістській жанрології кожен дослідник пропонує своє бачення складу жанрових груп, полемізує, вибудовує свою оригінальну концепцію. Особливо багато розбіжностей у поділі кожного окремого жанру на види. Свої специфічні жанрові системи вибудовують теле- і радіожурналістика.

Московський вчений-жанролог Д.Г. Бекасов з цього приводу пише: “Класифікація видів того чи іншого жанру журналістики теоретично не розроблена і зазвичай супроводжується застереженнями: даний поділ відносний та умовний тому, що основна ознака жанру залишається визначальною у всіх видах. Враховуючи це, будь-який поділ є правомірним, адже розкриває внутрішньожанрову специфіку в залежності від цільового призначення”. Отже, типологія жанрів у новітній журналістиці ще чекає на своїх дослідників. Також залишається майже не вивченою жанрова палітра Інтернет-журналізму. Проте за традицією жанрова система журналістики вивчається на основі теорії і практики *друкованих* ЗМІ.

Чим зумовлений традиційний поділ жанрової системи журналістики на три блоки? Журналістика як специфічна пізнавальна діяльність і творчість унаслідок тривалого історичного розвитку виробила й утвердила *три основні способи відображення дійсності*:

- *повідомлення новин;*
- *коментування фактів;*
- *публіцистичне розкриття.*

Відповідно до цього прийнято групувати жанри журналістики в три жанрові єдності. При цьому поміжжанрові кордони часто “розмиті”, але є завжди один домінуючий критерій: *інформативність, аналітизм, художність*. Отже, до **інформаційних жанрів** належать ті, у яких домінує повідомлення новин; до **аналітичних жанрів** – ті, у яких домінує вивчення, аналіз і коментування фактів; до **художньо-публіцистичних** – ті, у яких аналіз поєднується з образно-художнім осягненням реальності.

Кожна з трьох груп утворює свою парадигму жанрових форм, які у свою чергу поділяються на види. Але як зазначає відомий теоретик літератури і журналістики В.Й. Здоровега в книжці “Теорія і методика журналістської творчості” (Львів, 2004), “живу творчість важко вкласти у прокрустове ложе схем і класифікацій”. Тому умовність будь-якого поділу журналістських творів на жанри і жанрові групи неминуча, а жива журналістська практика, яка завжди багатша, ніж наукові уявлення про неї. Вона ілюструє внутрішню суперечність будь-якої жанрової структури журналістики. Проте все це не відміняє необхідності узагальнення й систематизації набутого протягом багатьох років досвіду формотворчості в журналістиці.

Найбільше за обсягом місце (не менше 50%) на газетних шпальтах, у теле- й радіопрограмах займають **інформаційні жанри**. Їхня спільна мета – стисло, коротко, без зайвих міркувань, оперативно, точно повідомити читача (слухача, глядача) про злободенні факти.

**Інформація** [від лат. префікса “in-”, що в даному випадку означає “проникнення в щось” + “formatio” – утворення, формування”; *informatio* – “роз’яснення, виклад, тлумачення”. Походить від дієслова *informato*, що перекладається, як “формую, навчаю, виховую”] – **повідомлення про щось, відомості про навколишній світ, процеси, які в ньому відбуваються, про події, ситуації, чиюсь діяльність.**

У широкому значенні будь-яке повідомлення, представлення, створення про щось уявлення можна назвати інформацією. Однак газети, радіо, телебачення, інформаційні агентства та Інтернет-видання збирають і поширюють повідомлення, які стосуються всього суспільства або частини його. Отже, журналістика оперує суспільною (соціальною) інформацією.

**Соціальна інформація** – це система повідомлень про актуальні новини внутрішнього і міжнародного життя, які

*орієнтують аудиторію в фактах, явищах і процесах політики, економіки, науки, культури тощо. Це нові відомості про факти поточного життя сучасного суспільства, які поширюються засобами масової комунікації.*

*Історія соціальної інформації починається з найдавніших епох людської цивілізації і передусє зародженню держав. Першими носіями інформації, очевидно, були гінці, вісники, які повідомляли про військові перемоги чи поразки. З появою централізованої держави значення соціальної інформації посилюється.*

Німецький дослідник Карл Бюхер стверджує, що поява газети – поширювача суспільно важливої інформації – відбулась у I ст. до нашої ери. На думку Карла Бюхера, римський імператор Юлій Цезар (102–44 рр. до н.е.) був творцем не лише римської військової монархії та централізованого управління, але й засновником першого інформаційного бюлетеня, який нагадує газету. Це були бюлетені “*acta senatus*” (огляди діяльності сенату) та “*acta diurna populi romani*” (щоденники римського народу). Звісно, вони не були паперовими, адже виробництво паперу з’явиться у Європі лише в VII–VIII ст. Ці інформаційні бюлетені писались на гіпсових дощечках і чимось нагадували стінну газету. Спеціальний штат переписувачів знімав з них копії, які потім розсилались по всіх провінціях величезної Римської імперії.

Таким чином, можна стверджувати, що *первісно соціальна інформація виникає як засіб спілкування влади з народом, як засіб впливу на нього. У подальшому потреба в суспільній інформації зростає паралельно з розвитком цивілізації.*

У XIV ст. поширення інформації набуває *комерційного характеру*. Відомо, що в XIV–XVII ст. купецька фірма Фуггерів, маючи контори в Гамбурзі, Аугсбурзі, Антверпені, Римі, постачала своїм клієнтам рукописні зведення різноманітних новин. Слідом за посадовими особами держави і представниками торгівлі помітну роль у поширенні соціальної

інформації починають відігравати монастирі, а потім університети. Суспільство все більше потребує інформації з різних сфер життя – політичної, торгової, наукової, дипломатичної тощо.

З плином часу збирання і поширення новин стає професією. У Римі та Венеції з'являються професійні репортери, які в XVI ст. створюють особливий цех – “*письменники новин*” – “*scrittori diavvisi*”. У Римі їх називали “новеланти” (*novellanti*), а ще “газетанти” (*gazettanti*). Мабуть, уже ці перші в Європі газетярі-новинники претендували на свободу слова, проявляли певну незалежність від влади і церкви, адже в 1572 році були обнародувані направлені проти них папські укази, видані папою Пієм V, який роком раніше склав список заборонених римською католицькою церквою книжок.

Приблизно цього ж часу в Англії і Франції виникають листки новин політичного і міського життя, чуток і повідомлень про життя придворних кіл, хроніки вищого світу, відомостей про події. Ці листки розходились у сотнях примірників, в Англії їх називали *newsletters*, у Франції – *nouvelles a la main*. Подібно до римських і венеціанських “письменників новин” автори і видавці цих рукописних листків інформації також іноді піддавалися переслідуванням влади і церкви, однак це не завадило виходу їхніх бюлетенів аж до появи друкованих газет.

Народженню друкованої періодичної преси передувала так звана “***перша інформаційна революція***”, яка відбулася в середині XV сторіччя (1445 р.) завдяки винаходу Іогана Гутенберга. Було винайдено друкарський верстат – машину для масового тиражування, зафіксованої на матеріальному носії інформації. У засобів інформації з'явився фактор масовості. До цього шість тисяч років тривала ***ера писемності (ера рукопису)*** і ось нарешті у світовій історії інформації розпочалась ***ера друку (ера Гутенберга)***. Цивілізаційна історія людства входить у якісно новий період буття. Ера друкарства триватиме до другої половини XX століття, коли з винаходом,



бурхливим розвитком і впровадження в усі сфери життя електронно-обчислювальної техніки відбудеться **“друга інформаційна революція”** (60-ті – середина 80-х років ХХ ст.), яка відкриє **еру ЕОМ (комп’ютерну еру)**.

Розвиток суспільства, зростання виробництва, розширення зв’язків між різними країнами спричиняють посилення попиту на інформацію. Уже в ХVІ столітті у Венеції створюються спеціальні бюро, які збирають і готують інформацію за плату. Ці бюро – віддалені попередники сучасних інформаційних агентств. У 1825 році в Парижі француз угорського походження Шарль Гавас створює бюро, а в 1835 році – телеграфне агентство, яке цілком нагадує сучасну службу новин. Використавши цей досвід, співробітники Гаваса німці Вольф і Рейтер створюють власні телеграфні агентства: Вольф у 1849 році в Німеччині, а Рейтер у 1851 році в Англії. Поступово ця практика поширилась по всій Європі, а згодом і по всьому світу. Нині інформаційні агентства повсюдно забезпечують журналістську діяльність, поставляючи засобам масової інформації «сирий», фактичний матеріал (матеріал, оформлений за типом “твердої новини”, тобто без зайвої деталізації), але самі вони, як правило, не вступають у контакт з аудиторією.

Отже, сьогодні журналісти всього світу зобов’язані французові Шарлю Гавасу, який першим розкинув мережу своїх інформаційних представництв у різних місцевостях, продаючи газетам і журналам добути їм факти. На даний момент найбільшою популярністю на світовому ринку інформації користуються 5 могутніх агентств-гігантів, що забезпечують інформацією всі континенти земної кулі: **«Associated Press»** та **«United Press International» (США)**, **«Agence France-Press» (Франція)**, **«Reuters» (Великобританія)** та **ІТАР-ТАРС (Росія)**. Вони представлені на інформаційному ринку більшості країн і є найбільш потужними джерелами

інформації у світі. Вони працюють на п'ятьох континентах, передаючи інформацію всіма розвиненими мовами світу. Так, наприклад, частка інформаційної продукції американського інформаційного агентства «Associated Press» на ринку Європи сягає 80%.

У межах великих регіонів земної кулі розгортають свою діяльність регіональні агентства. Далі за величиною йдуть національні агентства, обласні, міські, а також ті, що створюються при видавництвах і віщальних компаніях.

Для підвищення оперативності найбільші інформаційні агентства користуються всіма видами сучасного зв'язку, зокрема й космічного, мають могутні комп'ютерні центри для збирання, підготовки, обробки і збереження інформації, яка безупинно надходить тисячам передплатників.

Кінець ХХ сторіччя ознаменувався виникненням унікального і надзвичайно перспективного джерела інформації – **глобальної комп'ютерної мережі Інтернет**. Це призвело до *утворення єдиного інформаційного простору*, у якому діє єдина система журналістики, що за допомогою електронних засобів соціального спілкування *формує масову свідомість у світових масштабах* без огляду на міждержавні кордони.

Український дослідник комп'ютерних і телекомунікаційних технологій у медіасфері О.К. Мелешенко стверджує: “Це надає нової якості журналістиці, що дає підстави називати її *журналістикою комп'ютерною*” – не у вузькому, “видовому” значенні, а для характеристики універсального, всеохоплюючого явища сучасності. Адже й текстова, й ефірна журналістика нині використовують спеціальні засоби

електронно-обчислювальної техніки, комп'ютерні й телекомунікаційні технології. Останні ж здатні матеріалізувати різноманітні операції з інформацією, відкривають принципово нові шляхи роботи з нею: представлення текстових, графічних, аудіо- і відеоданих, збирання, запис, зберігання, доступ, пошук, перегляд, аналіз, відображення і навіть відновлення втраченої інформації, її передача, поширення, а зрештою – видання журналістської продукції.

Проте в майбутньому, коли на рівних існуватимуть два інтелекти: *людський і машинний*, термін “комп'ютерна журналістика” набуде зовсім іншого змісту і цілком може скласти окремий напрямок у журналістиці. Сучасна ж комп'ютерна журналістика спирається на певну технологію, яку можна схарактеризувати, як: 1) *комп'ютерну* – за використанням засобів праці; 2) *інформаційну* – за предметом технологічного впливу; 3) *гуманітарну* – за сферою використання.

### **Питання для самоконтролю:**

1. *Що таке жанр і жанрологія?*
2. *Як виглядає класична система журналістських жанрів?*
3. *Чим зумовлений традиційний поділ жанрової системи журналістики на три групи?*
4. *Чому поділ журналістських творів на жанри і жанрові групи, а також внутрішньожанрові види є умовним?*
5. *Якою є спільна мета журналістських жанрів?*
6. *Етимологія терміна “інформація”.*

7. *Що таке соціальна інформація?*
8. *Коли в історії виникає соціальна інформація?*
9. *Коли збирання та поширення інформації набуває комерційного характеру і стає професією?*
10. *Назвіть три інформаційні ери і дві інформаційні революції в цивілізаційній історії людства.*
11. *З чого розпочалась історія інформаційних агентств?*
12. *Що собою уявляє п'ятірка найбільших світових інформаційних агентств-гігантів, які забезпечують своєю інформаційною продукцією всі континенти земної кулі?*
13. *Комп'ютерна журналістика як явище сучасності.*

## Тема 2.

# ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА СОЦІАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЇ

**Формула Квінтіліана. Інформаційний привід. Факт і новина в інформації. Сенсація. Загальні вимоги до інформаційних жанрів: інформаційність, оперативність, актуальність, суспільна значимість, фактологічна точність, лаконізм, виразність, декодованість, релевантність. Шість правил наближення інтересів. Методика роботи журналіста над інформаційними матеріалами.**

Початок теорії інформації поклав дві тисячі років тому **римський ритор Квінтіліан**, який жив у I ст. н.е. і був автором 12-томної праці, де, зокрема, стверджувалося, що основним достоїнством ораторського мистецтва є простота і щирість. Квінтіліан також стверджував, що про ту чи іншу подію або вчинок можна зробити висновок, якщо відома відповідь на 7 питань: quis? quid? ubi? quibus auxiliis? cur? quomodo? quando? Це твердження ввійшло в теорію журналістики під назвою

### *Формула Квінтіліана:*

1. **Хто?**
2. **Що зробив?**
3. **Де?**
4. **Якими засобами?**
5. **Навіщо?**
6. **Як?**
7. **Коли?**

У сучасних англомовних школах журналістики користуються дещо видозміненою формулою, яку прийнято називати

**Формула 5 W + H:**

1. Who?
2. What?
3. Where? + How?
4. When?
5. Why?

Отже: 1) Хто? 2) Що? 3) Де? 4) Коли? 5) Чому?  
+ Як?

Але жодна з подібних формул не дає нам у результаті опису тексту, який можна визнати інформацією. Не вистачає ще однієї обов'язкової умови для появи інформації, вимоги новизни факту чи явища, а саме – *інформаційного приводу*.

***Інформаційний привід*** – підстава, причина опублікування в пресі (або передачі по радіо, телебаченню, появи в комп'ютерній мережі) журналістського матеріалу, право на оприлюднення тексту, його “перепустка” на шпальти газет або в ефір.

*Це внутрішня якість твору, його наповненість суспільно-політичним змістом, що викликає цікавість у людей. Як специфічна здатність новизни самостійно і негайно впливати на сприймача інформації (читача, слухача, глядача), інформаційний привід закладений у кожному актуальному журналістському творі, адже він впливає із злободенності публікації (передачі), її вагомості і необхідності для сьогоденного дня.*

Основу інформації складає *факт*. Інформація – це відображення фактів у мовному або візуальному вираженні, відображення подій, явищ, ідей, що виникають у житті суспільства. Існує вираз: “Факти говорять самі за себе”. Дійсно, факти повідомляють, навчають, виховують, рекламують, викликають почуття. Мистецтво журналіста полягає в тому, щоб відібрати найцікавіші з них, найвиразніші і такі, що мають суспільне значення. Завдання журналіста – не безпристрасне фотографування життя, віддзеркалення подій, а цілеспрямований відбір таких фактів, які без зайвих слів демонструють необхідну ідею.

Душею інформації є *новина*. Щоб факт став основою інформації, він одночасно має бути новиною – така обов’язкова умова.

***Факт*** [від лат. *factum* – “зроблене”] – ***дійсне явище чи подія, невидумана пригода, те, що насправді мало місце, відбулося. Цей термін означає щось до певної міри відокремлене, одиничне. Факти широко використовуються в засобах масової інформації і становлять основу журналістського твору. Насичений яскравими фактами матеріал має пізнавальний характер, силу документальності і переконливої аргументації.***

***Новина*** – ***особливість подійної інформації, яка в момент свого виникнення (чи пізнання її аудиторією) несе додатковий і якісно інший фактаж у порівнянні з тим, що вже відомий суспільству. Відзначається дієвістю, впливом на її сприймача.***

Для масової, комерційної журналістики новина є синонімом *сенсації*.

***Сенсація*** [франц. *sensation*, від лат. *sensatio* – “відчуття”] – ***сильне, приголомшуюче враження від будь-якої події, а також звістка, повідомлення або сама подія, які справляють таке враження. У переносному значенні “сенсаційний” – значить вражаючий, той, що виходить за межі звичайного.***

Знаходження і повідомлення, а також створення сенсацій – одна з основних цілей жовтої преси, яка дозволяє залучити й утримати увагу читачів. Сенсація нерідко створюється на голому місці, або подія, яка є достатньо важливою сама по собі, роздувається для надання їй надзвичайного значення. Цій меті слугують неправомірні висновки з аналізу події або відбір однієї з гіпотез як факту, що здається репортеру обґрунтованим і відводить від нього дорікання в поданні неправдивої інформації. Існує також практика використання журналістами таблоїдної (жовтої) преси замість фактів так званих *фактоїдів* – *повідомлень і тверджень, які часто є неправильними або вигаданими, але видаються й сприймаються як реальні*. Наприклад, повідомлення про знаходження справжніх русалок або химерних тварин-мутантів, нових відвідин Землі інопланетянами, фантастичні здібності окремих людей бачити крізь стіни, жити під водою, літати над прірвою, про появу привидів та інших ірреальних сил тощо.

Кажуть, ще 1880 року редактор американської газети «Сан» Джон Б. Богарт дав визначення, яке згодом стало класичним: “Якщо собака покусала людину – це не новина; інша справа якщо людина покусала собаку: ось це новина!” В американських школах журналістики навіть запровадили спеціальну формулу «людина-кусає-собаку».

Інший американський журналіст Джек Лейт дає таке визначення інформації: “Інформація – це те, що змушує читача вигукнути: «Боже мій!»”. А за свідченням англійського журналіста Деніса Томпсона перед слухачами англійських шкіл журналістики як свого роду непорушний закон перебуває графічна схема, на якій накреслено, про що треба писати: ГРОШІ, ЇЖА, ПИТАННЯ СТАТІ, ЗДОРОВ’Я. Чотири принципи успіху!

Для жовтої преси сформульовано також закон семи “С”, який приводить до популярності та комерційного успіху будь-який медіа-проект: *сенсація, скандал, смерть, секс, страх, сентиментальність, самозбереження*.



“В античні часи тих, хто приносив погані звістки, страчували. Сьогодні ж, в епоху суцільно комерціалізованих медіа, картина швидше протилежна, – зазначає Зігфрід Вайшенберг у книзі «Новинна журналістика». – Адже медіа значною мірою живуть завдяки тому, що «виробляють» погані новини (bad news). Нещастя, трагічні події та катастрофи користуються в медіа значно більшою увагою, ніж позитивні новини. Відповідне прислів'я стверджує: «Only bad news are good news» («Лише погані новини є хорошими новинами»).

Тематика інформаційних матеріалів якісної преси – найрізноманітніша і майже нічим не обмежена, така ж багатопланова, як і саме життя. Майже всі вимоги в даному випадку стосуються, як правило, ефективності та форми подачі інформації: живо, цікаво, яскраво, захоплююче (і при цьому коротко) треба розповісти про суспільно важливу, злободенну подію.

### **Загальні вимоги до інформаційних жанрів:**

1) **інформаційність** – функціональна особливість журналістського твору, його насиченість фактажем. Від того, наскільки фактаж є важливим, яскравим, цікавим, актуальним, залежить доля матеріалу. За масштабністю, типом новин інформацію поділяють на два типи: *місцевого значення* і *загального значення*. За формою подання – “жорстка інформація” (суха, чітка, тільки по суті, без будь-якої деталізації, без жодного зайвого слова) і “м'яка інформація” (супроводжується деталями, поясненнями);

2) **оперативність** [від лат. *operatio* – “дія”] – здатність засобу масової інформації, спроможність журналіста вчасно і кваліфіковано порушувати актуальні проблеми, відгукуватися на важливі життєві події. Оперативність проявляється в умінні швидко й чітко написати матеріал, з найрізноманітніших прикладів відібрати найбільш суспільно вагомий. Від моменту, коли та чи інша подія відбулася, те чи інше явище виникло, та чи

інша ідея була висловлена, до моменту появи інформації про цю подію або явище, або ідею має пройти мінімальний термін. Будь-яке джерело, будь-який журналіст – автор інформації повинен прагнути бути першим, від кого суспільство цю інформацію взнало. Гонитва за темпами, за оперативністю інформації, за пальмою першості становить суть конкуренції поміж засобами масової інформації і наповнює щоденну роботу репортера.

Оперативність є одним з головних критеріїв цінності інформації, який вказує на свіжість, новизну повідомлення. Коли в тексті є слова “вчора”, “сьогодні”, “завтра”, цінність інформації різко зростає. Слова “нещодавно”, “днями” знижують оперативність, роблять інформацію малоцінною. Інформація “поза часом”, яка не передає “живого дихання”, “живого пульсу сучасності”, – загалом не потрібна. Якщо читачу (глядачу, слухачу) вже відомо з інших джерел про те, що повідомляє журналіст у своїй інформації, він його не зацікавить. Якщо ж це буде повторюватися, і журналіст, і газета (програма) втратять свою аудиторію;

3) **актуальність** [від лат. *actualis* – “діяльний, теперішній, сучасний”] – злободенність, необхідність, надзвичайна важливість порушуваних тем, проблем, питань. Актуальним вважається журналістський виступ, який відповідає вимогам сучасності, викликає інтерес. Актуальність журналістських матеріалів зумовлюється досвідом автора, його умінням помічати й показувати в явищах і фактах найсуттєвіше;

4) **суспільна значимість** називається вітчизняними теоретиками і практиками журналістики пріоритетною вимогою до інформації. Преса, радіо, телебачення не повинні нерозбірливо подавати лише ту інформацію, яка користується попитом, а передбачати, як ця інформація відбивається на суспільстві. Тотальний негативізм має поступитись місцем в інформаційному просторі позитивно значимим темам і повідомленням. Факти, які свідчать про

високу людську мораль, патріотизм, самопожертву, буденний героїзм, мають переважати;

5) **правдивість, фактологічна точність** також є однією з пріоритетних вимог. Журналіст повинен, незважаючи на обмаль часу, так званий “постійний цейтнот” у відділі “гарячих новин”, безпомилково наводити імена й прізвища людей, цифри, назви, вислови тощо. Неточності, помилки недопустимі, вони знецінюють і конкретний матеріал, і його автора, і газету (чи будь-який інший засіб масової інформації). Повідомлення з помилками, перекрученими прізвищами, неправильними цифровими даними викликають обурення і досаду, за цю прикрість редакції часто доводиться вибачатися, а читач (слухач, глядач) втрачає довіру до такого джерела інформації. Тому досвідчені журналісти по кілька разів, звіряючи кожну літеру з писемним текстом, ні в якому разі не довіряючи диктофону або іншим аудіо- чи відеозаписам (адже часто прізвище, назва звучить по-одному, а пишеться зовсім по-іншому), переконуючись у правильності кожної цифри, звертаючись до енциклопедій і довідників, перепитуючи учасників події і спеціалістів, страхуються таким чином від фактологічних помилок.

Також недопустимі будь-які надмірності, наприклад, перебільшення, прикрашання (“лакування”) фактів, смакування негативу тощо.

Однак, як уже говорилося вище, є тип журналістики (мова йде про жовту пресу, яка посідає досить значне місце майже в усіх країнах світу і зараз швидко розвивається в Україні, виконуючи розважальну функцію), у сегменті якої не просто бракує даної вимоги, але вона змінена на протилежну. Тобто псевдоінформація, квазіновина, “газетна качка” (фальшивка, вигадана подія, роздута сенсація, неперевірені чутки) тут є засобом боротьби за увагу читачів (глядачів), збільшення тиражу (рейтингу), а відтак і прибутків.

**Псевдо...** [від грец. ψεύδος – “обман, вигадка, помилка”] – у складних словах відповідає поняттям “несправжній”, “неправильний”.

**Квазі...** [від лат. *quasi* – “ніби, майже, немовби”] – у складних словах означає “позірний”, “фальшивий”, “ніби”.

**Газетна качка – фальшивка, підробка, неправдиве повідомлення.**

Існує кілька версій походження цього виразу. Наведемо основні з них.

- Німеччина. XVI століття. Авторство виразу приписується засновнику протестантизму (лютеранства) Мартіну Лютеру (1483–1546), який у своїй промові одного разу помилився і замість слова “легенда” сказав “люггенда”. Німецькою мовою “люгге” – “брехня”, “енте” – “качка”. Сприйняте на слух трансформувалося в “люгг енте”, що буквально означало “брехлива качка”. Відтоді так почали говорити про помилкові дані, неправдиву інформацію.

- Німеччина. XVII століття. Виникнення виразу пов’язується з практикою перших газет. Після сумнівних, але спокусливих для зростання тиражу, повідомлень журналісти, щоб лишитися в межах добропорядності, ставили помітку з двох літер: “NT” – енте, що являло собою скорочення латинського виразу “*non testatur*” – “не перевірено”. Умовний знак звучав як “енте”, що по-німецьки означає “качка”. З часом саме це слово все частіше стало вживатися для позначення журналістських псевдосенсацій.

