ТЕОРІЯ І МЕТОДИКА ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ТВОРЧОСТІ

**Тема 2 Журналістський твір як тип тексту**

1. Задум - перший щабель творчого процесу. Особливість задуму в журналістиці.

2. Поняття теми журналістського твору. Шляхи виникнення задуму/теми в журналістській роботі. Народження журналістської теми.

3. Поняття «факт». Природа факту. Факт і об’єктивність.

4. Класифікація фактів.

5. Логіка відбору фактів. Місце факту у журналістських творах різних жанрів.

ЗАВДАННЯ

1. Опрацювати тему у конспектах, надіслати фотографії конспекту на ел. пошту
2. Опрацювати будь-яку статтю із сайту <https://www.pravda.com.ua/>, вказати у ній: задум, тему, факти, які подаються, чи об’єктивні вони, чи підтверджені та перевірені
3. Написати статтю, яка б ґрунтувалася щонайменше на 2 фактах
4. Написати статтю, яка б містила необ’єктивні факти

УСІ РОБОТИ ВІД КОЖНОГО СТУДЕНТА НАДСИЛАТИ ОДНИМ ЛИСТОМ ІЗ ЗАЗНАЧЕННЯМ В НАЗВІ ЛИСТА: ПРІЗВИЩЕ СТУДЕНТА, КУРС, ПРЕДЕТ НА ПОШТУ

[danko\_anna@ukr.net](mailto:danko_anna@ukr.net)

(наприклад: Діденко О. 3 курс, теорія масової комунікації)

**ДЕДЛАЙН 11 квітня**

Тези

**ЗАДУМ, ТЕМА, КОНЦЕПЦІЯ, ІДЕЯ ТВОРУ**

На відміну від мистецтва, літератури, у яких задум, зазвичай, має суто індивідуальний характер, у журналістиці як колективному виді творчості задуми і теми є результатом роботи не тільки одного автора, а багатьох співробітників редакції, насамперед її керівництва. Хоч більшість редакцій так чи інакше позбулись опіки тих, хто колись спрямовував мало не кожен крок журналістів, без продуманого плану, проекту редакційний колектив обійтись не може: то лише необізнаній у тонкощах журналістської технології людині може видатись, що той чи інший засіб масової інформації працює стихійно, самопливом. Якщо такі видання й існують, то в них невелика перспектива вижити. Річ не тільки у зовнішніх впливах, хоч без них тією чи іншою мірою не можна обійтись, а в тім, що кожна програма, кожен проект редакції потребують цілеспрямованої дії, а отже, й розумних виконавців. Тому всю багатоманітність визрівання індивідуальних журналістських задумів можна звести до двох головних видів: редакційного замовлення і вільного зародження задуму. Можливий і комбінований варіант, коли, скажімо, редакційне замов¬ лення своєрідно доповнюється індивідуальним рішенням одержаного зав¬ дання або навпаки, коли нечіткий, приблизний і загальний задум журналіс¬ та знаходить чіткіше і виразніше формулювання у редакційному плані чи замовленні. Та незалежно від способу зародження задуму, у журналіста повинно бу¬ ти своє, особисте зацікавлення відповідною темою.

Отже, треба враховувати як предмет відображення, так і питання, яке автор порушує на підставі конкретного життєвого матеріалу. Тема літературного твору - це певне коло життєвих явищ і пов’язаних з ними проблем. У творах інформаційних повідомляється, менше чи більше пояснюється певна система новин. У цьому випадку факт і тема збігаються. В аналітичних текстах, окрім цієї подієвої інформації, порушується певна проблема, робиться спроба дати відповідь на питання, які хвилюють громадськість. Логіка і послідовність взаємодії між задумом, темою, фактом та явищем не завжди однакові. Вони можуть мінятися місцями: факт, навіть штришок, подробиця наштовхують на задум і, навпаки, задум, тема, замовлена авторові, примушує вивчати, шукати факти, аналізувати їх.

