**Тема 6. НАПИСАННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО ТВОРУ**

1. Оціночні критерії якості твору: простота, цікавість, переконливість.

2. Чи можливо стимулювати творчість: .

3. Важливі складники твору: заголовок, його функції, перша фраза. Визначення композиційно-сюжетних поворотів.

4. Лід як провідний абзац журналістського матеріалу. Види лідів.

5. Кінцівка твору.

**Завдання**

1. Опрацювати матеріали лекції
2. Написати журналістський твір на тему: Культурне і соціальне життя молоді. У ньому виписати заголовок, лід, основну частину і підвести до кінцівки.

**ЛЕКЦІЯ**

**Типи заголовків в пресі**

Заголовки, що існують у сучасній пресі, можуть бути розділені на типи за різними підставами. Подібний поділ допомагає більш осмислено «працювати» з заголовками, особливо починаючим журналістам. Так, наприклад, можна умовно розділити заголовки на типи, виходячи з такої підстави, як ступінь їхньої складності. У цьому плані є три основні типи заголовків.

**1. «Простий» заголовок**

Він, як правило, складається з однієї пропозиції, що включає в себе якусь закінчену думку. Він може бути за характером не тільки стверджуваний, але й питальний. Наприклад заголовок такого типу містить наступний текст («Час новин», 6 липня 2003):Суд над Лазаренком відкладено. Початок судового процесу в Сан-Франциско над екс-прем'єром Украї ни Павлом Лазаренком, запланований на 18 серпня, перенесено на 14 жовтня, повідомила ІНТЕР-Факс адвокат Лазаренка Марина Долгопола. Вона уточнила, що «мабуть, було декілька причин для приняття суддею такого рішення», але для неї «абсолютно очевидно, що судібне засідання неможливо 18 серпня, тому що ще не допитані всі свідки на Україні ».

Як бачимо, в даному заголовку зафіксований лише один аспект взаємозв’язку одного з громадян з правосуддям - перенесення наміченого раніше терміну судового засідання. Він не вказує на якісь інші аспекти цього процесу, наприклад, не називає причини прийнятого рішення, хоча мова про них у замітці теж йде.

Прості заголовки, як правило, відкривають невеликі за обсягом повідомлення про якісь дискретні події, що представляють собою один «крок« у розвитку дійсності. Саме суть цього «кроку» і фіксуюється в «простому» заголовку.

**2. «Ускладнений» заголовок**

Подібні заголовки відрізняються від «простих» тим, що «формуються» з кількох самостійних, логічно завершених частин, що представляють певну закінчену думку, затвердження або окреме питання, важливі для розуміння суті даного матеріалу. Заголовок такого типу вінчає, наприклад, текст, опублікований в «Новій газеті» (17 - 20 липня 2003 р.): Ну, немає в кранах води! Житель Саратова виграв судову справу проти ДЕЗА. У нерівний бій з постачальниками комунальних послуг вступив житель Саратова Лев Вольфман. Він виграв судову справу проти районного ДЕЗа і отримав компенсацію за моральну шкоду. Багато років у квартирі Вольфмана періодично відключали холодну воду. Коли в квітні вона зникла остаточно, терпіння мешканця вичерпалося, і він подав позов до районного суду про захист прав споживачів, вимагаючи зобов'язати ДЕЗ виконувати умови договору житлового найму. Свій моральний збиток він оцінив у 100 тисяч рублів.

Розгляд тривав два місяці, 20 липня суд визнав правоту позивача. Свідки і адвокат Вольфману не знадобилися: у нього накопичилася пачка паперів ДЕЗА, які повідомляють про відсутність води. На суді вони стали головним доказом.

... Зараз у квартирі Льва Вольфмана знову немає води, правда, вже гарячої. Нагрівальний котел коштує як раз 3 тисячі рублів. Восени саратовец збирається подавати новий позов. Є.Р. ».

У даному випадку ми маємо справу із заголовком, що складається з двох самостійних частин. Чим це виправдано? Перш за все тим, що автор вирішив поставити акцент на двох сторонах описуваної ситуації.

**3. «Заголовний комплекс»**

Як відомо, журналістські тексти дуже різноманітні. Вони відрізняються один про одного не тільки за тематикою, але і за способом відображення дійсності, жанровим характеристикам, складності змісту. Природно, що це не може не знаходити свого відображення в заголовках до різного роду текстів. В даний час при підготовці більш-менш складних матеріалів журналісти досить охоче використовують так називаємі-зламні «заголовні комплекси». До їх складу входять основний заголовок і під-заголовки (додаткові заголовки) самої різної складності і призначення. Подивимося, як цей комплекс розгорнуто в публікації Лесі Орлової в «Новій газеті» (№ 51, 2003 р.). Основний заголовок називається «Той, що біжить від себе». Слідом за ним йде перший (найбільш важливий), що складається з двох частин, підзаголовок: «Йде боротьба за визнання нашого героя божевільним. Гамлет або Ідіот - ось в чому питання ».