- Бельгія. XIX століття. Журналіст Корнеліссен одного разу опублікував цілком серйозно, як нібито наукове повідомлення, анекдот про ненажерливість качок. Мовляв, якийсь учений взяв для досвіду 20 качок. Порубавши одну з них на дрібні шматочки, він віддав їх “на сніданок” іншим 19 качкам. Потім так само зробив з 19-ю качкою, віддавши її іншим 18. Таким чином “дослідник” начебто послідовно порубав усіх качок, аж поки не залишилась одна. Виходило, що за кілька хвилин одна качка з’їла 19 собі подібних істот. Незважаючи на очевидну неправдивість, очевидну неймовірність цього повідомлення, газети сприйняли цю потішну розповідь як чистісіньку правду і надрукували її на своїх сторінках, шокуючи такою псевдосенсацією легковірних читачів. Згодом, коли ця історія була осмислена у своїй суті, слово “качка” стало символом вигадок газетярів;

б) **стилість, лаконізм** [від грец. *λακωνισμός*] – гранично коротке висловлення думки, виняткова чіткість, небагатослівність. Термін походить від назви

давньогрецької області Лаконії, жителі якої (спартанці) уславилися чіткістю й стислістю мови. Це дорогоцінна якість як журналістських, так і літературних творів, яка полягає в ощадливому використанні словесного матеріалу і художньо-зображувальних засобів при найточнішому розкритті ідеї. Максимальна інформаційна насиченість тексту при мінімумі слів – ось формула, за якою працюють професіонали новинної журналістики.

Про стислість, як одну з основних вимог до творчості літератора, журналіста, існує безліч відомих висловів. “Сестрою таланту” називав стислість А.П. Чехов. Писати так, “щоб словам було тісно, а думкам просторо”, – вчив М.О. Некрасов. “Газета вимагає (і справедливо!) короткості викладу. Лаконізм (який не переходить у формалізм!) дисциплінує перо, тренує думку, збагачує мову”, – писав Юрій Яновський.

Щодо стислості інформаційних текстів існує ще один термін – **лапідарність** [від лат. *lapidarius* – “висічений на камені”]. Він означає максимально короткий, виразний стиль викладу.

7) **виразність, яскравість** – вимога, яка спростовує глибоко помилкове уявлення про те, що ознакою оперативної інформації є шаблонність, штампованість, трафаретність. Начебто виробництво інформації – справа поточна, конвеєрна, буденна, і тут немає місця для творчості, вираження авторської індивідуальності, фантазії, натхнення тощо.

Професіональні журналісти, які працюють у сфері інформації, знають, наскільки це складно – знайти яскраву форму для короткого новинного тексту, “оживити” сухе, жорстке повідомлення, що надійшло до редакції від інформантів, відійти від банального викладу факту і зробити матеріал цікавим, оригінальним, неповторним. Завдяки чому можна надати авторської обробки найкоротшому тексту? Знайти яскравий, влучний заголовок, індивідуальну інтонацію, змістовну рубрику,

унікальну фінальну фразу. Наймініатюрніший матеріал може бути поданий як шаблон, і може бути поданий як неповторний авторський твір;

**8) простота, ясність, декодованість** [від лат. *de...* – префікс, що означає “віддалення, скасування, припинення, усунування чого-небудь” + франц. *code*, від лат. *codex* – звід законів: усунування незрозумілої символіки, розшифрування тексту] означає доступність для аудиторії суті повідомлення. Часто журналісти використовують у своїх матеріалах складні терміни, іноземні вирази, аббревіатури, архаїзми, забуваючи розшифрувати для пересічного читача їхнє значення. Таким чином, текст інформації стає малозрозумілим, або (що набагато гірше) зрозумілим неправильно. Отже, журналістська робота втрачає результативність чи, навпаки, досягає протилежного результату. Тому треба завжди прагнути “геніальної простоти”, уміти про найскладніші речі розказати доступно, перекласти термінологічні “навороти” на “людську мову”, зрозумілу всім – і студенту, і пенсіонеру, і домогосподарці, і робітнику, а не лише спеціалістам з даної галузі (політики, науки, економіки, юриспруденції, медицини тощо).

Іноді в нашій пресі з’являються замітки, які треба читати зі словником іншомовних слів або енциклопедією. Шкода, що у журналістів, які готували ці тексти, не було чи то часу, чи то бажання декодувати інформацію. І не лише лексика, а й ускладнені синтаксичні конструкції значно утруднюють сприйняття тексту. Зробити матеріал малозрозумілим здатні й стилістичні складності, надмірна образність мови, композиційна безладність і т. ін. Між тим, журналіст пише для того, щоб бути прочитаним (почутим), інакше вся його діяльність втрачає будь-який сенс;

**9) релевантність** [від англ. *relevant* – “доречний, стосовний справи”] – відповідність інтересам аудиторії. З величезної кількості подій та фактів, що стають відомими

щодня, журналістові треба відбирати те, що може найбільше зацікавити аудиторію, тобто те, що читач (слухач, глядач) може співвіднести з власним життєвим досвідом, проблемами, сферою інтересів. Релевантність має свої закономірності і, знаючи їх, можна нецікаву інформацію зробити завдяки деяким професійним прийомам захопливою для сприйняття.

Так, паризький Центр підготовки і вдосконалення журналістів формулює

### ***ШІСТЬ ПРАВИЛ НАБЛИЖЕННЯ ІНТЕРЕСІВ***

**а) правило географічного наближення** (його друга назва – “**правило вбивчих кілометрів**”): чим далі від місця, де живе людина, відбувається подія, тим менше шансів, що новина видаватиметься цікавою. Смерть сусіди з рідного села завжди хвилює більше, ніж загибель тисячі людей десь за океаном.

*Якщо ж подія таки відбулася далеко від помешкання більшості читацької аудиторії, можна використати ось такі прийоми, щоб усе-таки привернути увагу читачів (глядачів):*

- *зробити наголос на наслідках цієї події для читача;*
- *підкреслити участь у події людей з його міста або країни;*
- *надати слово комусь з місцевих авторитетних діячів (лідерів думок), щоб прокоментувати даний факт;*
- *порівняти подію, що описується, з тією, що колись сталася в рідних для читача (глядача) краях;*

**б) правило хронологічного наближення** передбачає:

- щоб насамперед друкувалися важливі новини про події, які відбуваються сьогодні чи завтра;
- події, що сталися вчора і, щонайбільш, позавчора, можуть також бути відображені, але з прогнозом на майбутнє;
- інформацію про давнину або про надто віддалені в майбутньому події не можна подавати великим обсягом (якщо мова не йде про спеціалізоване історико-культурологічне видання або відповідну програму).

Визначено, що люди більше цікавляться тим, що відбудеться завтра, ніж учорашніми подіями. Відповідно, інформацію краще орієнтувати в майбутнє, ніж у минуле, і робити акценти на прогнозах.

Зважаючи на це, журналістам рекомендується таке:

- *заголовок, вріз, початок тексту краще орієнтувати на найближче майбутнє – тобто акцентувати увагу на наслідках події;*
- *перед тим, як починати, варто спробувати відповісти собі на запитання: що нового вносить ця подія в життя мого читача?*
- *у заголовку краще вживати дієслова в майбутньому, ніж у минулому часі;*
- *прямий хронологічний виклад події не бажаний;*

**в) правило емоційного наближення:** усе, що впливає на почуття, емоційний стан людини (лякає її, тішить, сердить, провокує сентиментальні згадки, асоціації з рідними, коханими, друзями, країнами тощо), може зіграти на інформацію позитивно. Це підтверджується стабільною цікавістю читачів усього світу до матеріалів про кохання і зраду, стосунки між батьками і дітьми, а також – популярністю рубрик про здоров'я. Інформація,



наскільки це можливо, має зворушити читача (слухача, глядача).

- *намагайтеся вмістити в заголовок, зачині, врїзі і навіть закінченні найбільш людські, “життєві” елементи;*
- *якщо тема надто технічна і вимагає серйозного, ясного заголовку, треба будь-що максимально олюднити початок тексту, роз’яснити, який зв’язок має новина з життям звичайних людей;*

**г) правило наближення за специфічними інтересами** кожне видання (кожна програма) визначають для себе окремо. Це інтереси, пов’язані із соціальною або національною, віковою або статевою належністю, з віруванням, професією, грошима, дозвіллям тощо. Так, національна газета може ставити більше акцентів на питаннях національної культури й мови, історії, фольклору, етнографії тощо; видання для селян – на питаннях, пов’язаних із сільськогосподарським виробництвом та життям українського села взагалі; молодіжна газета чи програма – на сучасній музиці, моді, проблемах навчання, молодіжній субкультурі; церковна газета – на питаннях віри, релігійних свят і обрядів; видання для пенсіонерів – на різних аспектах законодавства про пенсійне забезпечення, соціальні пільги та гарантії, проблемах лікування, геронтології тощо; жіночі видання – на проблемах материнства, виховання дітей і стосунків у сім’ї, косметології, кулінарії, моди і т. ін.

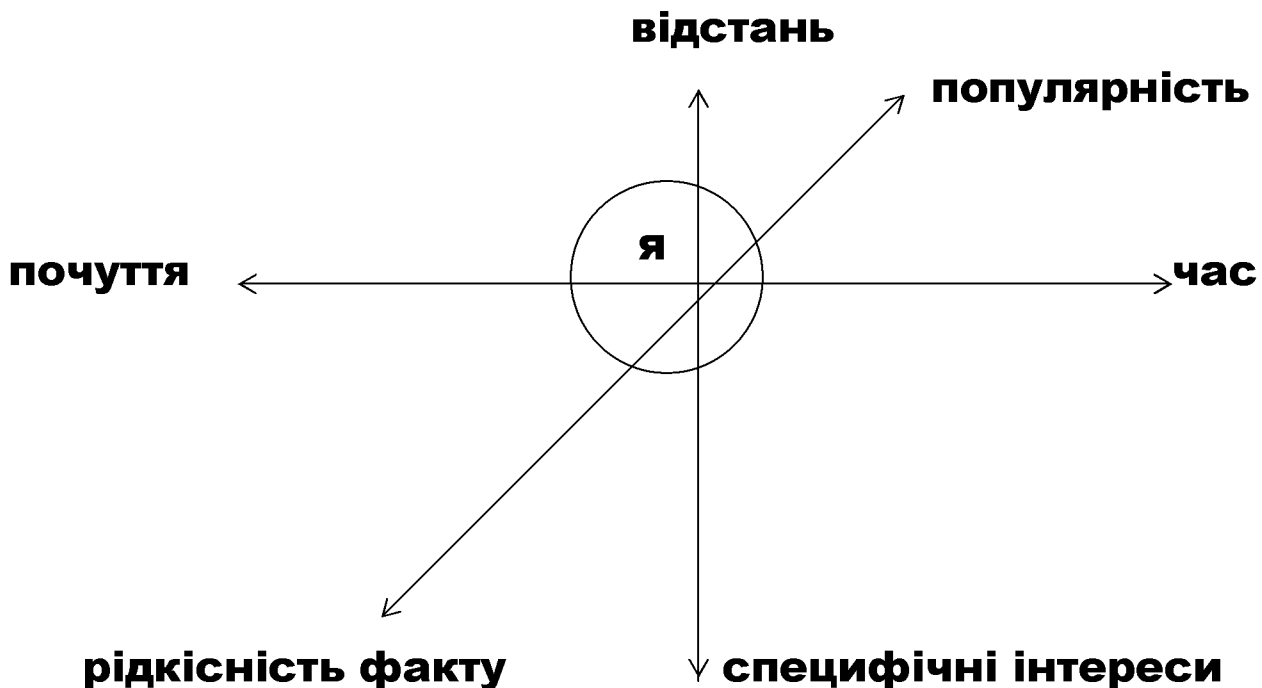
- *для того, щоб не втратити читача (глядача, слухача), відповідний засіб масової інформації мусить проводити регулярні анкетування електорату. Залежно від їх результатів*

*журналісти віддаватимуть перевагу тим чи іншим тематичним рубрикам;*

д) **правило наближення за принципом популярності** базується на тому, що популярні люди – артисти, співаки, політичні діячі, спортсмени – завжди привертають увагу звичайної людини. Інтерес виникає на контрасті: людей вабить блискучий, багатий, недосяжний світ “зірок”;

е) **правило наближення за принципом рідкості** виходить з того, що рідкісні, дивні, екзотичні факти чи явища теж приваблюють читацьку (глядацьку, слухацьку) аудиторію.

Паризький Центр підготовки й удосконалення журналістів розробив відповідну систему координат, тобто схему, відповідно до якої діють наведені шість правил наближення інтересів. Вона може допомогти краще дібрати тональність і змістове наповнення інформації.



Перед нами вектори (основні напрямки) інтересів людини. У центрі уваги (коло інтересів), на перехресті всіх векторів – власна персона читача (глядача, слухача). За

віссю “відстань” ми пересуваємось від рідного села, кварталу, міста до області, країни, частини світу. За віссю “час” ми переміщуємось від “сьогодні”, яке є в центрі схеми, до “вчора-завтра”, “місяць тому – через місяць”, “рік тому – через рік”... За віссю “почуття” ми рухаємось від найсильніших емоцій у бік того, що нас мало хвилює. За віссю “специфічні інтереси” пересуваємось від належності “Я” до конкретної соціальної, національної, вікової та ін. групи до інших категорій. За осями “популярність” і “рідкісність факту” – переміщуємося від найбільшого показника у бік його зменшення.

Найкраще читаються матеріали, збудовані на перехресті векторів: коли, наприклад, принцесу Монако змальовано як звичайну жінку, яку зрадив чоловік і не завжди розуміє батько. Або “зірку” естради чи спорту було пограбовано, скривджено. Тобто “працює” не тільки вісь “популярність”, але й вісь “почуття”. Взагалі найкраще впливають об’єднані осі. Так, вісь “рідкісність” взагалі не вважається самостійною і завжди спрацьовує в парі з віссю “почуття”.

Знаючи приблизно читацьку (глядацьку) аудиторію своєї газети (програми), варто шукати новини і сюжети там, де вони максимально наближаються до центру схеми. Для національної щоденної української газети чи програми було б ідеальним, щоби подія стосувалася України, сталася сьогодні або була запланована на завтра, мала емоційне забарвлення і впливала на щоденне життя українських громадян.

Якщо ж один із показників невиправно віддалений, краще збудувати матеріал так, щоб були максимально наближені до центру інші напрямки (або скористатись одним із прийомів наближення інтересів, які рекомендуються журналістам).

## *МЕТОДИКА РОБОТИ ЖУРНАЛІСТА НАД ІНФОРМАЦІЙНИМИ МАТЕРІАЛАМИ*

- Виникнення задуму (приблизний заголовок).
- Визначення (вибір) теми.
- Збір та організація фактологічного матеріалу.
- Написання тексту відповідно до обраної жанрової форми.
- Літературне оформлення матеріалу.
- Остаточна перевірка фактів, вичитка готового тексту.
- Контроль за виходом матеріалу у світ і його архівація.

### **Питання для самоконтролю:**

1. *Що собою уявляє в теорії інформації формула Квінтіліана?*
2. *Формула 5W + H.*
3. *Що таке інформаційний привід?*
4. *Факт і новина в інформації.*
5. *Як ви розумієте поняття “сенсація”?*
6. *Що таке фактоїди, де і для чого вони з’являються?*
7. *Критерії відбору інформації для якісної і масової (жовтої) преси.*
8. *Загальні вимоги до інформаційних жанрів.*
9. *Як ви розумієте оперативність – один з головних критеріїв цінності інформації?*
10. *Що значить актуальність інформації?*
11. *Чому однією з пріоритетних вимог до інформації є фактологічна точність?*
12. *Що таке псевдоінформація (квазіновина)?*
13. *Звідки з’явився вираз “газетна качка”?*
14. *Що означає лаконізм інформації?*
15. *Декодованість інформації.*

16. Релевантність інформації.
17. Шість правил наближення інтересів.
18. Як виглядає схема векторів інтересів людини?
19. Методика роботи журналіста над інформаційними матеріалами.

### Тема 3.

## **ЗАМІТКА – НАЙПОШИРЕНІШИЙ І НАЙПРОСТІШИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЖАНР ЖУРНАЛІСТИКИ**

**Визначення і жанрові особливості замітки. Факт і його осмислення в замітці. Правило “перевернутої піраміди”. Лід і його види. Заголовочний комплекс. Типи і функції заголовків. Різновиди заміток за формою і змістом. Хронікальна замітка. Коротка інформаційна замітка. Розширена інформаційна замітка.**

*Замітка* – найдавніший, найперший і найелементарніший жанр журналістики. Це той мікрожанр, з якого почалось інформування, з якого власне почалася журналістика. І сьогодні, через кілька століть, він залишається найпоширенішим, найнеобхіднішим, найекономнішим жанром інформування. Недарма про замітку кажуть, що то є “хліб журналістики”.

Замітка – найпростіша структура (як атом, або клітина), з якої виростають всі інші жанрові форми журналістики. Замітка повідомляє про важливий факт чи подію громадського життя.

### Жанрові особливості замітки:

а) *сконденсованість* (від лат. *condensatio* – згущення, ущільнення), тобто максимальна інформативна насиченість, текст – “стиснута пружина”;

б) *економність викладу* (мінімальний рядковий фонд, мінімальна кількість слів, про факт треба повідомити лише в його суттєвому, головному – “повнота, виражена у стислості”);

в) *висока оперативність* (жанр замітки спеціально розрахований на найбільшу швидкість повідомлення, відгуку, але треба зазначити, що цілком правомірними є також деякі види замітки, у яких немає точного визначення часу, наприклад, критична замітка, для якої точний час не має суттєвого значення, або він розмитий);

г) *універсальність* (тематика замітки нічим не обмежена, текст розрахований на наймасовішу, найуніверсальнішу аудиторію);

д) *простота* (лексичний, синтаксичний і стилістичний виклад мають бути максимально спрощеними, однак не примітивними);

е) *точність і конкретність* (замітка не терпить загальних фраз, усереднених міркувань, пафосних і ліричних відступів тощо; цифри, назви, прізвища, короткі цитати – чим конкретніше, тим краще! – мають бути присутніми в кожному реченні);

є) *однофактовість* (факт у замітці має бути одиничним, до того ж сутнісна інформація про нього має бути “очищена від шумів”, тобто додаткових і малосуттєвих відомостей, деталей, подробиць, відгалужень від основної теми, у яких факт не повинен загубитись; натомість ряд, або система фактів, що лежать в основі всіх жанрів аналітичної групи, тобто багатофактовість, – у замітці неприпустимі).

Усі ці характерні риси зумовили те, що залишаючись найменшим за обсягом і найпростішим за композиційною структурою жанром, замітка є чи не найскладнішою формою в плані написання. Адже її текст має відрізнятися бездоганністю і журналістові треба відшліфувати цю жанрову “мініатюру” так, щоб за допомогою найменшої кількості слів і речень викласти найповніший смисл, досягнувши найбільшого ефекту впливу на аудиторію.

Недарма термін «замітка» споріднений з дієсловом «помітити»: автор повинен виокремити з оточуючого головне, цікаве, унікальне, найбільш характерне та звернути на це увагу читачів.

Отже, дефініція замітки виглядає так:

***Замітка – найкоротший жанр інформаційної групи, у якому точно, стисло й оперативно подається повідомлення про окремі події або факти, що мають суспільне значення. Вона відповідає на питання “що?”, “де?”, “коли?” трапилось або відбулось. Цінність замітки полягає в її: 1) новизні; 2) сенсаційності; 3) оперативності.***

Факт і його осмислення в замітці. Факт складає сутність замітки (як ядро горіха). Він же є мірилом її цінності. Коли в замітці немає факту, про неї кажуть, що вона “висосана з пальця”. Коли дріб’язковий факт роздмухується, перебільшується, кажуть, що журналіст “робить з мухи слона”. Отже, факт замітки має бути суспільно значимим і нести в собі новизну для аудиторії.

Журналістові треба завжди пам'ятати, що факт інваріантний, лише виклад його, інтерпретація – варіативні.

**Інваріантний** [лат. “invariantis” – незмінний] – **характеристика величин, співвідношень, властивостей тощо, які не змінюються від тих чи інших перетворень змінних, пов'язаних з ними, наприклад, коли змінюють систему координат.**

**Варіантний** [лат. “variantis” – змінний] – **характеристика, яка вказує на змінюваність, мінливість.**

**Інтерпретація** [лат. “interpretatio”, від “interpretor” – роз'яснюю, перекладаю] – **роз'яснення, тлумачення, розкриття змісту чого-небудь.**

Визначення журналістом факту для замітки відбувається за такою схемою:

1. Хто є суб'єктом дії – окрема людина чи колектив (треба чітко окреслити суб'єкт)?
2. Яким є головний зміст події, яку треба відбити в замітці?
3. Чітке визначення часу події (такого-то числа, нещодавно, вчора, сьогодні, завтра, найближчим часом).
4. Де? (вказати точну адресу, чіткі координати події.)
5. Дати стисло характеристику суспільного значення того, про що йтиме розмова (це вперше, це має або може мати наслідки, це є досягненням чи прорахунком, це треба підтримати тощо).

Джерела фактів – документи (прес-релізи, анонси, довідки, стенограми, протоколи та ін.), власні спостереження, інтерв'ю, опитування, статистичні дані. Журналіст відділу новин постійно відбирає факти, ретельно перевіряє їх, шліфує свій виклад,



намагаючись бути максимально об'єктивним, тобто не змішувати факт зі своїм уявленням про нього, зі своєю власною оцінкою. Як говорять американці: *news not views* (новини без поглядів).

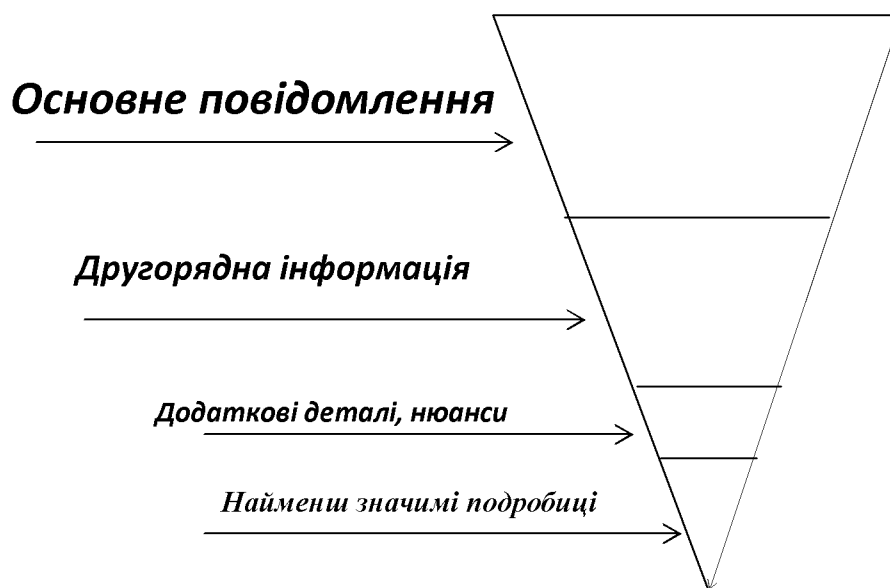
Ключовий стандарт, який чітко відрізняє новини від пропаганди, формулюється так: «Лише факти, жодних коментарів, оцінок чи узагальнень». Не справа новинної журналістики оцінювати чи коментувати. Треба весь час пам'ятати: аудиторія читає (дивиться, слухає) новини, щоб одержати інформацію про події, а не оцінки цієї події якогось журналіста чи його суб'єктивне ставлення до неї.

«Коментар вільний, проте факти священні», – ці знамениті слова К. П. Скотта, колишнього головного редактора газети «Манчестер гардіан», відображають характерне, перш за все, для англосаксонської журналістики відмежування інформації від висловлення думки. Засади редакційної політики британської *BBC* дозволяють журналістам коментувати лише події та питання, які стосуються проблем телебачення, і при цьому чітко зазначати, що факти скінчилися, почався редакційний коментар. Що ж до українських новин, то в них, на жаль, постійно зустрічаються оцінювальна лексика, коментарі репортерів та ведучих. На коментарі та оцінки журналіст має повне право, але поза новинами – у власних авторських програмах (аналітичних публікаціях), або якщо він сам є учасником якоїсь події і в нього беруть інтерв'ю.

Правило переверненої піраміди (*inverted pyramid*). Для зарубіжної журналістики композиційна структура короткої інформації є традиційно однотипною і відповідає відомій

схемі розподілу інформації – так званому «принципу переверненої піраміди». Вітчизняна журналістика не регламентує таким чином побудову замітки, хоча «модель піраміди» також активно використовує. Що ж собою являє це правило?