Нарешті, ідея журналістського твору. Ідея - це, як відомо, головна дум¬ ка літературного, мистецького чи публіцистичного твору. Залежно від природи твору ідея має свій характер, свої способи вираження. У творі ху¬ дожньому ідея або художня ідея - це думка, яка випливає із системи обра¬ зів, картин, тобто із самого художнього полотна твору. Її, зазвичай, важко або й просто неможливо виразити вербально, не спростивши, не збіднивши.

**Факт та його природа**

Вважається, що інформація як головний ресурс журналіста - це щось, що сталося, те, що трапилося, стало основою для втілення, фіксації в образі, слові, документі. Але не інформація, сама по собі ємна або лаконічна, є результатом журналістської діяльності. "Переробляти" глобальні інформаційні ресурси сьогодні вміють і роботи. Наприклад, на сайті американського журналу Forbes з'явився новий автор - робот, а точніше програмний продукт Narrative Science, створений чиказької компанією, який дозволяє машині перетворити сухі факти в тексти [1] . За кілька секунд робот генерує інформацію і створює текст, на створення якого журналістові треба було б незрівнянно більше часу.

Тридцять чотири гігабайти (34 ГБ) медійного контенту - стільки, за підрахунками вчених з Університету Каліфорнії, споживає в день сучасна людина. Половина цього потоку генерується телебаченням, все інше - різними комунікантами, творцями глобального інформаційного потоку, яких називають ще й просьюмер - масовими виробниками контенту. "Спринтерський забіг" за новинний оперативністю все частіше виграють віртуозні користувачі інтерфейсів - "народні журналісти" і блогери.

Технологізація журналістської діяльності зі збору та інтерпретації інформації призвела до того, що інтерфейси комп'ютерного середовища стали частиною професійного життя. Все частіше і грунтовніше в журналістському співтоваристві обговорюються прийоми ефективної циркуляції створюваних інформаційних потоків. Журналісти-практики почали оперативно реагувати на зміни своїх засобів масового інформування в медійному просторі, від інформування переходячи до багаторівневого коммуніцірованія. Дилеми тут немає: на частку журналістики випадає завдання не стільки інформаційного, скільки аксіологічного (ціннісно-емоційного) наповнення змісту тексту як події.

Завдання журналіста - " виробництво" факту , події, явища. Саме цей ланцюжок факт - подія - явище є продукт журналістської творчості. Вони формують журналістську картину світу.

Факт, на відміну від реально існуючого матеріального об'єкта (будівлі, щоденника, листи, рукописи), безтілесний, не має і не може мати матеріального втілення. Він результат пізнання і в певній знаковій формі "називає", опредмечивает результат пізнавальної діяльності. На відміну від наукового факту, абстрагирующего емпіричний або ментальний досвід, на відміну від факту "здорового глузду", який втілює в собі досвід повсякденності, журналістський факт завжди суб'єктивно забарвлений, ідейно або ціннісно представлений і має складну семіотичну (знакову) природу. "Журналістське мислення Фактично, - за висновком дослідника В. Н. Фоміних. - Факти в журналістиці не тільки предмет дослідження, а й унікальний засіб вираження авторської думки, незамінний ніякими іншими. Тільки фактом можна передати ледве вловимий подробиці того, що сталося, найтонші нюанси авторської думки, в рівній мірі фактами можна висловити як завгодно глобальні явища " [2] .

Перша ж "зустріч" з інформацією - сигналом про щось або новому - стає для журналіста початком його творчості. За поданням ( "репрезентацією" на мові науки) у вигляді картинки в телесюжеті, словесного втілення в аудіосюжстс або друкованому тексті слід така творча операція, як конвенція - вивчення факту, встановлення його зв'язків з іншими фактами, розуміння їх глибинного змісту і сенсу. Як правило, уявлення і впізнавання відбуваються одночасно: неможливо, вивчаючи ситуацію, не намагатися зрозуміти її зміст. Інтерпретація - процес аналітичної, образно-художньої обробки і осмислення результатів роботи на перших двох етапах, пізнання і тлумачення сенсу досліджуваної ситуації. У цих-то процедурах і полягає магічна таємниця журналістського відтворення реальності. Так чому ж так неоднозначні оцінки журналістської діяльності?