Далі автор викладає життєву історію, суть якої полягає в тому, що якийсь успішний юрист раптом розчарувався в тому житті, яке він вів, в нескінченній гонитві за грошима, славою, особистим досягнення успіху і вирішив круто змінити свій шлях - поїхати в яке-небудь глухе село і жити там наодинці з природою. Таке рішення було зустрінуте його друзями і особливо дружиною з повним нерозумінням.

Інша частина тексту розбита на три підрозділи, в кожному з яких обговорюється якийсь один аспект викладеної історії. І кожен підрозділ починається своїм підзаголовком.

**Заголовки можна розділити на типи і з інших підстав, наприклад за метою емоційного впливу** на аудиторію. За нашими спостереженнями, у практиці, наприклад, «жовтої преси» склалися стійкі типи заголовків залежно від мети, яку вони переслідують. Умовно їх можна позначити так:

1) «інтригуючі»: «Навіщо в ГИБДД споюють пінгвінів?» («Комсомольська правда», № 82, 2003 р.);

2) «страшні» - «Вчитель - вбивця» («Комсомольська правда», № 83, 2003 р.);

3) «карколомні»: «Сліпі від народження будуть бачити. Але тільки 30 хвилин на рік »(« Мегаполіс-Експрес », № 51, 1999 р.);

4) «скандальні»: «Композитор Ханок укусив Пугачову» («Мегаполіс-Експрес», № 47, 1999 р.);

5) «інтимні»: «Б. Щербаков намагався затягнути в стіг сіна М. Шацьк »(« Екс-прес газета », № 36, 2001 р.) і т.д

**Лід – це обіцянка автора читачеві, головна думка й вичерпне пояснення, чому варто витратити час на цей матеріал.**

Якісний журналістський матеріал, на відміну від роману чи п’єси, базується на одній головній думці. Тому так важливо визначити фокус матеріалу та втримати його. Добре сфокусована стаття каже читачеві, що ви працювали за планом, дає йому відчуття цілісності розповіді та розуміння, що ви знаєте, що робите. Ось декілька порад, як досягти цього.

 1. Визначаючись із фокусом історії, ви також працюєте над лідом. Питаючи себе про головну ідею статті, ви вирішуєте питання про те, з чого почати, бо найчастіше лід – це і є головна ідея.

2. Допомагає визначитися з ідеєю метод «розкажи другу». Уявіть, що ваш друг питає: «Про що твоя стаття?» - ваша відповідь одним реченням і буде лідом, серцем всього матеріалу.

3. А тепер спробуйте відшліфувати вашу відповідь так, щоб вона могла зробити дві речі: зберегти у собі суть статті та викласти цю суть так, щоб заохотити читача читати далі. Це ваша обіцянка читачеві, ваш лід.

4. Пробігаючи очами лід, читач приймає критично важливе рішення: чи читатиме він далі? У вас дуже мало часу, щоб переконати його, близько трьох секунд.

 5. Лід – це гачок для читача. Думайте про нього в економічних термінах, думайте про цього в образах. Ніби ви формулюєте лід, сидячи на гарячій плиті, або викарбовуєте його на дошці зі старого дубу. Кожне слово повинне важити, і не має бути зайвих слів. Одна письменниця казала, що коли працює над лідом – уявляє, що кожне слово коштує їй десять доларів.

6. Є два основних типи ліду: прямий та непрямий. Прямий розкриває повністю, про що матеріал. Це підбірка найголовніших висновків з нього. Найчастіше використовується у новинних матеріалах.

7. Прямий лід (чи лід-висновок) – зазвичай одне речення, рідше два. У 25 чи менше словах він відповідає на основні питання: хто, що зробив, коли і де. У більшості матеріалів щоденних газет саме його можна бачити вгорі під заголовком.

8. Найкращі прямі ліди починаються з іменника, що притягує увагу, та сильного дієслова (а не зі вступних зворотів). Пуліцерівський лауреат Вільям Колдвелл згадує найкращий лід, який трапився в його у житті: «1922 рік, я йшов зі школи до редакції місцевого тижневика, де підробляв. Мій молодший брат підбіг до мене на вулиці, він був страшенно блідий та плакав – мама отримала телеграму, “тато втопився цього ранку в озері Джордж”, видихнув брат. Я засоромився визнати свою найпершу реакцію. Перш ніж я почав відчувати горе, розпач, жах, самотність та гнів, перш ніж усі відчуття покинутої дитини дійшли до мене, я усвідомив, що оцінюю братову фразу як ідеальний лід. Іменник, дієслово, обставина часу, обставина місця».