***Правило переверненої піраміди передбачає, що найважливіша, найсуттєвіша інформація – головне повідомлення – міститься на самому початку тексту у вичерпній, довершеній формі, а потім за принципом віддалення розміщуються все менш і менш важливі деталі та подробиці.***



## Приклади

### РЕЗУЛЬТАТ КОНФРОНТАЦІЙНОГО ІНТЕРВ'Ю

Прем'єр-міністр Італії Сільвіо Берлусконі став героєм скандалу на телеканалі RAI 3. У прямому ефірі він посварився з журналісткою, яка дотримується лівих поглядів і належить до числа противників Берлусконі, повідомляє Reuters. Її запитання призвели до того, що прем'єр залишив прямий ефір. Журналістка використовувала стиль конфронтаційного інтерв'ю, який популярний у США і Великобританії, але рідко зустрічається в Італії.

*“Урядовий кур’єр” № 48 (3213)*

### «ДОНБАС АРЕНА» НА МЕЖІ ФАНТАСТИКИ

***Відкрився перший в Україні стадіон, що відповідає стандартам УЄФА категорії «Еліт»***

Який він, 50-тисячний стадіон «Донбас Арена», багато українців дізналися та побачили, подивившись ТБ-церемонію відкриття спорткомплексу, яка відбулася на минулих вихідних. На «Гранд Шоу» на честь відкриття стадіону побувало близько 45 000 осіб.

Ще раз хотілося б нагадати, що це перший в Україні та Східній Європі стадіон, спроектований і побудований у відповідності зі стандартами УЄФА категорії «Еліт». Прогнозують, що «Донбас Арена» увійде до 10 кращих стадіонів світу за рейтингами журналу Forbes.

Зазначимо, загальна вартість проекту стадіону та парку навколо нього становить 400 мільйонів доларів. Інфраструктура «Донбас Арени» представлена також трьома висококласними ресторанами, лаунж-баром, чотирма барами, 53 фаст-фудами, фан-кафе, центром фітнесу, музеєм ФК «Шахтар», десятком торговельних точок. Початок будівництва об'єкта — 2006 рік.

Дизайн «Донбас Арени» розробила компанія «АрупСпорт», що свого часу створила стадіони «Манчестер Сіті» (Англія), «Альянц» (Німеччина), «Іспаньол» (Барселона) та «Сідней» (Австралія). Завдяки незвичайному дизайнерському рішенню — ефекту ширяючого даху — донецька арена за формою нагадує «літаючу тарілку». Головною особливістю стадіону стала овальна форма, а також повністю застклений фасад. За розташуванням він співпадає із РСК «Олімпійський». Дах арени нахилений у напрямку з півночі на південь, повторюючи схил ландшафту, посилюючи природне освітлення та провітрювання поля. Зовнішнє підсвічування фасаду дозволяє стадіону в темний час доби виблискувати, як діамант.

*“День”, Інтернет-версія № 153 (2009 р.)*

На вершині “піраміди” (тобто на початку замітки) знаходиться найважливіше і найкоротше. Допоміжні деталі, подробиці, уточнення розміщуються за методом зменшення їх значимості, “приглушення” інтересу. При цьому початкові елементи текстової “піраміди” є логічно завершеними, самодостатніми інформаційними повідомленнями.

“Пірамідальна” композиція інформаційної замітки має пряме призначення: такий текст можна миттєво скоротити, відрізавши знизу будь-яку кількість речень, при цьому основне повідомлення аж ніяк не постраждає, а це в практиці новинної журналістики дуже важливо. За іншої ж структури замітки текст задля скорочення треба переробляти повністю, від початку до кінця, що потребує не просто додаткових творчих зусиль, а й додаткового часу, затримує вихід інформації, знижує її оперативність.

При “пірамідальній” побудові тексту замітки Зігфريد Вайшенберг, автор книги “Новинна журналістика” (Київ, Академія Української Преси, 2004) радить дотримуватись таких загальних правил:

- не перевантажувати вступне речення;

- не подавати занадто багато фактів в одному реченні;
- варіювати розмір речень (загальний принцип – якомога коротші речення);
- не будувати задовгих абзаців;
- уникати всього пишномовного, зайвого;
- послідовно викладати інформацію залежно від її ваги.

Отже, згідно з правилом переверненої піраміди нова найважливіша інформація виноситься на початок повідомлення і лише після цього подається загальний контекст або ретроспектива попереднього розвитку подій. Така схема побудови новин, – зазначає Зігфрід Вайшенберг, – значно відрізняється від побудови художнього твору. В драмі, наприклад, спочатку йде вступ, потім події та факти по наростаючій, і зрештою – кульмінація.

Для того, щоб привернути увагу читача до замітки, автор розпочинає її з *лід* (*врізу*) – особливого початкового елемента журналістського тексту, у якому відразу коротко окреслюється тема матеріалу. Це ввідний абзац, своєрідний зачин, яким відкривається текст публікації.

**Лід** [від англ. *lead* – “керувати, очолювати, займати перше місце, бути попереду”] – **короткий виклад журналістського матеріалу, що розміщується після заголовку й перед основним текстом. Завжди набирається відмінним від основного тексту шрифтом – жирним або курсивом, може бути виділений іншим форматом. Виконує роль заспіву до виступу. Існує правило, згідно з яким матеріал, довший за 100 рядків, мусить бути супроводжений лідом.**

Лід покликаний представити аудиторії наступний матеріал, привернути її увагу, але найважливіша його мета – зорієнтувати читача у змісті наступного тексту. У західній журналістиці використання ліду є обов’язковим професійним прийомом, розроблена ціла теорія його застосування, його різновидів, його ефективності. Так, “Гід журналіста”, представлений Центром

підготовки і вдосконалення журналістів (Париж), повідомляє про те, що “Велика французька революція” у способі написання ліду сталася ще в 60-х роках і триває досьогодні, а спричинена була цікавим відкриттям соціологів. Було доведено, що читачі не дочитують до кінця майже половину матеріалів. До того ж різке падіння накладів щоденної й щотижневої преси, паралельно до збільшення популярності телебачення та спеціалізованих журналів змусило представників мас-медіа більше цікавитись не тільки змістом, але й зовнішньою презентацією своєї продукції.

У 80-ті роки лід набув надзвичайно широкого застосування. Адже відповідні дослідження довели: за 3 секунди проглядається заголовок, за 30–40 секунд – лід, і за 3–5 хвилин – цілий текст. Очевидно, що “проміжний етап”, яким є лід, дає шанс зацікавити читача інформацією, яка його не надто привабила заголовком. Таким чином, саме лід має вирішальне значення для просування новин у свідомість читача.

Виділяють дві головні функції ліду: 1) інформаційну і 2) мотивуючу. Здійснюючи першу функцію, лід мусить інформаційно розширити назву, тобто сказати читачу більше, ніж заголовок. Виконуючи другу функцію, лід має збудити цікавість читача, заінтригувати, іноді шокувати його, дати мотив для ознайомлення з наступним текстом.

Професійний журналіст повинен володіти мистецтвом складання лідів, адже лід – ні що інше, як стиснутий у кілька фраз наступний матеріал. Відповідно до французької методики вдосконалення працівників ЗМІ визначено кілька правил написання лідів, яких рекомендується дотримуватись:

- 1) лід має бути написаний простіше за звичайний журналістський текст, короткими простими реченнями, з використанням сильних дієслів;
- 2) лід не мусить перераховувати цифри, аббревіатури, вживати маловідомі власні назви й терміни;
- 3) початок ліду не повинен повторювати назву;

- 4) лід і заголовок мають складати дві синтаксично й змістовно незалежні конструкції, кожна з яких є завершеною формою, повністю зрозумілою без іншої;
- 5) лід є незалежним також від зачину тексту, тобто перших фраз журналістського матеріалу;
- 6) лід найчастіше відповідає на запитання: **ЩО СТАЛОСЯ? ЧОМУ? У ЯКИЙ СПОСІБ?**

Американська навчальна література з журналістики також велику увагу приділяє цьому композиційному елементу зовнішньої подачі газетних матеріалів, розуміючи його виняткове значення для зацікавлення читача. Надзвичайно розвинена тут типологія лідів, яка налічує більше п'ятнадцяти його різновидів.

Зокрема, в процесі підготовки “жорстких” новин рекомендується застосовувати такі види лідів:

1) Лід “одного елемента”. Використовується у тому випадку, якщо в новині є дійсно дуже сильний елемент, який доцільно виділити (увага зосереджується на імені відомої особистості, або на підсумку, або на часі чи винятковості події тощо).

2) Лід-узагальнення. Використовується тоді, коли в інформації є декілька однаково важливих елементів (рівна увага до персони і до дії).

3) Лід-“вішалка”. Майже вичерпує новинний матеріал. Автор “навішує” на перший абзац відповіді відразу на всі питання (що рідко буває виправданим, а іноді призводить до сумбурного, хаотичного лідів).

4) Лід – негайна ідентифікація. Починається з відповіді на питання “хто?”, причому дається абсолютно точна відповідь,

оскільки центр новини – участь відомої особи у події, яка описується.

5) *Лід-уповільнена ідентифікація*. Використовується в тому випадку, коли особа сама по собі не є важливою, але стала такою внаслідок зробленої дії, якогось вчинку (наприклад, вбивства). Зачин з “хто” не дає вичерпних відомостей про особу (ім’я, професія, посада і т. ін.), частина таких відомостей перекидається на наступний абзац.

6) *Лід – “одичний постріл”*. Використовується, коли предмет повідомлення (головна новина) може бути дуже коротким, позначеним афористично, наприклад: “Переговори відбудуться – це вирішено”.

7) *Лід-коментар*. Новини часто виглядають об’єктивно, але супроводжуються побіжним коментарем журналіста, якщо у фразах зустрічаються вступні слова й обмовки (“однак”, “незважаючи на”, “хоча..., але...” та ін.). Інколи лідом-коментарем є *комбінований лід*, який в одній фразі містить відповіді на питання: “Хто+чому?”, “Що+чому?”, “Що+як?”. Наприклад: “З колосальними зусиллями подолавши...”, “Визнаючи на словах...” або “Спалив себе, протестуючи...”

8) *Лід-каламбур* або *ігровий лід*. Звичайно зустрічається на сторінках популярної, розважальної преси та в місцевих виданнях. В основі таких лідів – назви фільмів, телепередач, імена “зірок”, просторічні звороти і т. ін. Наприклад: “Молода красуня, дружина творця телепередачі «Алло! Алло!» Джеремі Ллойда погрожує сказати йому «Пока! Пока!».



9) *Лід-розповідь*. Використовується, якщо незвичайність події може бути показана через стислу хронологію її перебігу. Іноді переліку фактів передують коротке узагальнення. Наприклад: “Бонн. Німецькі поліцейські вчора червонілися від сорому: спочатку вони допустили втечу чотирьох небезпечних злочинців з тюрми, яка надійно охороняється, надали їм машину й два мільйони марок, а потім втратили їхній слід – повідомляє агентство”.

Для “м’яких” новин – захопливих, але не особливо оперативних, зі спокійним перебігом подій, рекомендуються інші ліди. Вони не настільки чіткі, проте інтригуючі, такі, що роздразнюють уяву читача, підготовлюють його до сприйняття наступного тексту.

1) *Оповідальний лід*, або “лід-переказ”.

2) *Контрастний лід*, або “лід-контраст”. У першому абзаці стикається старе і нове, “вчора” і “сьогодні”, різні обставини, якими супроводжується подія.

3) *Лід-“стаккато”*. Це ряд коротких, уривчастих, “телеграфних” фраз-напівнатяків, окремих елементів змісту. Недомовка ліду-“стаккато” як подразник для читача часто використовується в масовій пресі.

4) *Спеціально адресований лід*. У перших фразах тексту міститься пряме звертання до читача (“ви”, “ваше” і т. ін.).

5) *Лід-питання*. Форма запитання може бути як відкрита (зі знаком питання в кінці речення), так і замаскована,

приглушена, наприклад: “Невже можна повірити в те, що було сказано на конференції...”

(Ліди “жорстких” новин ніколи не розпочинаються із запитань.)

6) *Лід-цитата*. Перший абзац розпочинається з відкритих лапок – прямої мови, відтворення чиеїсь думки, чиїхось слів. Така форма зачину більше поширена в європейській (зокрема, французькій), ніж в американській пресі.

7) *Лід-“каприз”*. Творчий варіант ліду, дуже часто іронічний, який полягає в обігруванні ситуації.

Типологія лідів російської журналістики виглядає скромніше, але в деяких елементах нагадує американську:

1. *Резюме* – коротке зображення події або її результатів.
2. *Одиничний* – вичленовує один важливий аспект.
3. *Драматичний* – підкреслює гостроту ситуації.
4. *Аналітичний* – у ньому наявні, як мінімум, дві протилежні тези.
5. *Затяжний (нарисовий)* – звичайно персоніфікований або заснований на випадку з життя.
6. *Цитатний* – заснований на висловленні визначеної особи.
7. *Питальний* – передісторія чи абзац-зв’язка, котрі зв’язують факт з тим, що відбувається.
8. *Ситуаційний* – передісторія чи абзац-зв’язка, котрі зв’язують факти з тим, що відбувалося раніше.

Українська журналістичознавча література власну класифікацію лідів не пропонує, вдовольняючись посиланнями. Можливо, тому що сама практика використання лідів в українській пресі не стала надто поширеною. Значна кількість українських газет обходиться без ліду, деякі подають лише один його вид – резюме, часто повторюючи сказане в заголовку або в тексті інформації. Також часто лід не є в нашій пресі

самостійним елементом, а лише зв'язкою поміж заголовком і текстом інформації. Іноді це просто перший абзац новини, який виділено іншим шрифтом.

Приклади лідів з української преси

### **ВАГОННІ АФЕРИ**

**Пасажири кримського напрямку досі вимушені трястися у вагонах 60-х років. Бо деякі посадовці Сімферопольського пасажирського депо вирішили замінити нові вагони на старі.**

Транспортна прокуратура порушила кримінальну справу і з'ясувала, що ця обладка не поодинокі. Днями начальники-спритники з цього депо стали фігурантами ще двох справ за фактом втрати та розкомплектування вагонів. Одну з них уже направлено до суду, інша – на стадії слідства. Збитки, завдані залізниці, сягають сотні тисяч гривень. Порушено кримінальну справу й стосовно аферистів із Джанкойського вагонного депо, які старі цистерни чомусь уперто не відправляли у брукхт, хоча давно замінили їх на нові.

**Віктор ХОМЕНКО.**

Крим.

*“Голос України” № 46 (3796)*

### **ШКОЛА ЗА ГРАТАМИ**

**Класи для навчання неповнолітніх ув'язнених відкриють у Кіровоградському слідчому ізоляторі.**

Таке рішення було прийнято виконавчим комітетом міської ради. Як зазначила під час його засідання начальник міського управління освіти Лариса Костенко, нині в Кіровоградському СІЗО перебувають і мають здобути освіту 40 неповнолітніх.

Лариса Костенко повідомила, що неповнолітні навчатимуться заочно при вечірньому відділенні Кіровоградської загальноосвітньої школи № 29. Навчання розпочнеться першого квітня 2006 року і фінансуватиметься за рахунок внутрішніх резервів управління освіти.

**Олег БОНДАР.**

Кіровоград.

*“Голос України” № 46 (3796)*

**“ОБЛИЧЧЯМ ДО ВОГНЮ”**

**Таку назву має нова книжка поезій Олександра Мороза, презентація якої відбулася в колонному залі Національної філармонії України. Теми виборів не торкалися. Говорили тільки про прекрасне. Сам Олександр Олександрович весь вечір читав поезії з нової книжки – ліричні, публіцистичні, філософські.**

Звучали пісні відомих композиторів на слова О. Мороза у виконанні ушавлених колективів та співаків, зокрема народних артистів України Миколи Шопші, Мар'яна Гаденка, Алли Кудлай. Але чи не найбільшу втіху іменинник отримав від дитячого хореографічного колективу “Барвіночок”, у якому українські народні танці виконували його онуки. А найменша, Ліля, у віночку й вишитій сорочці підспівувала дідові із залу.

Із виходом нової збірки О. Мороза привітали мер Києва Олександр Омельченко, поети Михайло Шевченко, Володимир Черепков, земляки, побратими, шанувальники.

**Галина АНДРОЩУК.**

*“Вечірній Київ” № 45 (17703)*

Свім

## **СТУДЕНТИ КИДАЛИ В ПОЛІЦЕЙСЬКИХ СТІЛЬЦІ І КНИЖКИ**

**З квітня у Франції почне діяти закон, згідно з яким молодих спеціалістів можуть звільнити з роботи без жодних пояснень. Відповідний нормативний акт прийняв минулого четверга місцевий парламент.**

Французька молодь бурхливо виступає проти змін у трудовому законодавстві. Протестують десятки тисяч людей по всій країні. У Парижі вже тиждень неспокійно. 200 студентів Сорбонни, найдавнішого університету Франції, минулої суботи забарикадувалися в приміщенні навчального закладу. Коли поліцейські намагалися наблизитися до будівлі університету, із верхніх вікон в них полетіли стільці, вогнегасники і книжки. Поліція застосувала проти бунтарів сльозогінний газ і взяла Сорбонну штурмом.

Одного студента та ще одного фотографа в сутичці поранили. 27 чоловік заарештували.

Міністр освіти Франції Жіль де Роб'єн стверджує, що студенти пошкодили приміщення і знищили чимало давніх книжок в бібліотеці університету.

За даними деяких досліджень, у Франції не працює близько 20 відсотків молодих людей до 26 років. Французький уряд вирішив, що новий закон допоможе побороти безробіття серед молоді: роботодавці, які зможуть у будь-який момент звільнити молодого спеціаліста, будуть охочіше брати їх на роботу. Студенти ж переконані, що урядові реформи зроблять їхню невпевненість у завтрашньому дні геть нестерпною.

**Наталка СЛОБОДЯН.**

*“Газета по-українськи” № 43 (85)*

Лід (вріз), рубрика, заголовок і підзаголовок разом складають так званий *заголовочний комплекс*, який є основним елементом зовнішньої презентації журналістського матеріалу.

**Заголовок** – назва словесного твору, яка відображає його основну ідею і є важливим елементом його структури.

“Тріумфальною аркою” до публікації називає заголовок французька методична література з журналістики. Адже згідно з дослідженнями, 3/4 читачів визначаються, читати матеріал чи ні, залежно від заголовка. Трафаретний, невдалий заголовок може “вбити” прекрасний матеріал і навпаки: якщо назва справді влучна, вона може “витягти” досить посередню за змістом публікацію.

**Типи заголовків.** Заголовки поділяються за типом постановки питання, на яке вони відповідають. Якщо основне завдання заголовка – нести нову інформацію читачу, – це **інформаційний заголовок**. Якщо ж він інтригує, дивує, намагається принадити читача, впливаючи на нього емоційно, – це **мотивуючий заголовок**. Від 40 до 60 відсотків заголовків загальнополітичних ЗМІ є саме інформаційними.

Вимоги до інформаційного заголовка досить прості: 1) він має бути гранично ясним і зрозумілим; 2) він має являти собою найпростішу синтаксичну конструкцію; 3) він повинен бути максимально коротким.

Техніка підбору інформаційного заголовка складається з двох “кроків”:

1. Точно визначитись із **основним повідомленням** та **кутом його подачі**; чітко відповісти собі на запитання: що обов’язково мусить запам’ятати читач (оскільки багато хто обмежиться прочитанням лише назви)?
2. Використовуючи правило наближення інтересів, знайти в основному повідомленні **ключові слова** чи слово (краще сильне дієслово) й поставити в заголовок.

Завдання мотивуючого заголовка інше – заінтригувати читача, “не виказавши” при цьому ключової новини. Ризик очевидний: якщо читач не зацікавиться, повідомлення залишиться непоміченим.

Техніка підбору мотивуючого заголовка представляє собою кілька “шляхів”, якими може піти журналіст:

1. **Шокувати** – знайти ключові слова, співвідносні зі змістом повідомлення, здатні “струсоннути” чи просто здивувати читача:

*«А ми з кумом – бандити...»* (завершився суд щодо вінницької «банди родичів», котрі зізналися у вбивствах, про які ніхто не знав);

*«Чи не скисла горілка?»* (тільки українська горілка, єдина у світі, має термін придатності);

*«Не хворійте, бо немає... бланків»* (на Житомирщині у лікувальних закладах закінчилися бланки лікарняних листків);

*«Міняю нирку на квартиру...»* (люди намагаються знайти гроші на квартиру, жертвуючи власним здоров’ям).

2. **Перекроїти відому фразу**, взявши за основу назву відомої книжки, чи популярного фільму, або прислів'я, крилату фразу, афоризм тощо:

*«Хай завжди буде Шрек!»* (на екрани ще не вийшов третій епізод улюбленого мультика, а вже починають знімати четвертий);

*«Коні не винні. Винний мер»* (київський Пирогів ризикує стати іподромом і розважальним комплексом водночас);

*«Пани б'ються, а в діабетиків чуби тріщать»* («інсуліновий» скандал у Харкові набирає обертів);

*«За інвестора жито його ж і побито...»;*

*«На майдані коло... серця»;*

*«Грім вдарив, а чиновник не перехрестився...»;*

*«Властеліни "золотих акцій"»;*

*«Віднесені вітром. Куди впали зірки українського кіно?...»;*

*«Бермудський трикутник свободи»;*

*«Батіг без пряника»;*

*«Чи є життя після пенсії?»;*

*«Збройове яблуко розбрату».*

3. **Скористатися грою слів:**

*«Гіркі уроки “солодкої” хвороби»* (кожних 10 секунд у світі від ускладнень цукрового діабету помирає людина. Цього року число хворих на “солодку недугу” в Україні перетнуло мільйонну позначку);

*«Вересень у жовтні. На зйомках»* (Микола Вересень знімається в новому фільмі, виконуючи одразу три ролі);

*«Зібрали більше, ціна – менша»* (саме з такою арифметикою зіткнулися господарники);

*«Рок-урок»* (“Танок на майдані Конго” записав серію уроків англійської мови «Рок-англійська»);

*«Думи і “Думка”»* (інтерв'ю з художнім керівником і головним диригентом капели «Думка»);

*«Влада сили і сила влади»;*  
*«Тарифи для будь-якого уряду – рифи»;*  
*«Системна безсистемність».*

4. **Відримувати** заголовочну фразу, зробити з неї віршик:

*«І Купідон, буває, “в яблучко” не влучає» (в Україні росте кількість розірваних шлюбів);*  
*«Втрачаємо навіть те, чого не маємо» (у рейтингу конкурентоспроможності Україна опустилася з 68-го на 78-ме місце);*  
*«Марихуана – найкраща робота для Івана»;*  
*«Проїдання і недоїдання як основа місцевого самоврядування»;*  
*«Що винен – віддати повинен»;*  
*«Україна росте з насінини».*

5. **Сполучити слова у несподіваний спосіб:**

*«Валюта пішла в прийоми»;*  
*«Захворіли виборами»;*  
*«Не наїлися депутатством»;*  
*«Ми забули про пташиний грип, але він не забув про нас...».*

Можна виділити такі *основні функції* заголовка:

- заголовок дозволяє читачу зробити вибір, що саме він читатиме;
- заголовок спонукає прочитати текст;
- заголовок дозволяє структурувати полосу;
- заголовок працює на імідж видання.

**Підзаголовок** – важливий елемент журналістського тексту, який доповнює, роз'яснює основний заголовок або має на меті систематизувати великий матеріал (у цьому випадку підзаголовки мають бути розподілені по всьому тексту регулярно, через подібні за довжиною інтервали, і виписані так, щоби читач міг проглянути крізь підзаголовки, немов через віконця, всю публікацію).



**Рубрика** [лат. *rubrica* – “заголовок закону”, від *ruber* – “червоний”] – особливий вид заголовка в газеті або журналі, який групує опубліковані матеріали за відповідними проблемами чи жанровими ознаками. На відміну від інших видів заголовка рубрика не розкриває змісту журналістських творів, а тільки в найзагальніших рисах підкреслює їх характерні особливості або вказує на проблему (“Новини і коментарі”, “Політика великим планом”, “Україна і світ”, “Кримінал”, “Відверто про актуальне”, “Україна: що? де? коли?”, “З останніх новин”, “Листи наших читачів” тощо).

Не будучи прив’язаною до конкретного матеріалу, рубрика може повторюватись у багатьох номерах видання. Набирають рубрики, як правило, іншим шрифтом і вміщують над заголовками.

Останнім часом з’явилися і поширилися у вітчизняній пресі так звані коментуючі рубрики, які максимально стисло (а часто й емоційно) коментують подальшу інформацію: “Знай наших!”, “Овва!”, “Го-о-ол!”.

**Різновиди заміток.** Оскільки змістова палітра замітки – універсальна, будь-яка класифікація цього жанру за змістом не просто не вичерпує всіх видів, а просто втрачає сенс. Хоча деякі сучасні жанрологи все-таки пропонують подібну типологію за змістовними ознаками, наприклад: *замітка-повідомлення*, *замітка-відгук*, *замітка-пропозиція*, *замітка-побажання*, *замітка-подяка*, *замітка-прохання* і *критична замітка* – у книжці “Журналістика” Г.П. Кривошеї.