Найстарша англійська газета "Манчестер Гардіан" виходить під девізом: "Факти священні, коментар вільний". Об'єктивність, неупередженість, чесність, правдивість - ці та інші синонімічні їм поняття заявлені в етичних кодексах, склепіннях правил і законів, що регламентують діяльність корифеїв пера і мікрофона. Важко знайти журналіста, який би не був упевнений в тому, що саме його устами глаголить істина в останній інстанції. Але разом з тим сьогодні є всі підстави погодитися з найстарішим американським журналістом Полом Джонсом, який вважає раніше злободенними слова Томаса Джефферсона - третього президента США: "Людина, яка ніколи не читає газет, інформована краще, ніж той, хто їх читає; точно так само, як людина, яка нічого не знає, ближче до істини, ніж, той, чий мозок нашпигований брехнею і помилками ".

Кардинальне вирішення проблеми правди і брехні, що транслюються засобами масової інформації, багато теоретиків і практики журналістики бачать в збалансованості, чіткої градації співвідношень "священних фактів" і "вільного коментаря". Відомі друковані видання та інформаційні творчі об'єднання, відкрито виступили апологетами "чистого факту". Але істина, за яку вони ратують, все одно залишається їх суб'єктивною думкою про факт.

Отже, незважаючи на всі наші заклинання, факт вперто не бажає надаватися "голим" і тим доводити журналістську безсторонність. Але в тому-то і суть "первородного гріха" журналістики, що саме завдяки йому вона формує особливий феномен - специфічну картину світу.

**Факт,** подія, явище виявляються в процесі вивчення реальності. Вони "вичленяються" журналістом з ситуацій, що стали актуальними, тобто позначили важливі для суспільства проблеми. Ситуація - це сукупність факторів - економічних, соціальних, політичних, особистісних, які прийшли в "рух", отримали розвиток, позитивне або негативне. У цій ситуації, в конкретний момент ситуації і розбирається журналіст, намагаючись знайти причини і встановити слідства. Необхідно не тільки знайти якомога більше факторів, що призвели в рух ситуацію, а й поглянути на них з позицій конкретних сс учасників, співвіднести з громадськими інтересами. Результатом такої пізнавальної процедури можуть виявитися і факт, і подія, і явище - все залежить від мети і масштабів журналістського пошуку

Факт, подія, явище в журналістському втіленні завжди базуються на єдності образного і логічного мислення, підказок "здорового глузду", інтуїції і суворої логіки. Крім знань про світ, інтегрованих логічним шляхом, присутні ще квазізнанія - здогадки, гіпотези, вірування, думки і оцінки. Така специфіка пізнавальної діяльності в журналістиці .

Особливим різновидом фактів є статистика. Під нею прийнято розуміти типові зведені числові характеристики, які ґрунтуються на спеціально організованому масовому спостереженні певних фізичних, економічних, політичних, культурних та інших явищ

Широко використовуються статистичні дані у соціологічній інформації, яка дає відомості про ставлення громадян до тих чи інших суспільних явищ, репрезентує не так самі явища, як узагальнену, виражену у цифрах та відсотках думку громадськості.

Дослідники виділяють також науковий і художній факти. У першому випадку мають на увазі факти науково вивчені, осмислені за науковою методикою. В іншому – йдеться про художні узагальнення (картини, типові характери).

За роллю фактів журналістські виступи можна умовно поділити на дві групи:

подієва інформація, у якій факт відіграє самостійну роль і є до певної міри самоціллю;

узагальнюючі, а тим більше аналітичні, концептуальні твори, де факти відіграють роль аргументів, служать для доведення певної думки, ідеї твору.