Класифікація заміток за формою більш поширена і виправдана, адже будь-яку новину можна повідомити гранично коротко, у загальних рисах, або деталізувати – залежно від значення повідомлюваного факту. Відповідно можна виділити три види заміток: 1) *хронікальна замітка*; 2) *коротка інформаційна замітка*; 3) *розширена інформаційна замітка*.

**Хронікальна замітка** – найкоротше повідомлення (до 20 газетних рядків), блиц-інформування без подробиць і деталізації. Підкреслено оперативно подається тільки факт. Хронікальні повідомлення зазвичай друкуються без заголовків та авторських підписів спеціальними добірками під однією загальною рубрикою: “Коротко” (“Голос України”), “Панорама подій” (“Урядовий кур’єр”), “Кількома рядками” (“Демократична Україна”), “З останніх новин” (“Вечірній Київ”), “Вісті звідусіль” (“Урядовий кур’єр”), “Стало відомо, що...” (“Газета по-киевски”), “No comment” (“Факты”), “Хроніка подій” (“Вечерние вести”) та ін. В інформаційних повідомленнях радіо й телебачення вони теж не виділяються, стають частинами тематичних добірок, оглядів.

Мова хроніки – суха, чітка, ділова, відсторонена, офіційна. Синтаксичні конструкції, як правило, – прості короткі речення. Можуть бути використані і складнопідрядні (складносурядні) двоскладові речення, але ясні, легко зрозумілі без потреби перечитування.

**Хроніка** [грец. *χρονικά* – “літопис” від *χρόνος* – “час”] – **короткі повідомлення.**

**Блиц** [від нім. *Blitz* – “блискавка”] – **максимально скорочений за часом, блискавичний.**

Приклади з української преси

**Коротко**

- Продажі нових автомобілів в Україні в лютому зросли майже на 50% порівняно з аналогічним періодом минулого року.
- За останній тиждень на українських підприємствах загинуло 16 працівників.
- 840 українських миротворців у 9 країнах візьмуть участь у голосуванні на виборах до Верховної Ради.
- Третій блок РАЕС знову відключено через неполадки.

“Голос України” № 46 (3796)

## УКРАЇНА: ЩО? ДЕ? КОЛИ?

### Кількома рядками

◆ **12 березня після проведення поточного ремонту до мережі було підключено енергоблок № 3 Рівненської АЕС.** Того ж дня увечері виявлено парування на верхньому блоці реакторної установки, і через це блок знову було відключено від мережі, реакторну установку заглушено, вона розхолоджується.

◆ **Через танення снігу в Мелітопольському районі Запорізької області в селі Костянтинівка підтоплено 102 житлових будинки, одну оселю зруйновано.**

У Бердянському районі під загрозою підтоплення залишаються села Старопетрівка та Луначарське. В Розівському районі ґрунтовими водами підтоплено погребі у 20 селищах району.

Ведеться постійний контроль рівня води на річках області.

◆ **Троє осіб загинуло і троє травмовано через дорожньо-транспортну пригоду в Запорізькій області.**

Трагедія сталася на автодорозі “Оріхів – Бердянськ”, у селі Нововасилівка. Водій автомобіля “ІЖ-412” виїхав на смугу зустрічного руху, де машина зіткнулася з мікроавтобусом “Мерседес-Бенц”. На місці події загинули водій та двоє пасажирів автомобіля. Трьох пасажирів мікроавтобуса поранено. Серед потерпілих – п’ятирічна дитина, яка отримала черепно-мозкову травму.

◆ **Прорив магістрального газопроводу високого тиску на ділянці біля села Кипячка Київської області ліквідовано.** Надзвичайна ситуація сталася у суботу через зсув ґрунту. Жертв, потерпілих і загрози довкіллю немає. Тимчасово без газу залишилися 757 користувачів. Протягом доби прорив було ліквідовано.

◆ **Учора вранці на мосту метро в Києві загорівся автомобіль.** Це сталося між станціями метро «Дніпро» і «Гідропарк».

Як пояснили в Департаменті ДАІ МВС України, причиною було самозаймання автомобіля «Волга» ГАЗ-3110. Ніхто не постраждав.

*“Демократична Україна” № 46 (23343)*

## **СВІТ: ЩО? ДЕ? КОЛИ?**

### **Кількома рядками**

◆ У Мадриді хвилиною мовчання та квітами вшанували пам'ять про жертви мадрридських терактів. Сюди приїхало багато друзів та родичів загиблих. Жалобну церемонію відвідав прем'єр-міністр Іспанії Хосе Луїс Родрігес Сапатеро та кілька урядовців. 11 березня в Мадриді загинула 191 особа.

◆ Під час розкопок у Єгипті знайдено 17 скульптур стародавньої богині Секмет. Припускається, що їхній вік – три тисячі чотириста років. Скульптури з чорного граніту охороняли усипальницю фараона Емінхотепа III. Секмет – богиня війни, цілительства та сили. Традиційно її зображували з головою лева та тілом жінки.

◆ Річницю Тибетського народного повстання відзначили в Індії буддійські ламі. Саме сюди на чолі з Далай-ламою вони втекли після придушення збройного повстання проти китайської окупації. Сто двадцять тисяч тибетців, які відтоді живуть в Індії, досі вимагають незалежності Тибету. Комуністичний Пекін, який перебрав контроль над цією областю за дев'ять років до “повстання лам”, наполягає, що цей регіон споконвіку є невід'ємною частиною Китаю.

◆ В Іраку вбито відповідального редактора державного телеканалу “Аль-Іракія”. Невідомі бойовики застрелили Анджада Хамід Хусейна та його водія в центрі Багдада. Це вже друге за останні три дні вбивство працівника іракського телеканалу – днями там розстріляли диктора.

◆ Сильний снігопад і вітер паралізували дорожній рух у Москві. Сніжна погода спричинила збої в роботі деяких аеропортів. Через снігові завали на одному з ринків обвалився

дах. Через інцидент ніхто не постраждав, хіба що пошкоджено кілька авто, припаркованих неподалік. Днями метеорологи прогнозують потепління.

◆ **У Колумбії правоохоронці вилучили понад шість тонн кокаїну.** Схованка була за 300 метрів від поліцейського відділку в місті Баранкіля. “Коку” зберігали в коробках з-під плитки, присипаними гірчицею. У такий спосіб наркоділки сподівалися обдурити натренованих собак. Попередня оцінка затриманої партії – 150 мільйонів доларів.

◆ **У Лондоні у віці дев'яносто одного року помер экс-міністр оборони Великої Британії Джон Проф'юмо.** Він у 1963 році опинився в центрі великого політичного скандалу, який шокував британців. Міністр-консерватор був змушений піти у відставку після того, як стало відомо про його зв'язок з жінкою легкої поведінки Крістін Кілер.

*“Демократична Україна” № 46 (23343)*

**Коротка інформаційна замітка** – це повідомлення про новину, що має розмір 20–30 газетних рядків, власний заголовочний комплекс (окрему рубрику, заголовок, можливий лід), авторський підпис, і подає факт із деякими подробицями. Оформляється на полосі часто як окремий журналістський твір, хоча й мініатюрний, з можливою ілюстрацією. Іноді можливі добірки з коротких інформаційних заміток. Вимоги до мови викладу тут уже не такі суворі, хоча ясність і простота мають бути обов'язковими для всіх видів заміток.

Оскільки коротка інформаційна замітка – це самостійний авторський твір, тут уже можна експериментувати із зовнішньою презентацією новини, мовою, композицією, зачином і завершальною частиною тексту. Бажано уникати трафаретності, сухості, шаблонності в поданні новини, адже в найменшому форматі завжди є місце для авторської знахідки, так званої “родзинки”, яка сподобається читачеві.

На відміну від хронікальної замітки, коротка інформаційна замітка дозволяє не лише повідомити про факт, а й розказати про нього з деякими подробицями, деталізувати його, надати повідомленню емоцій, інтонаційної оцінки, маленького коментарю. Такий виклад дає більш яскраве і переконливе уявлення про подію.

Приклади з української преси

**Вісті звідусіль**

**ВИШИВАНИЙ РУШНИК – ОБЕРІГ УКРАЇНСЬКОЇ РОДИНИ**

Родинний фестиваль знавців української мови “Мама, тато, я – українська сім’я”, започаткований головним управлінням освіти і науки облдержадміністрації та громадським об’єднанням “Українська родина”, вперше пройшов у Харківській області. В ньому взяли участь близько 1200 слобожанських родин, що змагалися в номінаціях “Мій рідний дім”, “Співуча родина”, “Сім’я дотепників” тощо.

Лауреатів обласного етапу фестивалю, якими стали 47 родини із 42 районів Харківщини, віншували в одному з найпрестижніших залів обласного центру – Палаці науці і техніки Південної залізниці. Але перед тим, як піднятися на сцену, слобожанські родини показали своє коріння – гончарське, вишивальницьке, скульптурницьке на виставці, що проходила у фойє палацу. І хоча експонати, в яких, безсумнівно, були зібрані кращі зразки мистецтва і ремесел, що передаються родинами з діда-прадіда, захоплювали глядачів, справжньою окрасою свята став вишитий червоними і чорними нитками рушник, який надіслала до Харкова дружина Президента України Катерина Ющенко.

Таке нетрадиційне привітання, за словами учасників фестивалю, не тільки припало їм до душі, а й стало справжнім оберегом родинного свята, яке вони довго пам’ятатимуть і мають намір продовжити у майбутньому.

**Світлана ГАЛАУР.**

*“Урядовий кур’єр” № 48 (3213)*

Кажуть, що**З'ЯВИТЬСЯ ПРОФЕСІЯ “СВЯЩЕНИК”**

**В УКРАЇНІ може офіційно з'явитися професія “священик”. Із такою ініціативою виступає Науково-дослідний інститут соціально-трудоових відносин, що діє при Міністерстві праці та соціальної політики.**

– Ми хочемо, щоб наш український класифікатор професій відповідав європейським зразкам, – каже завідувач відділу класифікації інституту **Юрій Юров, 49 років.** – Тому пропонуємо розширити список та включити, наприклад, професію “імам”, “священик” або “бонз”.

Проте нововведення не означає, що священнослужителі одержать трудові книжки, а також сплачуватимуть податки та відрахування до Пенсійного фонду. За словами Юрова, Конституція України відокремлює церкву від держави. Більшість прибутків священники отримують від пожертвувань. Ці кошти податками не обкладаються.

**Володимир ГРЕБЬОНКІН.**

*“Газета по-українськи” № 43 (85)*

Акція**ІЗ РЕСТОРАНУ НА СТАДІОН**

**З цього тижня розпочалася нова спортивна акція від компанії “МакДональдз Юкрейн”. Її присвячено Чемпіонату світу з футболу.**

Кожному, хто зазирнув до ресторану швидкого обслуговування, попонуять заповнити анкету і... разом з українськими спортсменами вийти на футбольне поле Іспанії. Розповідає менеджер компанії “МакДональдз” Михайло Шуранов: “Супроводжуй футболістів на Чемпіонаті світу з футболу-2006!” (так називається акція). Її розраховано на прихильників здорового способу життя і на справжніх уболівальників. Оскільки спостерігати за грою краще не по телевізору, ми вирішили провести своєрідну лотерею. Все дуже просто. Скажімо, тато або мама під час обідньої перерви прийшли до нашого ресторану, випили кави або скуштували сандвіч Біг Тейсті™. Їм вручили анкету

учасника акції. Треба заповнити її і кинути у скриньку. 15 квітня спеціальна комісія проводитиме розіграш і визначатиме, хто переможець”.

Переможцям (дитина й один із батьків) надається право полетіти до Іспанії. Дитина матиме змогу провести свого футбольного кумира на поле і взяти участь в урочистостях. А потім приєднатися до інших уболівальників і разом з ними підтримати українську збірну на початку змагань і, сподіваємося, у фінальній грі.

**Костянтин КОВАЛЬ.**

*Фото автора.*

*“Вечірній Київ” № 45 (17703)*

**Розширена інформаційна замітка** – значно більша від двох попередніх видів заміток за своїми розмірами. Може сягати до 100–120 газетних рядків. Крім рубрики і заголовка може мати підзаголовок, мати лід і сублід (другий лід, підпорядкований першому, – допоміжний лід), оригінальні зачин і кінцівку.

Викладає подію набагато ширше, з численними подробицями. Нерідко включає в себе елементи інших інформаційних жанрів (звіту, репортажу, інтерв’ю). Подається завжди тільки окремо. Дає більш широке повідомлення і численні, а не деякі подробиці. Дає можливість навести історичну довідку, деякі порівняння, характеристики людей, що беруть участь у події, коротко описати місцевий колорит тощо.

Даний вид замітки несе в собі найбільші можливості для творчого пошуку журналіста-новинника, який має тут якнайяскравіше презентувати новину і свою майстерність, свій стиль, свою інтонацію.

Приклад з української преси

**Несуни**

## **ЯК РОЗКРАДАЛАСЯ СТАЛЬ**

**Правоохоронці викрили “запоріжсталівців”, які тягли метал і цеглу з місця роботи.**

“Люди гинуть за метал”... Ці слова з відомої опери як ніколи стали актуальними для деяких працівників одного з найбільших



металургійних підприємств країни – “Запоріжсталі”. Щоправда, тепер вони, мабуть, не слухають мелодії опери, а відповідають на запитання справжніх “оперів” запорізького УБЕЗу. Адже саме працівники облуправління боротьби з економічною злочинністю пов'язали на гарячому прокаті одразу дві злочинних групи з ознаками організованості.

Як повідомили “УМ” у Центрі зв'язків із громадськістю обласної міліції, майно комбінату ці горе-працівники крали з розмахом. У першу “металургійну бригаду” входили не лише інженери середньої ланки, а й охоронці “Запоріжсталі” та приватний підприємець. Спеціалізувалися винятково на стратегічно важливому для комбінату матеріалі – спеціальній вогнетривкій цеглі, яку використовують для ремонту доменних печей. Одна тонна такої цегли коштує 4 тисячі гривень. Натомість підприємець скуповував її у крадіїв за півціни, хоча й розраховувався готівкою. “Стратегічку” збували іншим комерційним структурам та промисловим підприємствам із різних регіонів України.

Кількох учасників групи оперативники затримали “на гарячому”, коли на службовому КамАЗі вони вивозили чергову партію цегли. У вантажівці був “товар” вартістю близько 90 тисяч гривень. За попередніми підрахунками правоохоронців, загальна сума збитків “Запоріжсталі” становить більше 700 тисяч гривень. Порушено кримінальну справу за ч. 5 статті 191 Кримінального кодексу (привласнення, розтрата майна або заволодіння ним шляхом зловживання службовим становищем, вчинені в особливо великих розмірах організованою групою). Усім їм, зокрема й підприємцю, “світить” від 7 до 12 років “колючки” з конфіскацією майна.

Не встиг на комбінаті вщухнути резонанс від першого затримання, як через кілька днів до рук того ж УБЕЗу потрапили ще кілька “запоріжсталівців”. Друга “бригада” спеціалізувалася на гарячокатаному металі й навіть розробила ледь не бездоганний механізм його безперебійного вивезення за ворота підприємства. Лише за січень-лютий ці “сталевари” викрали 210 тонн металу на загальну суму близько 850 тисяч гривень! Міліція “пов'язала” крадіїв, коли вони йшли на рекорд: чергова партія викраденого металу – шість рулонів тонкого прокату (а це 71 тонна!). Свою здобич злочинці, як правило,

реалізували комерційним структурам та промисловим підприємцям Запоріжжя.

Наразі п'ятеро учасників групи затримані, а слідчі перевіряють їх на причетність до скоєння інших злочинів на комбінаті. Порушено кримінальну справу за ст. 185 ч. 5 Кримінального кодексу (крадіжка, вчинена в особливо великих розмірах або організованою групою), за якою, як і в першому випадку, злочинцям “світить” від 7 до 12 років позбавлення волі з конфіскацією майна. В обласному управлінні міліції зазначають, що резонансне викриття обох злочинних груп стало можливим завдяки допомозі керівництва ВАТ “Запоріжсталь”.

**Іван БОЙКО.**

*“Україна молода” № 46 (2833)*

### **Вісті звідусіль**

## **МОГУТНЯ МУЗИКА МОГУТНЬОГО НАРОДУ**

Народна академічна хорова капела “Почайна”, якою керує її головний диригент, заслужений артист України, кавалер ордена Святого Володимира, лауреат багатьох міжнародних премій Олександр Жигун, заснована 20 років тому. Сьогодні вона діє при Національному університеті “Києво-Могилянська академія” і має у своєму складі понад 80 співаків, які навчаються в академії.

Олександр Жигун – талановитий фахівець хорової справи, завдяки чому колектив досяг чудових результатів.

Основний доробок уславленої капели – це повернення сучасним шанувальникам хорової музики творів видатних українських композиторів XVIII-XIX століть, які вчилися в Києво-Могилянській академії – Максима Березовського та Артема Веделя. У репертуарі хору є духовні твори М. Леонтовича, М. Лисенка, К. Стеценка, твори світової музики – А. Вівальді, Й. Гайдна, В.-А. Моцарта, Л. Керубіні...

Цей рік знаменний для колективу – його висували на здобуття Національної премії України імені Т. Шевченка, і концерт на здобуття цієї високої відзнаки мав назву “Могутня музика могутнього народу”. Природно, що хор підготував програму на слова Кобзаря, що включає твори Л. Ревуцького, М. Вериківського, К. Стеценка, М. Лисенка.

Усі програми хору виконуються на високому художньому рівні, вони повертають сучасному слухачеві забуті шедеври української музики і ще раз підтверджують духовну велич нашого народу та його мистецтва. Капела брала і бере участь у різних фестивалях хорової музики як в Україні, так і за її межами. Колектив здобув звання лауреата Першого міжнародного фестивалю у Львові (1998), Першого міжнародного фестивалю “Musik World” в Італії (1998), був учасником Всеукраїнських оглядів 1999, 2001, 2003 років, міжнародного фестивалю “Передзвін” в Івано-Франківську (2004)... Власне, всі концерти колективу завжди проходять з незмінним успіхом.

Хорова капела має також багато записів на компакт-дисках та аудіо-касетах. Її творчість шанують численні шанувальники хорової музики. Тож щиро хочеться побажати цьому талановитому колективові подальших творчих успіхів. Хай вам щастить на хоровій ниві, дорогі почайнівці!

**Вадим ГУСІВ.**

*“Урядовий кур’єр” № 48 (3213)*

### **Питання для самоконтролю:**

1. *Що собою уявляє жанр замітки?*
2. *Назвіть характерні риси (жанрові особливості) замітки.*
3. *Факт і його осмислення у замітці.*
4. *Правило перевернутої піраміди.*
5. *Що таке лід?*
6. *Рекомендації щодо написання лідів.*
7. *Які види лідів ви знаєте?*
8. *Функціонування лідів в українській пресі.*
9. *Заголовок і його типи.*
10. *Техніка підбору інформаційного заголовка.*
11. *Підбір мотивуючого заголовка.*
12. *Дайте визначення підзаголовка журналістського твору.*
13. *Що таке рубрика?*
14. *Класифікація заміток за змістом і за формою.*

## Тема 4.

### **ЗВІТ ЯК СПЕЦИФІЧНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЖАНР ЖУРНАЛІСТИКИ**

**Визначення й специфіка звіту. Історія жанру. Жанрові особливості звіту. Класифікація звітів за розміром, тематикою, структурою, призначенням. Функціонування жанру в українській пресі, на радіо й телебаченні.**

Другою сходинкою жанрової системи журналістики є звіт, який “виростає” з розширеної інформаційної замітки і вирішує більш складні завдання, ніж повідомлення про результат суспільно важливої, цікавої події.

*Звіт – інформаційний жанр, у якому йдеться про перебіг подій або заходів, що мають загальний інтерес, зокрема – нарад, конференцій, з’їздів, сесій, мітингів, поїздок та зустрічей урядових осіб, відкриття пам’ятників, громадсько-політичних акцій, виставок, спортивних змагань, концертів, судових процесів, презентацій та ін.*

Як правило, у звіті журналіст документально і реферативно розповідає (“звітується” перед читацькою або іншою аудиторією) про єдину значиму подію, для якої характерна дія, виражена словом. І якщо в замітці подія лише презентувалась (коротко або з деталями і подробицями), то у звіті автор показує, як вона розгорталась, подає її внутрішній рух, її перебіг, її “сценарій”. Замітка мала обов’язково дати відповідь на питання **що? де? коли?** відбулося або відбудеться. Звіт зосереджується на питанні **як?** відбувалася подія. Якщо для написання замітки журналістові не обов’язково треба бути присутнім під час події, то для написання звіту він має особисто побачити і почути, що саме відбулося. Саме про це він

пише або розповідає в ефірі, унаслідок чого картина події стає ясною для читача (глядача, слухача).

Специфіка звіту як інформаційного жанру полягає також у тому, що в ньому завжди акцентується увага на учасниках події, їхніх виступах, висловлюваннях, вчинках, мотивації поведінки тощо, а не на обставинах події, атмосфері, у якій вона відбувалася, як це робиться в репортажі. Журналіст повинен представити подію, давши аудиторії максимум інформації про її наповнення, її розвиток, зробити докладний, розгорнутий опис заходу, використовуючи хронологічну послідовність викладу. Він має створити, так би мовити, «публіцистичний авторський протокол» події.

Отже, основні *жанрові особливості звіту* можна сформулювати так:

а) в основі його лежить максимально повна розповідь про конкретну окрему подію, яку журналіст спостерігав особисто;

б) розповідь обмежена визначеними просторово-часовими рамками, які охоплюють дану подію;

в) суттєвим змістовим елементом звіту є деталізація події, виклад подробиць, причому в цій якості виступає, як правило, не опис ситуації, а репліки дійових осіб;

г) намагаючись впливати на аудиторію і при цьому бути максимально об'єктивним, автор звіту демонструє свою позицію, власне ставлення до описуваної події та висловлювань дійових осіб.

З історії жанру. Звіт – один з найстаріших газетно-журнальних інформаційних жанрів. Він почав формуватись як поширена жанрова форма журналістики відразу ж після виникнення друкарських періодичних видань. Уже в перших газетах і журналах, що виходили в середині XVII століття у Франції, Англії, Німеччині, друкувались широкі звіти-повідомлення про прийоми при королівських дворах, у князівських палацах і замках, про зустрічі іноземних послів, а пізніше – про парламентські засідання й дебати. Так само звіт

активно функціонує в найдавніших друкованих виданнях Росії. У “Відомостях” Петра I регулярно з’являються звіти про головні події в житті російської держави – переможні репортажі про дії армії і флоту, звіти-повідомлення про поїздки царя і т. ін.

Пізніше звіт продовжує свій розвиток у нових типах преси – ліберально-демократичній, тоталітарній. Поступово він стає все більш поширеною формою повідомлення та осмислення фактів соціальних катаклізмів: революції, заколоти, бунти, війни хвилями прокочуються по Європі, і звіт оперативно фіксує цю хроніку подій, “пише історію сучасності”, як сформулював головне завдання журналістики ще Теофраст Ренодо, видавець одного з перших друкованих видань Європи – паризької “Gazette”. За часів СРСР обов’язковим елементом засобів масової інформації стають звіти з партійних, комсомольських, профспілкових та ін. з’їздів, пленумів, конференцій, симпозіумів.

З настанням перебудови інформаційний ефір заповнюють прямі трансляції по радіо і телебаченню засідань Верховної Ради, численних багатолюдних мітінгів. Сьогодні звіт як оперативний інформаційний жанр найактивніше функціонує у спортивній журналістиці, у міській пресі, у світській хроніці, а також у популярних виданнях, які повідомляють про концерти, фестивалі й різноманітні презентації зі сфери шоу-бізнесу. Офіційна преса (“Урядовий кур’єр”, “Голос України”) традиційно подають ділові звіти про поїздки і зустрічі, прес-конференції і брифінги Президента, членів уряду, представників депутатського корпусу, відповідальних осіб, голів партій і блоків тощо.

Класифікація звітів. Типологія звітів досить варіативна і залишається дискусійним питанням як серед вітчизняних, так і серед зарубіжних жанрологів журналістики. Поділ звітів на види здійснюється за різними принципами: а) за розміром; б)

за тематикою; в) за структурою; г) за призначенням. Ось деякі конфігурації.

Види звітів *за розміром*:

1. **Сигнальний (хронікальний) звіт.** Це найелементарніша, найкоротша і найоперативніша форма звіту. Вона мало чим відрізняється від розширеної інформаційної замітки. Тут журналісту належить, передаючи максимально стисло перебіг події, вибрати свіжі, оригінальні думки, найактуальніші влучні вислови, які передають головну суть того, що відбулося.
2. **Повний інформаційний звіт.** На відміну від сигнального варіанту, тут журналіст має розказати про всі без винятку вузлові епізоди події, чітко й точно назвати всіх дійових осіб, передати зміст виступів, оцінити масштаб поданих фактів, резонансність дій.
3. **Розгорнутий інформаційний звіт.** Найбільший за розміром, найдетальніший варіант викладу, який передбачає наведення текстів промов, опис учасників, наведення подробиць, пов'язаних з кожним фактом. Тут можливі й авторське коментування по ходу викладу, й історичні або географічні паралелі, наведення інших думок задля роз'яснення суті тощо.

Види звітів *за тематикою* (залежно від того, на яку тему пишеться звіт):

- загальнополітичний
- парламентський
- урядовий
- міжнародний
- судовий
- економічний
- науковий
- мистецький
- спортивний та ін.

Види звітів *за структурою* (тут розмір і тема суттєвої ролі не відіграють, визначальною рисою є композиція і спосіб, а також мета викладу):

- 1. Прямий інформаційний звіт** відтворює подію в хронологічному порядку, тобто в точній логічній відповідності до її розгортання, її ходу, потоку: початок, середина, кінець. Журналіст детально відображає те, що відбулося, нічого не оцінюючи й не коментуючи. Його авторська позиція виражена у відборі фактів, наведенні тих чи інших подробиць, у тому, на яких саме деталях він акцентує увагу читацької (глядацької, слухацької) аудиторії. Тут головне – інформування про подію, а не чиєсь ставлення до неї.
- 2. Аналітичний звіт** привносить елемент аналізування, оцінки, а можливо, і прогнозування. Повідомляючи про подію, журналіст осмислює її, дає власну оцінку фактам. Для цього він як докази може залучати додаткові цифри і факти, наводити чийсь думки з даного приводу, проводити паралелі, асоціювати тощо.
- 3. Тематичний звіт** зосереджується на головній темі, яка складає основу, лейтмотив події. Саме ця тема, а не що інше, концентрує довкола себе всю інформацію. Як правило, даний варіант звіту будується не в тому порядку, у якому відбувалася подія, а вибірково, залежно від тих завдань, які ставить перед собою журналіст. Цей вид звіту найбільше активізує позицію автора і допускає значною мірою суб'єктивний виклад. Журналіст може зосередити свою увагу на тому, що він вважає за потрібне, відмовившись від викладу якихось складових частин події, згрупувати виступи, висловлювання людей відповідно до тих чи інших аспектів теми.



**4. Проблемний звіт** має на меті, насамперед, порушити певну проблему, яка викристалізувалася на підставі всього побаченого і почутого під час події. Використовуючи весь арсенал журналістських прийомів і власної майстерності, автор, відштовхуючись від конкретного заходу, не лише окреслює суспільно значиму проблему, а й шукає шляхи її розв'язання. Це найбільш складний вид звіту, який вимагає широкої ерудиції, масштабного аналітичного мислення й відповідного авторитету.

Види звітів *за призначенням* (визначальною характеристикою у цій класифікації є видиме ставлення журналіста до описуваної події, з чого й випливає його мета – схвально оцінити, розкритикувати або представити нейтрально, на розсуд аудиторії):

- критичний (негативний) звіт;
- схвальний (позитивний) звіт;
- безоціночний (нейтральний) звіт.

Приклади звітів з української преси

Новини і коментарі

### **ВІРОДИМО СЕЛО – ЗМІЦНИМО ДЕРЖАВУ**

*Як ми повідомляли, робоча поїздка Президента України Віктора Ющенка до Сум минулої п'ятниці була пов'язана насамперед з перспективами розвитку хімічної промисловості та сільськогосподарського комплексу регіону. Глава держави ознайомився з роботою флагмана українських хіміків — ВАТ «Сумхімпром». На підприємстві Президент України провів робочу зустріч з представниками хімічної галузі. Йшлося про минулорічні підсумки діяльності та результати першого кварталу поточного року. І глава держави, і виступаючі обговорювали важливі аспекти розвитку хімічного комплексу, зокрема впровадження енергозберігаючих технологій,*

**накресливали шляхи вирішення проблемних питань, що існують у цій галузі.**

Президент закликав керівників хімічних підприємств не боятися проблем, а шукати реальні виходи з непростой ситуації, насамперед у зв'язку з подорожчанням газу. Водночас він наголосив, що Україна отримує найдешевший природний газ у Центральній і Східній Європі. А його подорожчання, сказав Віктор Ющенко, – це лише серйозний стимул для пошуку оптимальних рішень.

Безумовно, чимала роль у розв'язанні питань хімічної промисловості, як і агропромислового комплексу, належить органам місцевої влади. Про це Президент України наголосив на нараді адміністративно-господарського активу Сумської області з питань агропромислового комплексу регіону. На нараді обговорено стан справ і перспективи розвитку сільської місцевості Сумщини та презентовано програму «Відродимо село – зміцнимо державу!» Одним із основних пріоритетів влади, як зазначалося на нараді, є виконання програми «Відродження села», яка передбачає створення достойних умов життя в сільській місцевості, підтримку сільської молоді, а також вирішення низки проблем, пов'язаних із ціноутворенням та оплатою праці сільськогосподарських виробників.

Голова Сумської облдержадміністрації Ніна Гаркава у своєму виступі наголосила, що нинішній рік, оголошений Президентом України Роком села, стане серйозним випробуванням для хліборобів Сумщини. Органами місцевої влади сьогодні робиться все для успішної реалізації проекту «Відродження села». Ми добре пам'ятаємо, зазначила Ніна Миколаївна, минулорічний форум молоді, який проводився у Сумах за участю Президента України Віктора Ющенко, на якому велася велика розмова про те, що влада підтримуватиме молодь, аби підняти село. І ці заяви не стали голослівними. Хоч проблем на сьогодні на селі маємо немало, однак і зрушення позитивні – наяву.

Започаткована на Сумщині національна програма “Відродження села – справа молодих!” дедалі більше знаходить своє практичне втілення. Так, у 2005 році в області вдалося працевлаштувати в сільській місцевості 145 молодих спеціалістів. Для них створені належні умови для проживання і роботи.

Йшлося на нараді й про те, як ефективно використати агропромисловий потенціал і запровадити справедливі правила гри. Останніх якраз і не вистачає. Насамперед слід навести лад із використанням державних коштів, що виділяються для сільського господарства. В багатьох випадках вони або ж не доходять до адресатів, або ж використовуються не за призначенням. Про це, до речі, у своєму виступі наголошував і Президент України. Глава держави зазначив також, що процес приватизації землі повинен бути завершений до кінця поточного року. Держкомзему дано відповідне доручення з цього приводу.

Президент України сказав, що у 2006 році буде здійснено ряд радикальних реформ у різних галузях, що стосуються максимальної кількості громадян. Позитивних змін зазнає, зокрема, медицина. Про це глава держави зазначив під час урочистого відкриття Сумського обласного кардіологічного центру. Він вручив цьому медичному закладові систему ультразвукового сканування та автомобіль швидкої допомоги.

Президент України того ж дня вручив іменні нагороди сумським активістам студентського руху «Супротив», що минулого року були учасниками подій, які, власне, й стали початком Помаранчевої революції в Україні.

**Петро НЕСТЕРЕНКО.**

*“Урядовий кур’єр” № 48 (3213)*

**ЄВРОПАРЛАМЕНТ ЗАКЛИКАЄ ДО КОНКРЕТНИХ КРОКІВ**

Європейський парламент знову висловився на підтримку демократичних перетворень в Україні. У ході обговорення резолюції стосовно демократичного проведення парламентських виборів 26 березня члени Європарламенту закликали до більш рішучої й істотної підтримки України з боку європейських інституцій, повідомляє Укрінформ.

Як зазначила, відкриваючи дискусію, Єврокомісар з питань зовнішніх відносин та європейської політики сусідства Беніта Ферреро-Вальднер, прозорий характер парламентських виборів в Україні засвідчив, що здобутки демократії, досягнуті за часи Помаранчевої революції, набули подальшого зміцнення.

Євродепутат Чарльз Теннок сказав, що у відносинах з Україною Євросоюз має дати чіткий сигнал Україні щодо можливості в майбутньому увійти до цієї організації, це буде потужним стимулом для продовження та розвитку демократичних перетворень. Іншим напрямом роботи, на думку євродепутата, має стати конкретніша робота над ключовими питаннями двосторонніх відносин, зокрема стосовно спрощення візового режиму, тоді в майбутньому можна передбачати безвізовий режим взаємних поїздок. Треба працювати також над укладенням нової посиленої угоди між ЄС та Україною, яка має прийти на заміну існуючій угоді про партнерство та співробітництво. У цьому контексті прийнятною формою міг би стати початок переговорів із Україною про укладання угоди про Асоціацію з ЄС.

Цю думку підтримала євродепутат Гражина Станішевська, яка наголосила на тому, що Євросоюз має опанувати визначенішу позицію щодо можливості членства України в Європейському Союзі.

Євродепутат Марек Сівець, який очолював групу спостерігачів Європарламенту на виборах в Україні, зазначив, що Україні нині потрібна потужна корпорація та стабільний уряд, а їх можуть створити лише демократичні сили: БЮТ, “Наша Ук-раїна” та СПУ.

Під час дискусії не обійшлося й без гучних заяв. Зокрема, євродепутат від Німеччини нагадала своєму співвітчизнику Гюнтеру Ферхойгену заяву, яку він зробив ще на посаді Єврокомісара з питань розширення у попередньому складі Єврокомісії. Тоді Ферхойген заявив, що Україна й через двадцять років не матиме місця в Європейському Союзі. Євродепутат наголосила, що офіційна особа такого рангу не має права на подібну категоричність.

У своєму завершальному слові Єврокомісар Беніта Ферреро-Вальднер доклала зусиль, щоб заспокоїти емоції. Вона зазначила, що Єврокомісія вже розглядає можливість укладення нової посиленої угоди з Україною, а також щодо створення спільної зони вільної торгівлі. За її словами, іншим важливим напрямом розвитку співпраці між Україною та ЄС є енергетика і безпека енергопостачання, які набувають дедалі більшого значення для кожної з європейських країн.

*“Урядовий кур’єр” № 66 (3231)*

## ДІАСПОРА ЯК ЧИННИК...

***Наукова конференція "Діаспора як чинник утвердження держави Україна у міжнародній спільноті", яка відбулася у Львові, істотно змінила вектор взаємин українських громад у світі. З цим погодилися всі її учасники. Конференцію організували Міжнародний інститут освіти, культури та зв'язків з діаспорою Національного університету "Львівська політехніка", Українська всесвітня координаційна рада, Науково-дослідний інститут українознавства.***

Із різних куточків світу та України прибули 245 делегатів. Головна тема їхніх виступів – стан і перспективи законодавчого забезпечення відносин діаспори з Україною, різноманітні аспекти відносин українських громад з органами влади у країнах проживання, їх роль у виборчих та в інвестиційних процесах.

Назагал конференція, попри високий діловий рівень, була позбавлена "академічності". Тон задали директор згаданого Міжнародного інституту освіти, культури та зв'язків з діаспорою (МІОК) Ірина Ключковська та її невеликий колектив, котрий, за відгуками гостей, володіє "магнітом" приязні і любові.

"Серед стереотипів нашого сприйняття діаспори, зокрема західної, є міф про їхню успішну самореалізацію, благополуччя. Але це – півправди. По суті, кожний із емігрантів переживає свою глибоку драму і дуже гостро сприймає усе, що діється в Україні і довкола неї. Бо від іміджу Батьківщини значною мірою залежить їхнє моральне самопочуття". Про це, зокрема, говорила в своєму виступі голова Європейського конгресу українців, голова Державного самоврядування українців Угорщини Ярослава Хортяні. Її доповідь так і називалась: "Роль української діаспори у зміцненні позитивного іміджу України в Європі".

Пані Ярослава – родом із Тернопільщини. Вийшла заміж за угорця, який нині з гордістю носить значок з тризубом. Донька добре знає українську мову і допомагає матері.

– Коли 2003 року відзначали 70-річчя голодомору, я вирішила звернутися до угорського парламенту, щоб він визнав геноцид проти українського народу, – розповідає Ярослава Хортяні. – Працювала з парламентом від травня до листопада. Підготувала документи із фотознімками, ходила по фракціях і розмовляла з усіма головами. А в українському посольстві про це дізналися в останню чергу. Бо вони могли зірвати нашу ініціативу. Врешті 347 депутатів проголосували "за". Під час голосування українцям виділили окрему лужу. Там були й наші діти, які народилися в Угорщині. Вони заплакали перші. Ми пережили таку ейфорію разом із угорськими депутатами. Вони нам дякували. За що? "Бо ми відчули, яке добро зробили", – кажуть. Нас із угорцями це рішення парламенту зріднило...

І це лише один маленький штрих розбудови українських мостів. У своїх виступах учасники конференції, зокрема, відзначали, що закордонне українство є важливим демографічним, інтелектуальним, соціально-культурним та інформаційним ресурсом України. Відтак в ухвалі конференції задекларовані наміри: утворити філії МІОК у вищих навчальних закладах Одеси і Донецька; звернутися до Міністерства освіти і науки України з проханням підтримати проект створення навчальної спеціальності "Українознавство для дітей української діаспори" в Київському державному національному університеті імені Т. Г. Шевченка. На часі – створення асоціації центрів українознавства та співпраці з українською громадою за кордоном. За підтримки держави, громадських та наукових структур МІОК проводитиме аналогічні конференції кожні два роки.

Патріарх української дипломатії, недавній голова Комітету з питань прав людини, національних меншин і міжнародних відносин Верховної Ради України Геннадій Удовенко закликав учасників конференції: "Час думати по-українськи і діяти по-європейськи в інтересах України...".

**Оксана ТЕЛЕНЧІ.**

Львів.

*"Голос України" № 65 (3815)*

## **ЗДОРОВИЙ СПОСІБ ЖИТТЯ МАЄ СТАТИ ЖИТТЄВОЮ ФІЛОСОФІЄЮ**

***Прес-клуб, присвячений проблемам формування здорового способу життя та його ролі в подоланні епідемії ВІЛ/СНІДу, днями відбувся в Києві. В ньому взяли участь керівники благодійних фондів, представники Міністерства охорони здоров'я, Міністерства у справах сім'ї, молоді та спорту, телекомпанії ICTV. Проведення прес-клубів Національної координаційної ради України з питань запобігання поширенню***

***ВІЛ/СНІДу за підтримки організації «Трансатлантичні партнери проти СНІДу» розпочато минулого року. Такі заходи дають змогу донести до широкої громадськості інформацію про ВІЛ/СНІД.***

На жаль, статистика невтішна. Якщо в 2005 році вірусом імунодефіциту щодня інфікувалося 38 осіб, то сьогодні цей показник – 49. Найбільше серед інфікованих людей 20-39 років. Ін'єкційна наркоманія, як відомо, – один із шляхів поширення епідемії. Саме пропаганді здорового способу життя належить одне з провідних місць у системі профілактичних заходів, покликаних зупинити страшну хворобу. Майже всі учасники прес-клубу наголошували, що поширення серед молоді таких соціальних явищ, як наркоманія та алкоголізм, зумовлено насамперед відсутністю умов для змістовного дозвілля.

Директор фонду «АНТИ-СНІД» **Олена Руднєва** розповіла, що всі програми з профілактики ВІЛ/СНІДу можна поділити на три види: допомога інфікованим людям, формування толерантного ставлення до інфікованих у суспільстві та допомога людям запобігти інфікуванню, що передбачає і пропаганду здорового способу життя.

Директор Державного інституту проблем сім'ї та молоді Міністерства у справах сім'ї, молоді та спорту **Лідія Леонтьєва** повідомила про проекти, що пропагують здоровий спосіб життя (таких у 2005 році було 67), профінансовані міністерством. На думку пані Лідії, необхідно створити національну доктрину здорового способу життя, яку підтримали б на найвищому державному рівні.

– Здоровий спосіб життя повинен стати філософією успіху, – наголосив голова правління «Фонду братів Кличків» **Віталій Кличко**. – Нині наш фонд реалізує проект, мета якого – будівництво спортмайданчиків, спорткомплексів, створення місць активного відпочинку для молоді. Дуже добре, що багато компаній підтримують



наші прагнення. Сьогодні в суспільстві, на жаль, є перекося: бути здоровим – це прерогатива багатих. Будемо намагатись залучати якомога більше молодих людей до занять спортом.

Обговорювали на прес-клубі і проект «Школа проти СНІДу», втілений у життя за

підтримки Міністерства освіти і науки України та міжнародних фондів. Його мета – формування адекватного ставлення молоді до проблеми ВІЛ/СНІДу. Звичайно, це не можливо без підготовки вчителя, який має донести до дітей достовірну інформацію на спеціальних уроках і позакласних заходах. У 2004/2005 роках у рамках проекту підготовлено 660 учителів з усієї України, розроблено посібники для учнів 8-9 і 10-11 класів. Моніторинг довів ефективність програми – обізнаність учнів істотно зросла. Простежуються також і позитивні зміни у ставленні та намірах учнів (схильність до відсрочки статевого життя, використання презервативів тощо). Школа – одне з найвдаліших місць для профілактики, адже вона охоплює більшість дітей і молоді до 18 років і дає можливість здійснити вплив на дитину ще до того, як у її житті виникнуть реальні ризики та проблеми. До кінця 2006 року в рамках проекту планується підготувати ще 300 учителів.

На засіданні прес-клубу жваво обговорювали роль медіа-ресурсу в пропаганді здорового способу життя, у боротьбі проти соціальних лих.

– Для пропаганди здорового способу життя треба поєднати громадську і державну ініціативу, і тут, звичайно, без засобів масової інформації не обійтись, – сказав генеральний директор телекомпанії ICTV **Олександр Богуцький**. – Але приватним ЗМІ ніхто не може диктувати умови, ініціатива повинна йти від них. Наша компанія також активно висвітлює питання ВІЛ/СНІДу в соціальній рекламі і в сюжетах журналістів. А щодо алкоголю і тютюну, то ідеологію суспільства потрібно змінювати на всіх рівнях... Бо сьогодні підлітки, на жаль,

мають можливість купити цигарки та спиртні напої, хоча законодавчо їх продаж неповнолітнім заборонений.

Як бачимо, урядові й неурядові організації важко звинуватити в бездіяльності. Але поки що зупинити поширення епідемії не вдалося. Лишається шукати нові форми боротьби з ВІЛ/СНІДом і вдало використовувати вже набутий досвід.

**Дмитро ШУЛІКІН.**

*“Освіта України” № 16 (709)*

### **Питання для самоконтролю:**

- 1. Дайте визначення звіту.*
- 2. У чому полягає специфіка звіту як інформаційного жанру журналістики?*
- 3. Чим суттєво відрізняється звіт від розширеної інформаційної замітки?*
- 4. Назвіть жанрові особливості звіту.*
- 5. Що ви знаєте про історію становлення звіту як журналістського жанру?*
- 6. Класифікація звітів за розміром.*
- 7. Тематична типологія звітів.*
- 8. Види звітів за структурою.*
- 9. Поділ звітів за призначенням.*
- 10. Функціонування звітів у сучасній українській пресі.*

## Тема 5.

### РЕПОРТАЖ ЯК ОПЕРАТИВНА ФОРМА ЕМОЦІЙНОГО, НАОЧНОГО ЗОБРАЖЕННЯ ПОДІЇ

Уявлення про репортаж як інформаційний жанр журналістики. Етимологія терміна. Характерні жанрові особливості. Визначення й специфіка репортажу. Історія становлення жанру. Класики репортажу. Творчість “короля репортерів” Володимира Гіляровського. Види репортажів.

Третім інформаційним жанром журналістики є репортаж. На відміну від замітки та звіту *репортаж не просто повідомляє про факти, а показує їх через безпосереднє сприйняття автора, який, будучи учасником події, начебто відтворює картину, що відбувається.* В основі репортажу завжди суспільно важлива подія, яка розгортається на очах у читача (слухача, глядача). Це своєрідна *історія події.*

Характерні особливості цього жанру – оперативність, динамізм, наочність, активно діюче авторське “я”, котре допомагає передати емоційну атмосферу події, створити так званий “ефект присутності”, дозволяє читачу (слухачу, глядачу) так би мовити бути поряд з репортером і разом з ним бачити, відчувати подію.

**Репортаж** [франц. *reportage* – “пишу про те, що бачу” від лат. *reporto* – “несу назад, передаю, повідомляю”] – інформаційний жанр журналістики, розповідь кореспондента з місця події в пресі, по радіо, телебаченню, в Інтернеті.

У європейській й особливо американській практиці репортажем називають майже всі жанрові різновиди інформаційного відтворення, від замітки до власне репортажу. Найбільш диференційовано підходять до жанрової ідентифікації репортажу французькі дослідники, які наголошують: мета цього жанру – донести всі враження від події за допомогою органів відчуття журналіста. Тому цей жанр вважається найбільш суб'єктивним, він відображає події, апелюючи саме до відчуттів.

Зокрема, “Гід журналіста”, складений за французькою методикою вдосконалення працівників ЗМІ, стверджує: *репортаж пишеться за принципом наявності п'яти відчуттів – зору, слуху, смаку, дотику, запаху.*

Найперше завдання репортажу – викликати емоційну реакцію в читача. Репортаж дуже програє, коли він перевантажений інтелектуальними міркуваннями, складними порівняннями, заплутаними асоціаціями. Натомість, він є вдалим, якщо читач має враження, ніби сам все бачив, чув, відчував на місці події.

Це видається нескладним на рівні концепції, але є надзвичайно важким для втілення. Недарма Паризький центр з підготовки й удосконалення журналістів надає для опанування цього жанру не менше двох-трьох тижнів безперервних семінарських занять. *Адже репортаж – це трансформація події у спектакль, з реальними персонажами, діями, декораціями.* У цьому “спектаклі” журналіст – і драматург, і режисер, і діюча особа, і літописець одночасно. Його завдання – занурити читача (глядача чи слухача) в цей спектакль, у цю дію, надаючи йому інтелектуально необроблену “сировину”, а саме: замальовки, зображення зовнішніх деталей; звукове тло (грюкіт, тиша, музика, розмови), цитати; пахощі; смакові якості; фізичні відчуття.

Взагалі репортаж може визначатись з двох сторін: як діяльність репортера, метод подачі інформаційних матеріалів

для преси, радіо, телебачення, Інтернету, і як поширений, яскравий журналістський жанр інформаційної групи.

Отже, повне визначення репортажу як журналістського жанру:

*Репортаж – оперативний інформаційний жанр преси, радіо, телебачення, Інтернету, у якому динамічно, з документальною точністю, яскраво й емоційно, у виразній публіцистичній формі відтворюються картини дійсності в їхньому розвитку через безпосереднє сприйняття автора, що створює враження (ефект присутності самого читача, радіослухача, телеглядача на місці події.*

Репортаж, як журналістський твір, що складається з емоційно забарвленої розповіді очевидця про подію чи явище, максимально активізує позицію автора, яка не просто не може бути пасивною в цьому жанрі, вона є основним формотворчим чинником. Автор тут виступає не просто оповідачем, він, відтворюючи дійсність у її природному розвитку, обов'язково “пропускає” весь матеріал через призму власних вражень. Ефект присутності автора на місці події надає репортажеві вірогідності, правдивості.

*Репортажна манера потребує відображення життя у формі теперішнього часу і, як правило, від першої особи (однини чи множини), у формі авторського монолога (“Я стою в центрі майдану Незалежності. Навколо мене вирує людське море...” Або: “Ми з вами зараз знаходимось на Республіканському стадіоні, де відбувається матч...”).*

Розповідь від першої особи потрібна для того, щоб підкреслити нероздільність репортера з читачем, глядачем,

слухачем і розбудити в аудиторії співпереживання до подій і людей, які описуються в матеріалі. Але так чи інакше, журналіст ділиться своїми власними спостереженнями, переживаннями, наводить ті подробиці й деталі, які відшукав саме він, і які неможливо знайти ні в документах, ні взяти від інших осіб.

Репортаж відтворює події в тій послідовності, у якій вони розгортаються, дає їм оцінку, розкриває їхню суть. Основними виражальними засобами цього жанру є наочність описів, кінематографізм, яскравість деталей і подробиць, динамічність, стрімкість викладу, характерні діалоги, репліки, висловлювання дійових осіб, жива емоційна мова.

Обсяг репортажу напряму залежить від теми і значимості фактів, подій. Пресовий репортаж дуже виграє, коли він добре проілюстрований фотознімками. Радіорепортаж обов'язково супроводжується шумовим фоном, а телерепортаж – візуальною картиною події.

З історії жанру. Як різновид журналістської творчості репортаж зародився в першій половині XIX століття в Англії й особливого розвитку набув в Америці. У Росії з'являється в 60-х роках XIX століття. В Україні – значно пізніше, зважаючи на утиски української мови, брак щоденних українських газет. Порівняно активніше він розвивається в Галичині, яка із середини XIX ст. належала до зони європейської культури. Зародки репортажу можна відшукати в “Зорі Галицькій”. Репортажі друкувались у “Ділі” й інших щоденних газетах і тижневиках Галичини й Буковини. Досить популярними тоді були репортажі Романа Голіяна.

У 20-ті роки XX ст. відбувається активізація репортажних тенденцій в українській пресі та літературі, з'являється фоторепортаж. Певна заслуга в цьому Василя Блакитного. Активно працювали в жанрі репортажу Борис Антоненко-Давидович, Майкл Йогансен, Микола Трублаїні, Павло Усенко та багато інших.