**Факт і система фактів**

У сучасній науці утвердилась певна практика класифікації фактів на відповідні групи. Прийнято вирізняти одиничні факти і систему, тобто групу фактів, які стосуються певного питання.

У сучасній науці утвердилась певна практика класифікації фактів на відповідні групи. Прийнято розрізняти: одиничні факти і систему, тобто групу фактів, які відносяться до певного питання. Особливим різновидом фактів є статистика. Широко використовуються статистичні дані у соціологічній інформації, яка дає відомості про ставлення громадян до тих чи інших суспільних явищ, репрезентує не так самі явища, як узагальнену, виражену у цифрах та відсотках думку громадськості.

Дехто з дослідників виділяє також і художній факт. Йдеться про художні узагальнення (картини, типові характери). Художній факт, якщо користуватись цим терміном, — результат вивчення митцем великої кількості одиничних фактів, втілених в узагальненому образі. Близько до нього стоїть так званий буденний факт. В основі буденного факту лежать не тільки якісь моменти дійсності, але й реальні вчинки людей, які можуть стати предметом журналістського відображення. Головна особливість буденних фактів — їх життєподібність. На відміну від фактів науки вони носять синкретичний характер і через це не здатні розкрити суть того або іншого явища. Звернення журналістів до подібного роду фактів може бути зумовлено наступними причинами: по-перше, з їх допомогою можна відтворити звичний і впізнаваний читачами фон того або іншого фрагмента дійсності; по-друге, виявити мотиви поведінки людей; по-третє, підкреслити ті або інші сторони події.

Наукові факти завжди засновані на численних емпіричних спостереженнях, експериментах, дослідах. Вони завжди є «результатом узагальнень, провірених абстрактним знанням. При цьому чим більше вимог до точності та об'єктивності, тим більша кількість емпіричних спостережень і вимірювань і тим більш необхідно застосування статистичних методів їх обробки». В аналітичних та публіцистичних творах журналісти охоче звертаються до фактів науки. Особливо часто використовуються матеріали соціологічних досліджень, експертні висновки, статистичні виклади, результати експериментів і т. д. Подібного роду фактичні дані використовуються як ілюстративний матеріал або в якості основних чи додаткових аргументів, надаючи авторським роздумам особливу переконливість.

Гумористичний факт. Газета «Факты и комментарии» у номері від 5 березня 1999 року надрукувала таку замітку: «Принцеса Діана» — таке ім'я отримала дівчинка, яка народилась у Харкові, від своїх батьків. За повідомленням агентства Інтерфакс-Україна, молоде подружжя, харків'янка і громадянин Нігерії, зіткнулись із труднощами при реєстрації імені в загсі, оскільки, за українськими нормами, ім'я повинне виражатись одним словом. Для молодих батьків зробили виняток — зареєстрували «подвійне» ім'я дочки".

Одиничний факт. Приклад: «Успішно закінчилася перша частина експедиції науково-дослідного судна „Горизонт“ із Севастополя до берегів Антарктиди. Полярники і моряки постаралися, щоб за рекордно короткий термін розвантажити судно, поповнюючи запаси української антарктичної станції „Академік Вернадський“, передати вахту новій зміні зимувальників. Після п'ятиденної стоянки на антарктичному рейді „Горизонт“ взяв курс до рідних берегів»

Соціальний факт — подія, яка мала місце у певний час, за певних умов, незалежно від спостережень дослідників чи інших суб'єктів. Як соціальний факт розглядають дії, характеристики поведінки індивідів і соціальний груп, матеріальні і духовні продукти людської діяльності, а також можливі взаємозв'язки людей.

Види соціального факту:

Морфологічний — матеріальні форми суспільства — густота населення, розміри та заселення міст, сіл, природні умови, характер комунікацій.

Фізіологічний — факти колективної свідомості, до яких відносять релігійні традиції, політичні ідеї, моральні та правові норми.