Репортаж стає панівним у часи, насичені вагомими історичними подіями, великою експресією. Війни, державні перевороти, революції, катастрофи, численні конфлікти й екологічні лиха, зокрема Чорнобильська аварія, вимагають свого висвітлення в яскравій, емоційній формі та неминуче породжують помітні творіння репортерів. Саме репортажі фіксують поточні події історії такими, якими їх побачили свідки, їхні учасники, і надають безцінну можливість побачити й пережити заново ці події наступним поколінням. Це засвідчує високу відповідальність репортера.

Видатні західні репортери Джон Рід, Ернест Хемінгуей, Михайло Кольцов, Юліус Фучік, Егон Ервін Кіш пишуть свої репортажі – “оперативні зарисовки з натури” про події історичного значення (національні революції, світові та громадянські війни, політичні сенсації, боротьбу з фашизмом), які стають класичними зразками жанру і перетворюють журналістів на письменників, адже ця публіцистична форма інформування змушує автора знаходити художні засоби впливу на емоційний стан читача, відточує майстерність. Багато газетних репортерів з часом стали відомими письменниками, але їхня слава виросла передусім саме на репортажі, бо цей жанр надає необмежені можливості для словотворчості. Репортаж був улюбленим жанром Марка Твена, Володимира Короленка, Максима Горького та інших класиків світової літератури, які починали свою творчу біографію, працюючи в газеті.

В історії російської журналістики чи не найяскравіша сторінка – *творчість “короля репортерів” Володимира Гіляровського*. Його талановиті репортажі з циклів “Москва й москвичі”, “Нетряні люди”, “Мої блукання” та ін. в цілому складають кілька томів і перевидаються досі, хоча були написані для московських газет наприкінці ХІХ – початку ХХ століття. І це не дивно, бо репортаж, як чарівний літаючий килим, переносить нас у живу атмосферу події, де б і коли вона не відбувалася.

Володимир Гіляровський був універсальним, різнобічно обдарованим журналістом, виступав у різних газетних жанрах. Але за своїм амплуа він був передусім репортером. І що б він не писав – замітку, звіт, нарис, фельєтон, кореспонденцію, оповідання, мемуари, – елемент репортажу (шматочок живого діалогу поміж учасниками події, свідчення самого автора про його відчуття на місці події, відверте визнання про репортерський метод спостереження і збору фактів) завжди був наявний у його творі. Воістину “король репортерів”, “літучий кореспондент”, “всезнаючий москвич”, як його називали сучасники.

Для сучасних репортерів книжки й репортажі Володимира Гіляровського містять дорогоцінні зразки професійної майстерності, заряджають невгамовною допитливістю, цікавістю до людей і життя, відданістю нелегкій справі літописця сучасності.

Приклади репортажів Володимира Гіляровського (мовою оригіналу)

## **СОЛНЕЧНОЕ ЗАТМЕНИЕ ПОД МОСКВОЙ**

*(От наших корреспондентов)*

Клин. 7 августа

К вечеру 6 августа сотни москвичей наполнили Николаевский вокзал. Обыкновенно пустующий в это время года дорогой курьерский поезд наполнился пассажирами, взявшими билеты до Клина, одного из лучших пунктов для наблюдения солнечного затмения. Но далеко не все поместились в вагоны. И после отхода поезда все столы громадной буфетной залы были заняты, негде было найти места сесть. Следующий, пассажирский, поезд также битком был набит пассажирами: даже дамы стояли на платформах, к крайнему удивлению поездной прислуги. Пришлось собрать еще экстренный



поезд до Завидова, и в этом только нашлись места для всех желающих наблюдать затмение. Поезд отошел около половины двенадцатого и часа через три был в Клину. Я с трудом нашел место в одном из вагонов, битком набитых публикой. Уснуть, даже прилечь, места не было, и пришлось целую ночь не спать. Наконец, поезд остановился в Клину. Большинство пассажиров вышли, остальные уехали на следующую станцию, Завидово.

Я вошел в вокзал. Кругом стоял гомон невообразимый: стук шагов, двигание мебели, бряцание посуды, разговоры – все это слилось в один общий гул. Около столов места брались с бою: если кто-нибудь вставал с места и уходил, оставляя на стуле свою вещь, – вещь эта сбрасывалась, и место бесцеремонно занималось. Измученные, сбитые с ног лакеи не успевали исполнять требований и половины пассажиров. Последние сами с тарелками в руках шли на кухню, заказывали себе кушанье и собственноручно приносили его в зал.

В самый разгар этого ужина-завтрака кто-то громко крикнул, что «шар готов», и толпа начала понемногу сбывать. Вслед за другими я отправился к шару. Было около трех с половиной часов, еще довольно темно. Впрочем, на востоке небо было чисто и виднелись розовые золотистые отблески зари на узких грядках легких облаков. Перейдя полотно железной дороги, вправо от линии есть пустырь, между линией дороги, станцией и Ямской слободой гор. Клина. Этот пустырь, посредине которого имеется прудик, называется Ямским полем. Подле прудика в виде огромной круглой массы, слегка движущейся, покачивался чуть заметно во тьме воздушный шар, напоминавший собой издали голову в «Руслане и Людмиле». Чем ближе мы подходили к шару, тем выше и выше он вырастал перед нами.

Вокруг него стояла загородка, а с правой стороны, с юга, его защищал от ветра занавес из брезентов. На противоположной стороне стояли аппараты для приготовления водорода для наполнения шара. Это целая баррикада. На платформе из старых шпал

установлено три чана для смеси серной кислоты с водой. На чанах помещается холодильник для охлаждения газа и рядом с ним два химических сушителя, наполненные хлористым калием. Внизу платформы расположено 5 медных генераторов, наполненных железными стружками. От них прокопана канава, по которой стекает в яму железный купорос. На платформе стоят человек десять солдат в прожженных кислотой рубахах и мундирах. Солдаты работают частью около котлов, частью накачивают насосом воду из пруда. Газ, идущий из генераторов в холодильники, поступает потом в сушитель, а оттуда уже по резиновому шлангу, совершенно сухой и холодный, поступает в шар. Шар привезен сюда со станции еще накануне, рано утром, и с 11 часов утра 6 августа наполняется газом под руководством механика г. Гарута при помощи нескольких солдат гальванической учебной роты. Весь день вчера и начало ночи на сегодня шар наполняется неудачно. Мешал ветер, ударявший шар о землю и выбивавший из него газ, и мелкий дождь, намачивавший материю. Лишь с 12 часов ночи шар начал наполняться как следует и, когда я пришел, был уже почти полон. Только нижняя часть его лежала на земле, раздуваемая ветром, и держалась на веревках от сетки, прикрепленных к мешкам с балластом.

Становилось светлее, и шар ясно был виден.

Он напоминал собой по цвету и форме огромный, желтый бычий пузырь, оплетенный веревочной сетью. Низ все еще не наполнился газом. С одной стороны шара крупными буквами написано «Русский», с другой мелко: Paris Lachambre. Как мы уже сообщали, шар сделан из бумажной материи, пропитан не льняным маслом, как это делалось прежде, а гуттаперчевым лаком. Он имеет 640 кубических метров емкости и может поднять, считая собственный вес, балласт и сидящих, до 50 пудов, если сух и хорошо наполнен. Около шара стояла плетенная из камыша корзина для воздухоплатователей, с обручем сверху, к которому прикрепляются веревки сети. На корзине

прикреплен железный якорь – «пятилапая кошка», сделанная по системе г. Кованько. Собравшаяся публика с любопытством толпилась около шара. Часов с четырех публика все продолжала прибывать с вокзала из города и соседних слобод и деревень. Ямское поле, всегда пустынное, обратилось в какой-то табор. Вокруг шара – густое кольцо народа, далее, группами, зрители расположились по пригоркам и на поляне, разместясь на скамьях и стульях, которые то и дело возами подвозили из города и слобод. Владельцы скамей умело воспользовались моментом и уступали скамьи на время затмения по рублю и более за штуку. Еще далее, кольцом же, кругом публики стояло множество экипажей, на которых сидели разряженные дамы и кавалеры. Это – подгородные помещики и купцы. Около них стояло три-четыре столика с самоварами, с молоком и водами. На возвышениях со всех сторон шара фотографы расставили камеры, стояли телескоп и подзорные трубы, обращенные к востоку. Приехали 6 членов московского Общества велосипедистов-любителей, сделав накануне все расстояние между Москвой и Клином, 84 версты, на велосипедах.

Публика была, видимо, не весела, молчалива. Кое-где слышались отрывочные слова. Особенно удрученное состояние духа замечалось между крестьянами и клинскими мещанами. Как говорили, многие из них накануне исповедались в грехах, надели чистое белье и приготовились к смерти, ожидая светопреставления или землетрясения. Все молчало. Оживлял сцену лишь бегавший с прибаутками торговец трубками для наблюдения затмения, появляющийся всюду и кричавший: «Покупайте, господа, торопитесь, затмение будет через минуту!» Его появление вызывало улыбку, и он торговал прекрасно. Да еще солдаты местной команды развеселили, или скорее удивили на момент публику: во время тишины, в исходе пятого часа, вдруг послышалась солдатская песня. Это шла местная команда и отхватывала лихую песню...

Наконец половина шестого. Солнце давно уже взошло, но его все не видно за туманом, который все становится гуще и гуще. Подул с востока ветерок, туман слегка начал исчезать, показались яснее избы Ямской слободы, и публика как будто повеселела. Но признаков солнца не было... Стали даже сомневаться, полетят ли Менделеев и Кованько в шар.

Чувствуя, что погода не прояснится, надежды всех обратились на шар.

Наконец явился г. Кованько. Это молодой, высокого роста красивый поручик, в форме лейб-гвардии саперного батальона. Он подошел к шару и приказал крепить корзину. Было 6 часов утра.

– Сдавай! – раздалась звучная команда, и человек десять солдат взялись за балластные мешки, державшие шар на земле.

– Шаг вперед!

Солдаты сделали шаг вперед, шар качнулся в воздухе и рванулся кверху.

– Два шага вперед! – и еще выше рванулся шар. Балласт и солдаты уже очутились под шаром, поднявшимся сажени на две. Еще десять солдат ухватились за боковые веревки наружной сети, за «оттяжки». Начали прикреплять корзину. В нее положили инструменты: барограф, два барометра, бинокли, спектроскоп, электрический фонарь, сигнальную трубу и другие вещи, необходимые для наблюдений. На шаре предполагалось зарисовать корону Солнца, наблюсти движения тени и произвести спектральный анализ.

К 6 часам 20 минутам шар совершенно готов, хотя видно, что он намок, тяжел, несмотря на двойное количество (1200 куб. метров) против требуемого потраченного газа.

Становится темнее. Пошел мелкий, чуть заметный дождь; начался ветер, красиво покачивавший шар.

Ждали профессора Менделеева. В 6 часов 25 минут раздались аплодисменты, и из толпы к шару вышел высокого роста, немного

сутулый, с лежащими по плечам волосами, с проседью и длинной бородой человек, с симпатичным, располагающим лицом. Это и был профессор. Он одет в широкополой шляпе, длинном, подпоясанном драповом коричневом пальто, в охотничьих сапогах. Он поздоровался с Кованько и Гарутом и начал готовить инструменты.

– Дешеша получена? – спросил он одного из присутствовавших, члена технического Общества.

– Да, сегодня ночью; вот она. – И спрашиваемый прочел следующую депешу из главной Петербургской физической обсерватории: «На прояснение надежда слаба. В Псковской губернии стационарный минимум. Ветер ожидается южный. Средневский».

Шар так и рвался под ветром. Гг. Менделеев и Кованько сели в корзинку, попробовали, – шар не поднимается, он слишком намок.

Тогда профессор Менделеев предложил подняться один, видя, что двоих шар не поднимет. Публика была поражена предложением почтенного профессора, отваживающегося совершить свое первое воздушное плавание без управителя шаром.

Г. Кованько был принужден согласиться на предложение профессора, вышел из корзины и передал г. Менделееву тоненькую бечевочку от клапана шара.

Последний раз три попробовал бечевку, выслушал объяснение Кованько, как управлять шаром, и начал прощаться. Первым подошел к нему профессор Краевич. Они поцеловались. Затем подошли дети профессора. Потом стали подходить знакомые, все жали руки. Профессор улыбался и был, по-видимому, спокоен. Он попросил перечитать опять телеграмму и крикнул: «Дайте мне нож!» Ему Кованько подал складной ножик.

– До свиданья, друзья! – попрощался профессор, громко скомандовал «прочь», и шар, отпущенный солдатами, плавно поднялся вверх и полетел на север, при громком «ура» и аплодисментах присутствующих.

В это время стало более и более темнеть.

Шар поднимался серой массой, как в густом тумане.

Видно было затем, как воздухоплаватель начал высыпать быстро один за другим мешки балласта, и шар, освобожденный от груза, ринулся вверх и исчез в темноте, в тени затмения.

Это было в 7 часов 46 минут.

Не более минуты шар был виден; полное затмение наступило вдруг.

И неожиданный полет г. Менделеева одного, без управителя шаром, и трогательная сцена прощания с ним, и исчезновение шара в темноте, и мрак, моментально охвативший землю, удручающе подействовали на всех.

Как-то жутко стало.

С несколькими дамами сделалось дурно.

Толпа крестьян, за минуту перед тем мне в лицо говоривших с усмешкой, что «уж господа больно хитры, раньше знают про затмение, и что никакого затмения не будет», ринулась почему-то бежать от места, где был шар, к деревне.

Смолкло все. Лошади стояли смирно и продолжали по-прежнему жевать траву. На собак тоже мрак не произвел никакого действия. Они были спокойны.

Я оглянулся по направлению станции. Там горели огни платформы и паровозов ярко, как в темную ночь. Потом огни начали краснеть, исчезать, забелелся дневной свет, и также быстро день сменил ночь, как ночь сменила день.

Все молчали. Прошло не менее 10 минут, как начали расходиться. День продолжался серый, туманный.

**“Русские ведомости”, 1887, 8 августа, № 216.**

**Подписано:**

***Вл. Гиляровский***

## УРАГАН (Впечатления)

Живя во дворце в Лефортове, императрица Анна Иоанновна однажды сказала:

– Прекрасное место. Вот если бы перед окнами была роща!

Когда на следующее утро императрица подошла к окну, – напротив, где вчера еще было голое поле, возвышалась роща.

Герцог Бирон приказал в одну ночь накопать деревьев, свезти их и посадить рощу.

Так в одну ночь выросла Анненгофская роща. Третьего дня в одну минуту ее уничтожило.

В полночь при ярком свете луны стоял я один-одинешенек посреди этой рощи, или, вернее, того, что было рощей. Долго стоял в ужасе посреди разбитых, расщепленных вековых сосен, пересыпанных разорванными ветвями.

Всем приходилось видеть сосны, разбитые молнией. Обыкновенно они расщеплены и переломлены. Всем приходилось видеть деревья, вырванные бурей с корнем. Здесь, в погибшей роще, – смешение того и другого, очень мало вырванных с корнем – почти все деревья расщеплены и пересыпаны изорванными намелко ветвями.

Я стоял посреди бывшей рощи. Среди поваленных деревьев, блестящих ярко-белыми изломами на темной зелени ветвей. Их пересекали черные тени от высоких пней, окруженных сбитыми вершинами и оторванными сучьями. Мертвый блеск луны при мертвом безмолвии леденил это мертвое царство. Ни травка, ни веточка не шевелилась. Даже шум города не был слышен. Все будто не жило.

Вот передо мной громадные разрушенные здания кадетского корпуса и военно-фельдшерской школы с зияющими окнами, без рам и стекол и черными отверстиями между оголенных стропил. Правее, на фоне бледного неба, рисовался печальный силуэт пятиглавой церкви и конусообразной колокольни без крестов... Еще правее – мрачная,

темная военная тюрьма, сквозь решетчатые окна которой краснели безотрадные огоньки.

Я шел к городу, пробираясь между беспорядочной массой торчащих во все стороны ветвей, шагая через обломки. Было холодно, жутко. И рядом с этим кладбищем великанов, бок о бок, вокруг мрачной громады тюрьмы уцелел молодой сад. Тонкие, гибкие деревца, окруженные кустарниками, касались вершинами земли, – но жили. Грозная стихия в своей неудержимой злобе поборолла и поломала могучих богатырей и не могла справиться с бессилием.

И кругом зданий корпуса и школы среди вырванных деревьев уцелели кустарники. Разбиты каменные столбы, согнуты и сброшены железные решетки, кругом целые горы свернутого и смятого, как бумага, кровельного железа и всевозможных обломков, среди которых валяется труп лошади.

Проезжаю мимо церкви Петра и Павла, с которой сорваны кресты, часть куполов и крыша. Около военного госпиталя груды обломков. Здания без стекол и крыш, сорвана и разбита будка – квартира городских, сад фельдшерской школы в полном разрушении. Останавливаюсь у городского. Его фамилия Алексеев. В момент смерча он был на том же месте. Его и рабочего с городского бассейна вихрем подняло с земли и перебросило через забор в сад. Придя в себя, он вытащил из-под упавших обломков забора и бревен молившего о помощи человека. Дальше – госпитальный вековой парк без деревьев: одни обломки. Мост через Яuzu сорван. Направо и налево, вплоть до Немецкого рынка. Картина разрушения здесь поразительна. Особенно ярка она с Коровьего Брода, если смотреть от здания Лефортовской части. Направо разрушенный верх Лефортовского дворца, впереди – целая площадь домов без крыш с белеющей сеткой подрешетников, налево – изуродованная громадная фабрика Кондрашова с рухнувшей трубой поперек улицы: проезда нет. Против части стоит без крыши дом Нефедова. Когда сорвало с этого



дома крышу, то листами железа поранило прохожих и побило лошадей.

По Гаврикову переулку полный разгром. На переезде Московско-Казанской ж. д. сорвало крышу с элеватора, перевернуло несколько вагонов, выбросило и поломало будки и столбы телефона, а высокий железный столб семафора свернуло и перегнуло пополам, уткнув верхний конец в землю.

Здесь много пострадало народа, особенно извозчиков и рабочих. И дальше, к Сокольникам и в Сокольниках, та же картина разрушения. С десятками очевидцев в разных местах говорил я, и все говорят, в общем, одно и то же.

В 3 часа ночи я снова поехал взглянуть на картину разрушения при свете просыпающегося дня, начав с Сокольников.

Кладбище Анненгофского бора было ужасно.

Было уже совершенно светло, ветерок шевелил наваленные между трупами старых сосен зеленые ветви.

Окружив рощу и выбравшись на Владимирское шоссе, я остановился у точки столицы, первой принявшей на себя губительный порыв смерча. И пострадавшей больше всех.

Это ряд зданий Покровского товарищества ассенизаций.

Бывших зданий.

Теперь от дома конторы, казарм и службы – груды обломков. Впереди сотня бочек, некоторые пробиты воткнутыми в них бурей бревнами, принесенными издалека.

Налево, за канавой, среди обломков Анненгофской рощи, вокруг костра греются рабочие, оставшиеся без крова. Пасется табун лошадей, уцелевших, и валяются убитые лошади.

Близ кучки служащих из-под чистых рогож видны сапоги.

Я попросил поднять рогожу. Передо мной измятый труп человека средних лет, в пиджаке и рабочей блузе. Челюсти поломаны, под левым ухом в черепе огромная рана. Смерть была мгновенная. Это –

слесарь Николай Вавилов, оставивший после себя голодную семью из четырех детей и беременную жену. Старшей девочке 9 лет.

Кроме него, сильно ранило четырех рабочих, которые отправлены в больницу.

Стоящие передо мной люди первые встретили смерч и спаслись случайно. Все они рисуют одну и ту же картину. Впереди, откуда пришел смерч, широкое поле, за которым верстах в трех село Карачарово и деревня Хохловка.

Несмотря на пасмурное утро, даль видна хорошо, и можно различить разрушенные дома Карачарова и колокольню без креста: его сорвало с частью купола.

Картина катастрофы такова.

Сначала легкий дождь. Потом град по куриному яйцу и жестокая гроза. Как-то сразу потемнело, что-то черное повисло над Москвой... Потом это черное сменилось зловеще-желтым... Пахнуло теплом... Затем грянула буря, и стало холодно.

Так было во всей Москве.

Здесь очевидцы рассказывали так.

После грозы над Карачаровым опустилась низко черная туча. Это приняли за пожар: думали, разбиты молнией цистерны с нефтью. Один из служащих бросился в казармы и разбудил рабочих. Все выскочили и стали смотреть на невиданное зрелище. Туча снизу росла, сверху спускалась другая, и вдруг все закрутилось. Некоторым казалось, что внутри крутящейся черной массы, захватившей небо, сверкают молнии, другим казался пронизывающий сверху вниз черную массу огненный стержень, третьим – вспыхивающие огни...

Эта страшная масса неслась на них, бросились – кто куда, не помня себя от ужаса. Покойный Вавилов, управляющий Хорошутин с пятилетней дочкой и старухой матерью спрятались в крытой лестнице, ведущей в контору. Все ближе и ближе несся страшный шум.

В это время бросились в коридор, спасая свою жизнь, три собаки. Вавилов, помня народную примету, что собаки во время грозы опасны, бросился гнать собак и выскочил за ними из коридора.

В этот момент смерч налетел. От зданий остались обломки. Коридор случайно уцелел. Хорошутин с семьей спасся. А тремя ступеньками ниже, на земле, под обломками в полусидячем положении виднелся труп Вавилова.

И теперь, через 12 часов, на этом месте лужа не засохшей еще крови...

Только спустя долгое время люди начали вылезать из-под обломков и освобождать раненых. Здесь ужасная картина разрушения...

В роще, как говорят, тоже найдутся трупы. Там были люди. Эта роща – неизменный притон темного люда, промышлявшего разбоями в этой непокойной местности.

В 7 часов мы с моим спутником поехали в город и до самого дома не обменялись ни одним словом.

Впечатление ужасное.

**“Русское слово”, 1904, 18 июня, № 168.**

**Подписано: *Вл. Гиляровский***

## **НА КРАЮ ГОЛОДНОЙ СМЕРТИ**

Вчера в первый раз в моей продолжительной и богатой впечатлениями жизни я видел человека, умирающего от голода.

Ребенка семи лет.

В самый последний момент его спасла горничная...

Вчера я получил следующую анонимную записку:

«В меблированных комнатах “Дон” (Арбат, Смоленский проезд), у жены д-ра медицины Полилова, живет семейство без копейки денег. Вдова-иностранка продала все, что имела: последний жакет, одеяло, подушки, обручальное кольцо, но вырученными грошами не могла

поддержать своего существования. Дети тяжело заболели... от голода... Посетите это бедствующее семейство. № 12».

– Кто живет в 12-м номере? – спрашиваю швейцара.

– Болгарка бедная... Прямо с детьми с голоду умирают...

Вхожу в номер. На матрасе, без простыни и одеяла, лежит мальчик: кожа да кости, взглянуть страшно. Хорошенькая девочка лет трех играет пробкой от графина. Меня встречает бедно одетая худенькая женщина, мать детей, болгарка А. Манолова.

Я извинился за визит и сразу, чтобы выйти из неловкого положения, заговорил о Болгарии, которую посещал и знаю. Нашлись общие знакомые. Разговор перешел и на настоящее положение.

Тут же пришла соседка по номеру, симпатичная старушка, г-жа Косырева, принявшая участие в положении детей. Выяснилось из общего разговора вот что.

Г-жа Манолова, учительница гимназии в Филиппополе, овдовев, переехала в Салоники с целью открыть начальное училище. Но дело не устроилось. Ей посоветовали уехать в Москву и наговорили, что московское славянское общество определит ее детей и даст ей работу. Россия велика! Москва богата! Русские любят болгар!

И на последние деньги она приехала в Москву. Извозчик с вокзала привез ее в номера «Дона». Денег еще было рублей пять. На другой же день г-жа Манолова отправилась в славянское общество и объяснила свое положение. На другой день ей назначили зайти, и она подала прошение о помощи и определении детей в приют.

Прошение взяли, в помощи отказали, говоря, что не ей одной, а всем отказывают, так как председатель г. Череп-Спиридович давным-давно отсутствует, и дела стоят.

На четвертый день, уже продав на пищу последний скарб, она снова пришла в общество, и снова ей отказали.

Попробовала обратиться в сербское консульство, но ей, как болгарке, отказали.

И вот, уже голодная, она несколько раз ходила в славянское общество, и кто-то из служащих дал ей 2 руб. 20 коп. своих денег и рекомендацию к какой-то швее с просьбой дать работу г-же Маноловой, хорошо умеющей шить.

Швея отказала, своих мастериц много! Голод начинался. Все проедено, продать нечего, из номеров гонят, самовара давно не дают.

А кругом живут люди, и никто не знает, что рядом семья умирает с голоду.

Горничная Аннушка говорила мне:

– Только воду и пили... Дети то и дело просили графин переменить... И какие крепкие, – молчат, что голодны! А мне и невдомек. Уже после догадалась, – кусочек хлеба дала – да было поздно. Мальчик уже чуть не умирает, стонет лежит.

Только тогда горничная сообщила об умирающем ребенке жильцам, и дело выяснилось. Послали за доктором. Тот нашел что-то близкое к голодному тифу и бесплатно устроил лекарство. Еще момент – и мальчик бы умер.

И теперь бедный Любомир не может еще ни пить, ни есть и с трудом принимает лекарство.

А трехлетняя Райка поправилась.

Вчера был третий день с момента первого визита доктора.

Положение отчаянное. Пока кормят жильцы-соседи, но их мало и люди также без средств. С квартиры гонят. Ни на лечение, ни на пищу... И ехать некуда! И молчат...

**“Русское слово”, 1905, 20 июля (2 авг.), № 194.**

**Подписано: *Вл. Гиляровский***

## У Г-ЖИ МАНОЛОВОЙ

Я видел сейчас счастливую семью в номерке, занимаемом г-жой Маноловой.

– Добрая, добрая Москва! Все в ней добрые! Благодарю... Благодарю!

Этими словами со слезами на глазах встретила меня радостная, оживленная г-жа Манолова.

Дочка Райка разбирается в подаренных ей книжках с картинками, а Любомир, которого я четыре дня назад видел полумертвым, весело глядит на меня и с восторгом показывает мне черные часики, подаренные ему одной из посетительниц. Он уже ест суп, и завтра доктор разрешит ему встать с постели.

Мать ликует.

Ее заветной, фантастической мечтой было открыть в Болгарии школу, имея на это две тысячи франков. Теперь у нее тысяча рублей, и она откроет школу в Болгарии, и будет воспитывать детей в чувстве самой теплой любви к русским людям.

Она это говорит, а слезы радости заливают глаза. Ей не хватает слов выразить чувства благодарности помогающим ей москвичам.

И действительно, столько задушевного, трогательного произошло за эти дни перед ней.

Много москвичей всех званий перебивало у нее. Особенно много дам.

Через меня поступили для г-жи Маноловой следующие деньги <...>

В настоящее время г-жа А. Манолова, принося сердечную, глубокую благодарность всем добрым людям, отозвавшимся на ее горе, просила меня заявить, что она имеет уже немного более тысячи рублей (положены в банк), через неделю, как только поправится сын и она сама окрепнет от пережитых волнений, они уезжают на родину.

Спасибо Москве!

**“Русское слово”, 1905, 24 июля (6 августа), № 198  
(в сокращении).**

**Подписано: *Вл. Гиляровский***

*“Ефект присутності” – серце репортажу, його головна властивість.* Український дослідник журналістських жанрів Г.П. Кривошея ілюструє це твердження так: якщо ви читаєте репортаж, сидячи в теплій домашній кімнаті, про події на Північному полюсі, у вас має виникнути бажання замінити капці на теплі валянки, натягнути на себе кожуха. Він же так формулює *родові ознаки жанру*:

- правдивість, достовірність, документальна точність;
- послідовне відтворення події;
- образне змалювання картини того, що відбувалось;
- створення ефекту присутності на місці події, причетності до того, що відбувалось;
- обмеження розповіді про подію просторово-часовими рамками;
- деталізація події інтер'єром, особливостями, висловлюваннями дійових осіб.

У репортажі можуть поєднуватись елементи різних інформаційних, аналітичних і навіть художньо-публіцистичних жанрів. Адже журналіст має розповісти про факти та явища якомога яскравіше, вражаюче, тож він використовує всі способи, які йому доступні: вплітає в тканину репортажу елементи звіту, інтерв'ю (монологу, діалогу чи бесіди кількох людей), коментарю, рецензії, нарису, зарисовки, есе та ін.

Цікавий авторський репортаж частіше за все містить у собі не лише оповідь про подію, але й пряму мову, короткий діалог (репліки), ліричний відступ, іронічну або захоплену характеристику персонажів, картинний, деталізований опис

епізоду тощо. Жоден з інформаційних жанрів не дає автору таких багатих можливостей для розкриття таланту, показу себе, своєї ерудиції, неповторності, віртуозного володіння словом.

Якою б важливою не була подія, журналіст, що веде репортаж, завжди перебуває в її епіцентрі і читач (глядач, слухач) має це обов'язково відчувати.

**ВИДИ РЕПОРТАЖІВ.** Залежно від того, яку мету ставить перед собою автор, репортажі поділяються на такі основні види:

**а) подієвий** – найпоширеніший вид репортажу, який оперативно відображає суспільно значиму подію, представлену журналістом у хронологічній послідовності її розгортання;

**б) пізнавальний (неподієвий)** – репортаж, в основі якого лежить не подія, а тема, яку висвітлює репортер (наприклад, оповідь про міліцейський рейд, про обряд вінчання в церкві, про буденну роботу хірурга тощо); такі матеріали плануються редакцією заздалегідь, вони не є настільки оперативними, як подієві, і журналіст вибудовує композицію репортажу на свій розсуд;

**в) проблемний** – несе в собі елементи аналізу, авторські узагальнення й висновки, для чого можуть залучатись додаткові факти, цифри, паралелі з іншими подіями; такий матеріал наближається до кореспонденції, адже за його допомогою журналісти піднімають актуальні економічні, політичні, соціальні, етичні та інші питання, загострюючи на них увагу для подальшого більш серйозного вивчення; цей вид жанру дає великі можливості для критики недоліків.

Процес синтезу, взаємопроникнення жанрів відбиває така класифікація репортажів, які залежно від способу освоєння фактичного матеріалу і манери викладу також поділяються на кілька видів:

- 1) *Репортаж-зарисовка* змальовує події в контрастному тоні за допомогою яскравих штрихів і колоритних описів,



широко використовує пейзаж, портрет, діалог, зосереджує увагу на одному аспекті важливої події.

- 2) *Звітний репортаж* покликаний відтворити важливі масові заходи (збори, мітинги, демонстрації, наради) у чітко вираженій тональності. Він детально описує обставини, у яких розгортаються події, показує людей поза часом засідань (наприклад, у кулуарах).
- 3) *Репортаж-роздум* дає журналістові можливість використовувати літературні факти, наводити історичні паралелі. Усе побачене репортером стає предметом його міркувань та узагальнень.
- 4) У *проблемному репортажі* автор, описуючи якусь подію, ретельно, іноді навіть скрупульозно, проводить аналіз, прагне розкрити всі аспекти поставленої проблеми.
- 5) В *оглядовому репортажі* увага автора зосереджується на окремих етапах розвитку центральної події, на головних епізодах інформаційного характеру, які не зв'язуються суцільною лінією оповіді.
- 6) Основою *репортажу-інтерв'ю* є розмова журналіста з співрозмовником, викладена у формі суцільної розповіді, без запитань і відповідей.

Залежно від використання репортажу в різних галузях журналістики чи мистецтва розрізняються:

- *репортаж для преси,*
- *радіорепортаж,*
- *телерепортаж,*
- *фоторепортаж,*
- *кінорепортаж.*

**Спеціальний репортаж****Білоруський майдан****ВИСТОЯЛИ! “ДОБРАЙ РАЊИЦІ, БЕЛАРУСЬ!”**

Перші три намети з'явилися на Жовтневій (Кастричніцькій) площі Мінська позавчора після сьомої вечора – якраз коли там на мітингу виступав лідер демократичних сил Олександр Мілінкевич. Однак, на відміну від київського Майдану-2004, «малі архітектурні форми» мінського Майдану відразу були конфісковані міліцією. Сховавшись за спинами учасників мітингу, з десяток молодих людей почали тихцем встановлювати ще один намет. Їх прикривали прапорами, щоб не привертати завчасну увагу. І до 21-ї години на площі стояло вже чотири намети, про що оголосив зі сходів Палацу профспілок один з ораторів – В'ячеслав Сівчик. Він закликав опозиційно налаштованих білорусів захистити молодь, що влаштувала табір, від репресій, а міліцію – виявити солідарність із власним народом.

**Під охороною живого ланцюга**

...Через півтори години, повернувшись на Майдан із 3-літровою банкою з гарячим чаєм, я виявила вже 13 наметів. Люди вже почали приносити хлопцям та дівчатам, які в них оселилися, їжу й гарячі напої. Самих учасників табору, які зібралися жити на площі, поки не доб'ються правди про вибори в країні, стало вдвічі більше – близько двадцяти. Тут уже була не тільки молодь, а й кілька осіб більш зрілого віку.

Навколо наметів – живий ланцюг людей, що взяли за руки. На найближчому стовпі розвівався національний білий-червоно-білий

прапор, над головами мітингувальників – ще й прапори Євросоюзу, а також російський, український, литовський, грузинський, азербайджанський... Пізніше в живому ланцюзі з'явився навіть учасник із прапором команди "Феррарі".

Між наметами снували журналісти з камерами. Усі розуміли: якщо іноземні кореспонденти, особливо телевізійники, підуть – "тут буде щось страшне", як висловився один із польських колег. Не йти людей із площі закликав і кандидат у президенти Олександр Мілінкевич, який попередньо оголосив про невизнання офіційних підсумків виборів.

Опозиція не має власних, незалежних результатів підрахунку голосів, а проведення екзит-полів провалилося, чому сприяли дії влади. "Ну немає нормальних цифр, вигадати нам, чи що, їх накажете?" – говорить «УМ» [*"Україні молодій"*] із цього приводу юрист штабу Мілінкевича Володимир Лабкович. Тому прихильники опозиційних кандидатів вимагають провести повторні вибори. Тому ті, хто має на це сили, залишилися на Жовтневій площі. Почали застосовувати таку форму опору білоруси з Мінська і Сморгоні та естонці, потім до них приєдналися росіяни й присутні тут українці – учасники Помаранчевої революції 2004 року.

### **«Чайна» блокада**

Навпроти, по інший бік проспекту Незалежності, на балюстраді над переходом метро тусувався спецназ у чорному спортивному екіпіруванні. Пройшовши до Будинку офіцерів, я знайшла Дмитра Павличенка, відомого побиттям опозиційного кандидата в президенти Козуліна – з посмішкою й у гарному настрої. Забігаючи наперед, додаю: підрозділ одіозного Павлика, як називають його журналісти, простояв з іншого боку площі тільки півночі.

Після 23-ї години виявилось, що в навколишніх кафе, які ще залишалися відкритими, влада заборонила... продавати чай і каву. Навіть у «Макдональдзі»! У Києві було навпаки...

Міліція очевидно виконувала наказ з недопущення розбудови наметового містечка: на під'їздах до району Жовтневої площі та однойменної станції метро всі мікроавтобуси перевіряли співробітники ДАІ. А на самому Майдані їхні колеги знаком жезла забороняли зупинятися маршрутним таксі й автомобілям.

Ближче до півночі сили правопорядку виправдали підозри щодо блокування «повстанців» та їхнього виснаження. Почалося затримання тих, хто йшов у бік площі з об'ємними сумками та рюкзаками. Не допускали вже навіть їжу й питво. До світанку у відділення міліції потрапили близько десятка людей, котрі відійшли з місця події по чай або намагалися пронести в центр намет. Така ж доля спіткала й тих, хто просто вирішив відлучитися. Таким чином, на місце наметового містечка не тільки не пускали – звідти ще й не випускали.

### **Головне – протриматися до ранку**

Особливо після другої години ночі. На той час лави опозиціонерів поріділи, у голоді й холоді залишилися найупертіші (400-500 чоловік). ДАІшники за допомогою евакуатора відвезли необережно припаркований біля зупинки автомобіль. Пізніше, уже під ранок, вони наказали виїхати водієві іншого авто, але журналісти запропонували спершу вивісити знак "Зупинка заборонена". Потім у салон швидко сів Мілінкевич разом із дружиною, які практично всю ніч провели поруч із мешканцями наметового містечка.

Разом із Козуліним вони періодично пригощалися гуртовим гарячим чайком, підспівували пісням під гітару (частіше за інших співали «Групу крові» Віктора Цоя, «Тры чарапахі» Лявона Вольського і популярний серед тутешньої опозиції гурт «НРМ»).

Час від часу соратники «наметників», очолюваних Олесем Мазуром та В'ячеславом Сівчиком, примудрялися-таки проносити продукти, так що тепер уже мешканці наметів годували й напували тих, хто стояв за кільцем табору.

Найактивніша дівчина, яка всю ніч невтомно запалювала людей скандуванням гасел, виявилася двоюрідною сестрою зниклого журналіста Дмитра Завадського Христиною. Це вона почастиувала гарячим чаєм змерзлих ДАІшників, котрі зізналися, що вони теж зовсім не за Лукашенка...

“Найголовніше – протриматися до сьомої ранку, – сказала мені лікар з міста Новокупка Лариса Бухоленко. – потім піде транспорт, на роботу поїдуть люди, буде легше. От зараз уже о пів на третю...”

Я не можу зараз сказати, скільки разів ми встигли промерзнути і зігрітися, але тоді не вірилося, що світанок колись настане... Не буду описувати, якими партизанськими стежками, запитавши поради в знайомих людей – ОМОНівців, під прикриттям французької колеги я пробиралася в нічну кав'ярню для закупівлі сигарет для мітингувальників. Було близько п'ятої ранку. Міліціонери кликали в машини “погрітися й на інтерв'ю”, спецназ у чорних масках в'яло позирав з автобуса, бармени бурхливо висловлювали захват і солідарність, а ОМОНівці не забули справитися, чи все в порядку. “Що ж ви ніяк не підете?” – “А ви що не йдете?”

### **Сонце – з народом! І трактори теж**

Коли над містом засвітилися перші промені світанку, живий ланцюг і весь табір скандував: «Сон-це!», «Ра-ні-ца!» («Ранок!»), а потім – назву передачі одного з білоруських каналів: «Добрай раніци, Бєларусь!». Після 5.30 з'явилися гебісти. Вони, на відміну від співробітників МВС, ретельно маскувалися під журналістів і «випадкових перехожих». Поруч уже проходили перші рейсові автобуси. Площа вітала їхніх

пасажирів, ті дивилися здивовано у вікна, потім – на годинники. Багато хто посміхався. «Бачте, як люди радіють?» – устигла я кинути гебісту. Того наче вітром здуло.

Рівно о шостій знову підключили мікрофон, і ведучий Олександр Бураков у діджейському стилі повів мітинг. Новий день зустріли «гімном древньої Беларусі» – «Магутны Божа» на вірші Наталі Арсеньєвої. Потім виступив Мілінкевич. «Дорогі мої, улюблені люди!» – звернувся він до найстійкіших і назвав тих, хто провів цю ніч на площі, «найкращим, що є в Білорусі». Далі слово тримав Козулін, який, як завжди, забув похвалити заодно й міліцію за пристойне поводження.

«Верим! Можам! Пе-ра-мо-жам!» («Віримо! Можемо! Переможемо!») – проскандувала у відповідь нове гасло політичного сезону молодь.

Ще одне нововведення: усі, хто з'явиться, – «з народом». «Міліція з народом! Двірники з народом! Автобуси з народом!»

О сьомій з «копійками» замість гебістів по краю площі почали ходжати спецназівці. Поговоривши з їхнім командиром Юрієм Подобєдом, кореспондентка «УМ» дізналася, що наказу розганяти табір на площі в них не було. Але тут на місце дії приїхали... трактори. «Трактори – з народом!», а ті – ревуть, гуркоче з динаміків музика. Трактори дедалі звужують коло прибирання площі...

Але наїзду, у всіх значеннях слова, не вийшло. Трактори поїхали. Молодь скандувала «Спасибі журналістам!». Вулиці заповнилися людьми, які слухали, проходячи повз мітинг, останні новини: Америка не визнала результатів білоруських виборів, Євросоюз не визнав, Польща... З особливим інтересом слухала цю інформацію міліція усіх відтінків.

\* \* \*

Коли я йшла писати цей матеріал, правоохоронці мені посміхалися. А в наметовий табір почали приходити перші у вівторок люди з продуктами і термосами. Може, й мають рацію Мілінкевич із Козуліним: ця ніч, така нетипова для Білорусі, ще увійде в підручники.

**Тетяна СНІТКО.**

**Мінськ.**

*Р. С. Учора надвечір наметів на Жовтневій площі було вже 19. Демонстранти дарували перехожим квіти.*

**А тим часом...**

**Напередодні, у ніч на 20 березня, в Мінську були затримані семеро громадян України та один – Росії. Усі вони – члени української громадської організації “Національний альянс”, які брали участь у мітингу, що відбувався одразу після закінчення голосування на виборах президента Білорусі. Про це, як повідомляє прес-служба «НА», стало відомо лише завдяки тому, що один із затриманих активістів «Національного альянсу» встиг відправити з мобільного телефону СМС-повідомлення своїм друзям, які залишилися в Мінську на волі.**

**Крім того, у центрі Мінська міліція затримала трьох громадян Грузії, двох естонських спостерігачів, п'ятьох прихильників кандидата Олександра Козуліна та лідерів Об'єднаної громадянської партії Анатолія Лебедька і його заступника Олександра Добровольського. Щоправда, вчора правоохоронці повідомили, ніби цих двох активістів «у міліції немає».**

**Загалом, за даними білоруського правозахисного центру «Вясна», від 17 лютого й до дати виборів – 19 березня – суди в різних містах країни винесли покарання за адміністративними статтями 210 активістам антилукашенківської опозиції.**

*[Матеріал супроводжується великою фотоілюстрацією з наступною текстівкою: Так на площі встановлювали перші намети. ФОТО РЕЙТЕР.]*

*“Україна молода” № 52 (2839)*

## СТУПКА СТАВ АКТОРОМ РОКУ *Блохіну вручили спеціальну премію*

У суботу біля палацу "Україна" між іномарками ніде було яблуку впасти. На 10-ту церемонію вручення премії "Людина року" прийшов майже весь бомонд. До нагороди представили 982 претенденти у 19 номінаціях.

– Я нагороджувала одного із переможців, – хвалиться "ГПУ" ["Газети по-українськи"] олімпійська чемпіонка **Лілія Подкопаєва, 27 років**. – Люблю такі свята, – поправляє оздоблений блискучими камінцями хрестик на шиї. – Десять років тому я була спортсменкою року.

У фойє, біля бару, черга за коньяком та фрешем. Чоловіки у смокінгах та костюмах пильнують м'які крісла, щоб посадити своїх супутниць. Біля директора агентства "Карін" **Влади Литовченко, 36 років**, що прийшла у ніжно-бірюзовій атласній сукні, аж четверо джентльменів. Вона перебирає пальцями мініатюрну сумочку-гаманець, прикрашену перлинами.

У партері, по-світськи усміхаючись, дає інтерв'ю **51-річний** секретар РНБО **Анатолій Кінах**. На сцену виходять **39-річна** актриса **Ольга Сумська** та гендиректор ТРК "Ера" **Василь Климчук, 34 роки**. Розповнілий Климчук нижчий за партнерку й часто червоніє. Зате Ольга – спокійна, в золотистій сукні з глибоким декольте.

– За дружину не нервуюся, – розповідає її чоловік, **42-річний** актор **Віталій Борисюк**. – Вона звикла і вже не надає таким акціям значення. Готувалася похапцем: після зустрічі з виборцями прибігла додому, швидко вбралася, нафарбувалася і поїхала сюди.

Кінаху тисне руку незмінний член Вищої академічної ради "Людини року" поет **Юрій Рибчинський, 60 років**. Його колишня невістка,



співачка та бізнес-леді Анастасія Рибчинська цілується з **52-річною Олександрою Кужель**. Екс-голова Держкомітету з питань регуляторної політики – у розкішній зеленій оксамитовій сукні, з темно-салатовими рукавами-павутинками та шовковими червоними вставками на грудях.

– Це від дизайнера Сергія Єрмакова, – хвалиться вона. – Зі старого оксамиту, що колись подарував мені чоловік подруги, вже покійний. Я хотіла пошити щось феєричне, але вистачило лише на вечірнє плаття. Тим паче, що я схудла! Але Єрмаков загадав купити ще темно-сріблясті черевики. Я оббігала весь Київ... Нарешті знайшла одні, але на розмір менші... – Кужель піднімає спідницю і демонструє взуття, що врізається їй у пальці з червоним педікюром. – Тепер мучуся, – зітхає.

У залі гості обступають **49-річного** спікера **Володимира Литвина**. У номінації "громадський лідер" він переміг **45-річну Інну Богословську** та **Владислава Каськіва, 32 роки**. У Литвина напружений погляд.

53-річний тренер збірної України з футболу Олег Блохін сидить у буфеті. Від келишка горілки відмовляється, а каву бере з потрійною порцією цукру. Офіціантка приносить йому жменю "цукрових" пакетиків. Пізніше Блохіну вручать спеціальну премію.

Тим часом на сцені гучні овації зриває жвавий, попри **80-річний** вік, композитор **Володимир Шаїнський**. Автор пісні про крокодила Гену вибігає за премією "за видатний внесок у розвиток культури", наче хлопчик.

– Кращого подарунка на ювілей годі й чекати, – зізнається він "ГПУ". – Добре б отак відсвяткувати 100-ліття.

**Дарія ГОРСЬКА, Іван СТОЛЯРЧУК.**

[Матеріал супроводжується великою фотоілюстрацією з наступною текстовкою: Остап Ступка (на фото) – "актор року", а от "митець року" – тенор Володимир Гришко.]

"Газета по-українськи" № 43 (85)

### Питання для самоконтролю:

1. Чим суттєво відрізняється репортаж від замітки та звіту?
2. Які характерні особливості репортажу як інформаційного жанру журналістики?
3. Звідки походить термін "репортаж"? Що означає це слово в буквальному перекладі?
4. Що означає "принцип присутності п'яти відчуттів", за яким пишеться репортаж?
5. Від чого програє репортаж і що робить його вдалим?
6. Які ролі виконує журналіст при підготовці й написанні репортажу?
7. У чому полягає мета журналіста-репортера?
8. Дайте повне визначення репортажу як інформаційного жанру журналістики.
9. Чого потребує репортажна манера?
10. Які основні виражальні засоби репортажу?
11. Від чого залежить обсяг репортажу?
12. Що ви знаєте про історію становлення цього жанру?
13. Назвіть імена видатних репортерів.
14. Зміст і значення "ефекту присутності" в репортажі.
15. Що собою уявляє класифікація репортажів?

## Тема 6.

# ІНТЕРВ'Ю ЯК МЕТОД ЗБИРАННЯ ІНФОРМАЦІЇ І ОДИН З ІНФОРМАЦІЙНИХ ЖАНРІВ ЖУРНАЛІСТИКИ

**Уявлення про інтерв'ю як інформаційний жанр журналістики. Етимологія терміна. Визначення і специфіка інтерв'ю. Характерні жанрові особливості. Типи і види інтерв'ю. Етапи роботи журналіста над інтерв'ю. “Квадрат успіху”. Правила інтерв'ю. Три складові жанру інтерв'ю.**

Розмова журналіста з політичним, громадським або іншим діячем (чи будь-якою іншою людиною) з актуальних питань, призначена для опублікування в пресі, передачі по радіо, телебаченню, появи в Інтернеті, зазвичай називається інтерв'ю.

***Інтерв'ю*** [англ. *interview* – букв. “зустріч, бесіда” від лат. *inter* – “між, поміж” – префікс, що має значення взаємодії, взаємонаправлення, перебування поміж кимось або чимось, вживається у складних словах для позначення проміжної ситуації + *view* – вид, погляд, думка] – **бесіда кореспондента з однією чи кількома особами, яка має суспільний інтерес.**

Термін “інтерв'ю” в науці й журналістській практиці прийнято вживати у двох значеннях: 1) як один з методів збирання (у журналістиці, соціології, психології) або поширення (у public relations) інформації; 2) популярний у всіх видах ЗМІ журналістський жанр інформаційної групи.

У журналістиці існують такі методи збору зовнішньої інформації:

- а) спостереження;
- б) вивчення документів і джерел;
- в) інтерв'ю.

Інтерв'ю (у першому значенні терміна) є головним методом отримання журналістом фактів, сутність якого полягає в здобутті новин і повідомлень завдяки усному спілкуванню суб'єкта (кореспондента) з об'єктом (політичним діячем, науковцем, спортсменом, артистом тощо). Вважається, що цей метод дає від 80 до 90 відсотків потрібної журналістові інформації. У цьому ракурсі *вся журналістська робота – суцільне, нескінченне інтерв'ю*. Перефразувавши афоризм про те, що журналістика є довічне відрядження в життя, можна сказати: *журналістика – це довічне інтерв'ювання, а журналіст у будь-якому амплу – постійний інтерв'юер*.

Професійний журналіст мусить бути гарним комунікатором, адже його діяльність складається з розмов із людьми й описування (або викладу) почутого. До проблем творчості, майстерності журналіста входить не лише безпосереднє створення тексту, але й мистецтво збирати матеріал для нього, тобто мистецтво спілкування.

Інтерв'ю (у другому значенні терміна) є журналістським жанром, що представляє суспільно вагому новину у вигляді відповідей особи на запитання журналіста. Сьогодні, без сумніву, це найпоширеніший серед великоформатних інформаційних жанрів як у пресі, так і в аудіовізуальних ЗМІ та Інтернеті. Відомі журналістикознавці одноставно відзначають як безумовно позитивну загальну тенденцію сучасної журналістики – *зміцнення інформаційної основи ЗМІ та посилення діалогічності*. Інтерв'ю тут відіграє чи не найпершу роль, ставши домінуючим жанром на сторінках преси, в ефірі та Інтернеті, набуваючи нових популярних форм розгорненого діалогу з аудиторією (численні ток-шоу, “прямі лінії”, опитування тощо).

Повне визначення інтерв'ю виглядає так:

*Інтерв'ю – один з інформаційних жанрів журналістики та публіцистики, у якому подається вільний виклад розмови журналіста з особою, думки або коментарі чи враження якої з певних актуальних життєвих питань являють громадський інтерес і призначені для публікації у пресі, показу на телебаченні, трансляції по радіо, використання в Інтернеті тощо.*

Інтерв'ю – це журналістська ініціатива, яка передбачає розпитування відомої людини (чи анонімною особи), щоб виявити інформацію, пояснення, погляд, які мають сенс тільки в тому випадку, коли їх повідомила саме ця людина, з метою передати потім зібрану інформацію чітко визначеній аудиторії. Це інформаційний жанр, який покликаний передати позицію, ставлення, оцінку, коментар **ключової особи** з приводу події, ситуації, проблеми.

**Ключовою особою** для інтерв'ю є та особа, яка або є найбільш компетентною чи поінформованою стосовно даної події, ситуації, проблеми, або спроможна представити громадську думку чи позицію соціальної, національної чи іншої групи. Як правило, інтерв'ю передбачає отримати більше інформації, ніж насправді хоче дати співрозмовник.

Якщо той, хто надає інтерв'ю, є визнаним спеціалістом або відомою особистістю, та ще й має звичку говорити й висловлюватися, треба витягти з нього більше інформації, ніж він сам запланував повідомити. Треба вивести його з шаблону стандартної промови, за межі заготовлених фраз. Лише тоді інтерв'ю буде вдалим – цікавим і нешаблонним.

Перед ЗМІ постійно стоїть завдання сказати ширшій громаді те, чого вона не знає, не розуміє. І тому інтерв'ю повинно

прямо і безпосередньо виконувати саме цю функцію. Журналіст, окрім оперативного поточного інформування про події, повинен постійно шукати і спонукати розкритися тих людей, які **знають більше, уміють робити свою справу краще, ефективніше, ніж інші**. Вони, зазвичай, рідко беруться за перо, не рвуться до мікрофона. Допомогти цим людям поділитися з іншими своїми думками та поглядами повинен журналіст, і саме за допомогою інтерв'ю.

*Типи інтерв'ю.* Якщо розглядати інтерв'ю як метод збирання й отримання інформації і одночасно як журналістський жанр інформаційної групи, то можна виділити такі його типи (за способом і метою отримання):

- інтерв'ю на робочому місці;
- інтерв'ю вдома в об'єкта;
- інтерв'ю в редакції;
- інтерв'ю по телефону;
- інтерв'ю в інтер-ситуаціях (наприклад, за обідом чи вечерею в ресторані, під час прогулянки тощо);
- інтерв'ю не для запису (але інформацію, отриману під час бесіди, можна використати);
- інтерв'ю не для запису й використання (мета його – лише розібратися в питанні, зрозуміти дію прихованих механізмів або вийти на інші джерела інформації).

Види інтерв'ю. Відповідно до структури тексту відрізняють такі види інтерв'ю:

- 1) **Інтерв'ю-монолог** (*моно...* – від грец. *μόνος* – “один”, “єдиний” + *...лог* – від грец. *λόγος* – “слово”, “мова” = “мова одного”; “говорить один”) виглядає як відповідь-повідомлення чи заява у вигляді суцільної розповіді інтерв'юйованого у відповідь на питання, запропоноване

журналістом, яке було сформульоване на початку матеріалу, у вступі, разом з представленням співрозмовника і теми для обговорення. Текст представляє собою потік мовлення однієї особи, яка сповідується, коментує щось, розгорнуто викладає свою позицію, міркує вголос тощо. Журналіст не втручається в цей потік прямої мови, дає можливість “герою” матеріалу висловитися сповна.

- 2) **Інтерв'ю-діалог** (ді... – від грец. δι, δίς – “подвійний”, “двічі” + ...лог – від грец. λόγος – “слово”, “мова” = “мова двох”; “говорять двоє”) представляє собою бесіду за схемою “питання + відповідь”. Журналіст одночасно з основними питаннями ставить співрозмовнику уточнюючі, додаткові питання, за їх допомогою направляє бесіду в потрібне русло, виявляє деякі нюанси, цікаві деталі, факти, що надає процесу розмови відповідної драматургії, інтонаційного багатства і робить матеріал розмови сюжетним, інтригуючим.
- 3) **Інтерв'ю-полілог** (полі... – від грец. πολύς – “численний”, “багато” + ...лог – від грец. λόγος – “слово”, “мова” = “мова багатьох”; “говорять багато”) відтворює бесіду кількох співрозмовників, обмін думками трьох і більше людей на одну тему. Вони або доповнюють один одного, або полемізують, спростовують сказане попередником. Подібний матеріал багатомірний, об'ємний, фабульний, дає можливість побачити панораму позицій, оцінок, їх розбіжжя чи співпадання.

Крім цих трьох основних видів інтерв'ю, які класифікують жанр залежно від кількості мовників, більшість жанрологічних джерел виділяють ще такі, досить поширені різновиди інтерв'ю (залежно від способу спілкування і форми викладу журналістом розмови, яка відбулася):

- **Інтерв'ю-повідомлення** – лаконічний виклад бесіди кореспондента з тією чи іншою особою.
- **Інтерв'ю-зарисовка** – значно розширює текстові можливості журналіста: крім змісту бесіди, передбачається також розкриття обставин, за яких відбулася розмова. Під час бесіди журналіст може не лише ставити питання, але й висловлювати свою думку, коментувати факти, про які йде мова, щось згадувати, проводити паралелі, давати короткі характеристики свого співрозмовника, кількома штрихами створювати його портрет, звертатися до читача (глядача, слухача) і т. ін.
- **Інтерв'ю-роздум** – розгорнутий коментар компетентної особи до факту, події, проблеми тощо.
- **Інтерв'ю-анкетування (опитування)** – масовий вид інтерв'ю, своєрідна заочна бесіда.

Усе поширенішим у вітчизняній журналістській практиці стає і так зване **контрв'ю** або **конфронтаційне інтерв'ю** (*контр...* – від лат. *contra* – “проти” – префікс, що означає протилежність, протистояння + англ. *view* – “вид, погляд, думка”) – дебати, сперечання, гостра дискусія двох або кількох співрозмовників, своєрідна словесна дуель, конфронтація учасників бесіди. Цей вид інтерв'ю дуже популярний у США та Великобританії, але останнім часом конфронтаційні інтерв'ю все частіше з'являються і на українських телеканалах.

**Конфронтація** [від лат. *con* – префікс, що означає об'єднання, спільність, сумісність; букв. “разом” + франц. *front*, від лат. *frons (frontis)* – “лоб, чоло, чільна сторона”; у першому значенні – лінія розгортання військ, а також бойового зіткнення з ворогом] – (юрид.) **очна ставка із свідками протилежної сторони; (переносно) зіткнення між особами, державами і т. ін., протиставлення.**



Етапи роботи журналіста над інтерв'ю:

- а) вибір теми (задум);
- б) підготовка до інтерв'ю (попередній збір інформації, розробка детального плану бесіди, домовленість з об'єктом інтерв'ю про зустріч);
- в) безпосередня розмова (запис бесіди на диктофон, відеокамеру тощо);
- г) розшифровка, перегляд запису;
- д) вивчення тексту розмови, виділення в ньому найбільш вагомих висловів, вдалих шматків, яскравих прикладів, цікавих місць;
- е) монтаж виділених фрагментів відповідно до обраної теми і композиції інтерв'ю;
- є) презентаційне оформлення скомпонованого тексту розмови (вибір заголовка, підзаголовків, рубрики, фотоілюстрацій і текстівок до них, написання преамбули, розстановка авторських ремарок тощо);
- ж) шліфування готового тексту інтерв'ю (видалення повторюваних слів і фраз; перевірка наведених цифр, імен, назв, цитат; стилістичне редагування);
- з) візування остаточного варіанту тексту у співрозмовника (це по суті є дозвіл на оприлюднення матеріалу, без якого публікувати текст інтерв'ю не можна ні за яких обставин);
  - і) подання завізованого матеріалу до редакції;
  - ї) контроль за виходом інтерв'ю у світ, збір відгуків, архівація.

Підготовка до інтерв'ю є обов'язковою вимогою. Вона складається з таких “кроків”:

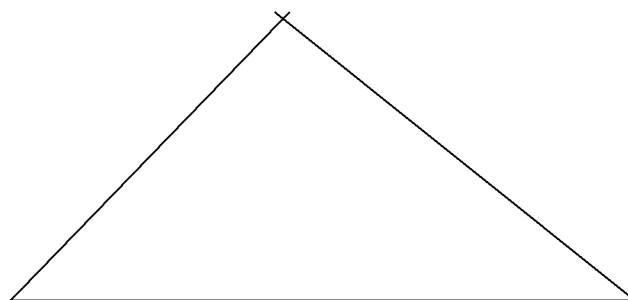
1. Визначення мети інтерв'ю і характеру необхідних відомостей.
2. Вивчення предмета (теми) інтерв'ю.
3. Вивчення співрозмовника.
4. Попереднє обміркування техніки бесіди, підготовка запитань.

У психології, для якої спілкування, так само як і в журналістиці, становить основу професійної діяльності, існує поняття “квадрат успіху”. Чотири вищезазначені елементи підготовки до інтерв’ю і є чотирма сторонами “квадрату успішного інтерв’ю”. У квадрата, як відомо, усі боки рівні. Отже, і журналіст має однаково приділити серйозну увагу всім чотирьом пунктам підготовки, використавши всі можливі джерела інформації (літературу, Інтернет, власні досьє, думки колег і спеціалістів, статистичні дані, документи тощо).

Журналіст-інтерв’юер має у своїй роботі обов’язково дотримуватись кількох *правил інтерв’ю*:

- Ніколи не йти на інтерв’ю непідготовленим.
- Ретельно продумувати місце проведення інтерв’ю, стиль одягу й поведінки, час, супровід, ілюстрування бесіди.
- Починати текст будь-якого інтерв’ю з презентації співрозмовника, назвавши його повне ім’я та прізвище (якщо тільки мова не йде про аноніма), соціальне становище, тему розмови і спосіб її проведення (під час зустрічі, телефоном, через Інтернет, під час прес-конференції тощо).
- Завжди пам’ятати про “золотий трикутник” інтерв’ю, тобто трьох учасників цього дійства: хто бере інтерв’ю, з ким береться інтерв’ю і для кого, для чого.

### Журналіст (інтерв’юер)



**Співрозмовник  
(інтерв’юований)**

**Аудиторія  
(читач, слухач, глядач)**

Журналіст виступає в ролі *суб'єкта* інтерв'ю, співрозмовник – у ролі *об'єкта*, що ж до аудиторії, то вона є *реципієнтом* (від лат. *recipientis* – “той, що одержує”). Усі три складові “золотого трикутника” рівнозначні і рівноважливі. Гіпертрофія будь-якої зі сторін призведе до дисгармонії і втрати результату акції.

Не випадково жанр інтерв'ю стає дедалі поширенішим і популярнішим у ЗМІ. Як ніякий інший, він дозволяє зануритись у внутрішній світ людини, передати її думки, логіку, бажання, настрої, уподобання тощо. Уже сама мова співрозмовника (лексика, побудова фраз та ін.) є стилем, характером, красномовно свідчить про рівень освіченості, ерудицію, походження, сферу існування тощо. Навіть **бліц-інтерв'ю** (від нім. *Blitz* – “блискавка” – швидке, динамічне, у кілька слів, блискавичне інтерв'ю) і **флеш-інтерв'ю** (від фр. *flèche* – “стріла” – миттєве, коротке) з успіхом виконують цю функцію.

Для журналіста опанувати майстерністю інтерв'юера майже дорівнює досягненню професійного успіху, адже інтерв'ювати людей йому доводиться постійно, незалежно від жанрової спеціалізації і, як уже говорилося, журналістика є суцільним інтерв'юванням.

Приклад інтерв'ю-діалогу з української преси

Суспільство

12 квітня – Міжнародний день авіації і космонавтики  
і День працівників ракетно-космічної галузі України

## ЯКЩО ЗАВТРА В ПОЛІТ...

**Виповнюється 45 років польоту в космос Юрія Гагаріна. Відтоді там побувало чимало землян, і українців також. А чи скоро Україна сама запустить у космос зоряний екіпаж? Чи**

**зацікавлені ми в розвитку пілотованої космонавтики? З цього розпочалася наша розмова з першим заступником Генерального конструктора – генерального директора Державного конструкторського бюро «Південне», академіком Міжнародної академії астронавтики Олександром ДЕГТЯРЬОВИМ.**

– На мій погляд, Україна поки що не має потреби у власних пілотованих запусках. Буде таке завдання – знайдемо можливість його вирішити, хоч це нелегко. До речі, у рамках Національної космічної програми України ми з Національним космічним агентством і НАНУ проробляли варіанти створення українського модуля для міжнародної космічної станції. Але через нестачу фінансування проект не реалізовано. Є плани розміщення дослідницької апаратури на іноземних модулях МКС, наприклад, на російському...

**– А чи має сьогодні Україна свій загін космонавтів?**

– Як мені відомо, поки що не має. Наукові завдання досить успішно виконують і безпілотні апарати. За 44 роки (саме стільки наше КБ займається їх створенням) запусчено більш як 400 апаратів 73 типів. Вони удосконалюються: скорочується маса, поліпшується оптика, вона вже «розпізнає» з космосу предмети розміром до півтора-двох метрів...

**– Але людина хоче побачити все на власні очі, розвивається космічний туризм. Чи братиме Україна і КБП у цьому участь?**

– Так, хоч коштує таке «турне» до 15 млн. доларів, бажаючих багато. Лідер цього бізнесу – Росія, але й ми не стоїмо осторонь. Нині проробляються варіанти можливої співпраці з американцями щодо спільного тестування пусків придбаних ними російських капсул «Алмаз», призначених для запуску людини в космос. Ідеться про перспективи створення спільного ракетно-космічного комплексу туристичного призначення, з використанням для цього нашого «Зеніта», іншої ракети цього ж класу, може, і нової розробки. Технічно це здій-

снено, економічно – вигідно. У разі реалізації програми ціна польоту космічного туриста може знизитися до 150 тисяч доларів за політ.

**– А скільки «Зеніт» за один раз може підняти в космос туристів?**

– Можемо вивести на кругову низьку орбіту (200 кілометрів) до 14 тонн. Але, якщо треба, то резерви в «Зеніта» ще є. Тим паче що Росія розробляє дуже цікавий багаторазовий корабель «Кліпер», розрахований на шість осіб. Проект дуже актуальний, американці також оголосили тендер на такі апарати.

Найтяжчий варіант «Кліпера» важитиме 16–17 тонн. Нинішня російська ракета «Союз» такий вантаж вивести на орбіту не може. Ми пропонуємо для цього проекту свій «Зеніт».

**– Крім «Зеніта», чи маєте ви намір створювати й інші ракети?**

– У «Зеніта» все склалося вдало: він затребуваний, дивує і радує універсальністю, надійністю, екологічною чистотою, високими енергетичними та експлуатаційними характеристиками .

Нині тривають роботи з його модернізації з метою збільшення маси корисного

вантаж, виведеного на орбіту під час запусків з Байконура. Ще один напрям робіт КБ «Південне» – аерокосмічні ракетні комплекси. Ці програми перспективні, вони передбачають запуск космічних носіїв з борту літака, адже Україна густонаселена, немає місць для наземних стартових майданчиків. У розробці – кілька аерокосмічних комплексів з носіями різного класу, що базуються на літаках «Руслан», «Мрія», винищувачах «СУ» і «МіГ».

**– Отже, не будете змінювати «Зеніт» на ракети з іншою назвою?**

– Один з найбільших проектів КБ «Південне» – створення ракетно-носія «Циклон-4», його запускатиме спільне україно-бразильське підприємство з космодрому Алкантара, в екваторіальній Бразилії. Проект має гарні перспективи. А «Зеніт» і далі вдосконалюватиметься. Одночасно з його модернізацією в КБ розробляють ракети нового сімейства – «Маяк» – на базі перевірених носіїв «Циклон» і «Зеніт», використовуючи при цьому всі кращі напрацювання. Намагаємося в їх арсеналі максимально використовувати українську комплектацію. Уже зараз ракети «Маяк» викликають інтерес у багатьох країнах. Хоча проект поки що тільки на папері, КБ «Південне», разом з американськими партнерами, бере участь у тендері, оголошеному НАСА, який передбачає використання нових систем, що забезпечать надійну доставку вантажів на міжнародні космічні станції.

**– Порівняно з часами Гагаріна техніка пішла вперед. Політ корабля з людиною на борту сьогодні – не так уже складно?**

– Тільки в арсеналі нашого КБ десятки цікавих розробок, за допомогою яких можна відправити людину в космос і повернути її на Землю. «Зеніт» може успішно вирішувати будь-які космічні доставки. Співпраця із закордонними колегами щодо організації майбутніх пілотованих польотів ведеться постійно. Ми впевнені: не за горами час, коли дослідники і туристи будуть постійно стартувати на навколораземні орбіти. Зокрема й за допомогою техніки, яку розробляють фахівці КБ «Південне» і виготовляють наші колеги на «Південмаші».

12 квітня – це не тільки День космонавтики, а й День працівників ракетно-космічної галузі України. І в переддень цього свята ми з гордістю можемо дивитися як у минуле, так і в майбутнє. За більш ніж півстолітню історію ракетно-космічної галузі колективами КБ «Південне», «Південмашу», безлічі інших підприємств створено чотири покоління стратегічних ракет, сім ракет-носіїв, що вивели на орбіту більш як 1100 космічних апаратів. Сьогодні Україна, разом з Росією,

США, Францією і Китаєм, зберігає місце серед провідних космічних держав світу. За останні роки нашими фахівцями здійснено 19 пусків ракет-носіїв «Зеніт-3SL», п'ять пусків конверсійного носія «Дніпро» (створеного на базі найпотужнішої стратегічної ракети 15A18). Нещодавно КБ «Південне» відвідав Президент України В. Ющенко. Він заявив про необхідність державної підтримки ракетно-космічної галузі України на найвищому рівні.

Квітень для нас був і залишається знаменним місяцем: у 1954 році 10 числа було організоване наше КБП, 12 – День космонавтики і, за волею долі, день народження Генерального конструктора – генерального директора КБ «Південне» Станіслава Миколайовича Конюхова. А 13 – в перший політ 21 рік тому вирушив наш прославлений «Зеніт»... Зі святом, друзі!

**Сергій КРАВЧЕНКО.**

**Дніпропетровськ.**

**Фото з фотоальбому «Леонід Каденюк: я твій син, Україно!».**

*“Голос України” № 67 (3817)*

### **Питання для самоконтролю:**

1. *Що являє собою жанр інтерв'ю?*
2. *Етимологія терміна.*
3. *Два значення терміна “інтерв'ю” в науці та журналістській практиці.*
4. *Визначення жанру інтерв'ю.*
5. *Жанрові особливості інтерв'ю.*
6. *Типи інтерв'ю (за способом і метою отримання).*
7. *Види інтерв'ю (відповідно до кількості мовників і структури тексту).*
8. *Етапи роботи журналіста над інтерв'ю.*
9. *Елементи підготовки до інтерв'ю.*

10. “Квадрат успіху”.
11. Правила інтерв'ю.
12. Три складові інтерв'ю.

*Для підготовки тексту курсу лекцій було використано навчально-методичну літературу з журналістики:*

**Вайшенберг З.** Новинна журналістика: Навчальний посібник / За загал. ред. В. Ф. Іванова. – К.: Академія Української Преси, 2004. – 262 с.

**Васильєва Л. А.** Делаем новости!: Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 190 с.

**Вартанов Г. І.** Короткий довідник журналіста. – К.: МІЛП, 2000. – 47 с.

**Вартанов Г. І.** Система жанрів журналістики: Посібник для студентів. – К.: МІЛП, 1997. – 55 с.

**Владимиров В. М.** Основи журналістики в поняттях та коментарях: Навчальний посібник. – Луганськ: Вид-во Східноукр. держ. ун-ту, 1998. – 146 с.

**Ворошилов В. В.** Журналістика: Учебник. – 4-е изд. – СПб.: Издат-во Михайлова В. А., 2002. – 656 с.

**Гід журналіста.** – К.: Інститут масової інформації, 1999. – 96 с.

**Грабельников А. А.** Работа журналиста в прессе: Учебное пособие. – М.: РИП-холдинг, 2005. – 274 с.

**Григораш Д. С.** Журналістика у термінах і виразах. – Львів: Вид-во при Львівському держ. ун-ті, 1974. – 294 с.

**Гриценко О., Кривошея Г., Шкляр В.** Основи теорії журналістської діяльності. – К.: МІЛП, 2000. – 203 с.



**Жанры международной журналистики.** – М.: МГИМО, 1995. – 108 с.

**Журналистика в мире политики.** Исследовательские подходы и практика участия / Ред.-сост. С.Г. Корконосенко. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004. – 448 с.

**Засорина Т., Федосова Н.** Профессия – журналист. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1999. – 320 с.

**Здоровега В. Й.** Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Львів: ПАІС, 2004. – 268 с.

**Каппон Р. Дж.** Настанови журналістам Ассошейтед Пресс: Професійний порадник: Пер. з англ. А. Іщенко. – К.: КД “Києво-Могилянська академія”, 2005. – 158 с.

**Ким М. Н.** Жанры современной журналистики. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004. – 336 с.

**Ким М. Н.** Журналистика: Методология профессионального творчества. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2004. – 496 с.

**Ким М. Н.** Технология создания журналистского произведения. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2001. – 320 с.

**Кривошея Г. П.** Журналистика: методологічні аспекти літературної праці. – К.: КиМУ, 2003. – 302 с.

**Кривошея Г. П.** Журналистика: поняття, терміни. – К.: КиМУ, 2004. – 202 с.

**Лазутина Г. В.** Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для вузов. – М.: Аспект-Пресс, 2001. – 240 с.

**Ла Рош Вальтер.** Вступ до практичної журналістики: Навчальний посібник / За загал. ред. В. Ф. Іванова та А. Коль. – К.: Академія Української Преси, 2005. – 229 с.

**Максимова С. В.** Правове забезпечення професійної діяльності журналістів в Україні. – К.: Інститут масової інформації, 1999. – 66 с.

**Мельник Г. С., Тепляшина А. Н.** Основы творческой деятельности журналиста. – СПб.: Питер, 2004. – 272 с.

**Михайлин І. Л.** Основи журналістики: Підручник. – Вид. 3-тє доп. і поліпш. – К.: ЦУЛ, 2002. – 284 с.

**Основы творческой деятельности журналиста:** Учебник для студ. вузов по спец. «Журналистика» / Ред.-сост. С. Г. Корконосенко. – СПб.: Знание, СПБИНВЭСЭП, 2000. – 272 с.

**Пальгунов Н. Г.** Заметки об информации. – М.: Изд-во Московского университета, 1967. – 104 с.

**Прилюк Д. М.** Теорія і практика журналістської творчості: Методологічні проблеми. – К.: Вид. об'єднання “Вища школа”, 1973. – 272 с.

**Редакційна політика: від ідеї до угоди:** Посібник / Упорядник С. І. Гузь. – К.: Незалежна медіа-профспілка України, 2006. – 64 с.

**Стилистика газетных жанров** / Под ред. Д. Э. Розенталя. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1981. – 230 с.

**Тертычный А. А.** Жанры периодической печати: Учебное пособие. – М.: Аспект-Пресс, 2000. – 312 с.

**Тертычный А. А.** Расследовательская журналистика: Учеб. пособие для вузов. – М.: Аспект-Пресс, 2002. – 384 с.

**Техніка інтерв'ю.** – К.: Інститут масової інформації (Київ); Центр підготовки й вдосконалення журналістів (Париж), 2000. – 120 с.

**Техніка репортажу.** – К.: Інститут масової інформації (Київ); Центр підготовки й вдосконалення журналістів (Париж), 2000. – 60 с.

## **ЗМІСТ**

<b>Тема 1. Інформаційні матеріали в жанровій системі та історії журналістики.....</b>	<b>3</b>
<i>Питання для самоконтролю.....</i>	<b>11</b>
<b>Тема 2. Теорія і практика соціальної інформації.....</b>	<b>13</b>
<i>Питання для самоконтролю.....</i>	<b>28</b>
<b>Тема 3. Замітка – найпоширеніший і найпростіший інформаційний жанр журналістики.....</b>	<b>29</b>
<i>Питання для самоконтролю.....</i>	<b>59</b>
<b>Тема 4. Звіт як специфічний інформаційний жанр журналістики.....</b>	<b>60</b>
<i>Питання для самоконтролю.....</i>	<b>74</b>
<b>Тема 5. Репортаж як оперативна форма емоційного, наочного зображення події.....</b>	<b>75</b>
<i>Питання для самоконтролю.....</i>	<b>106</b>
<b>Тема 6. Інтерв'ю як метод збирання інформації і один з інформаційних жанрів журналістики.....</b>	<b>107</b>
<i>Питання для самоконтролю... ..</i>	<b>119</b>
<b>Список літератури.....</b>	<b>120</b>