9. Є другий вид ліда, який використовується переважно у великих аналітичних статтях, нарисах тощо. Це відкладений лід, за аналогією з кінематографом – не трейлер, а тізер. Він змальовує епізод чи налаштовує на певний настрій за допомогою цитування анекдоту або реального прикладу (історична аналогія або деталь актуальної події). Автор може приховати наступні події під завісою таємниці аж до кінця статті чи створити в ліді передчуття, що вони розвиватимуться певним чином. Інформація про суть подій тимчасово недоступна. Журналіст дражнить читача, перш ніж задовольнити його.

10. Лід-тізер може бути як коротким, у два речення, так і довгим, аж до чотирьох абзаців – залежно від сукупного обсягу матеріалу. Відкладений лід має виконувати ті самі дві функції, що й прямий: містити в собі квінтесенцію статті та спонукати до читання повного тексту.

11. Якщо ви обрали лід-тізер, який не поясняє ідею статті, важливо включити інформацію про неї десь на початку основного тексту, найкраще – у перших трьох абзацах. Не можна дражнити інтригою занадто довго, читач може втратити інтерес.

12. Лід має бути чесним. Ніколи не анонсуйте того, чого не розкриєте в статті. Не варто починати з блискучого анекдоту, який слабо прив’язаний до теми статті. Лід не повинен стати горою, яка народить мишу.

13. Постійно тримайте лід на думці на всіх етапах підготовки статті – іноді при цьому він виникає в голові репортера сам по собі.

14. Пам’ятайте про рівень фонових знань вашого читача з висвітлюваного питання. Уникайте занадто «закручених» лідів.

15. Коли існує вибір між образним та інформаційним лідом – обирайте інформаційний.

16. Писати лід першим чи вже після того, як завершений чорновий варіант статті? Краще сформулювати лід на початку роботи над текстом. Нерідко буває так, що, скомпонувавши один найголовніший абзац, журналіст переосмислює акценти у тілі власне тексту і починає переставляти логічні блоки. Якщо усвідомлювати головну думку, яка ляже в лід, ще до початку підготовки статті, структурувати її буде значно легше.

**Способи завершення тексту. Кінцівка**

Питання, як закінчити текст, не менш важливий, ніж вибір його початку. З одного боку, до кінця повинні отримати дозвіл всі проблеми, які поставив автор; а з іншого - читач повинен зрозуміти, що більше на цю тему говорити нічого.

Кінцівка повідомлення може й не мати спеціального оформлення. У такому випадку завершення тексту має показувати вичерпаність теми: Інші питання було вирішено розглянути на засіданнях комісії. У коротких записах блогів це часто очевидно: А в останній день конференції учасники побували на оглядовій екскурсії. У наукових статтях та інших текстах регламентованої форми висновок вводиться спеціальними словами : отже, таким чином, як було показано в роботі і т.п. Ці слова свідчать про те, що дається логічний висновок з сказаного.

Такі ж способи можуть використовуватися в публіцистиці, однак частіше автори вдаються до фраз, де ідея завершеності виражена не так явно і підкріплена емоціями: Ось про що я подумав, дивлячись на старі руїни (про що - це якраз і було зміст статті); Хочеться сподіватися, що новий рік принесе довгоочікувані зміни (у статті описуються проблеми, які ніяк не вирішуються); Невеликий російський містечко, один з багатьох (автор описував проблеми міста, і кінцівка показує, що він вважає такі проблеми типовими для інших міст, але про них треба говорити вже в інших текстах). Останній приклад показовий, тому що стаття чи інший текст не завжди вичерпують заявлену тему. Тоді в кінцівці зізнається, що по темі можна ще багато чого сказати, але це потрібно зробити в іншому місці: Але це вже тема для іншої розмови; або: І я дуже сподіваюся, що до цієї проблеми ми ще повернемося.

У текстах інших жанрів кінцівка може мати інше оформлення, наприклад в інтерв'ю фраза прощання: Спасибі за те, що ви погодилися поговорити; в репортажі - вказівка на кінець заходу: Свято закінчилося феєрверком. Головне, щоб у читача не виникло здивування: вже все? але що хотів сказати автор?

Рекомендація автору

Читача треба підвести до кінця твору, показавши розв'язку, даючи можливість поміркувати над висновком. Якщо є підозра, що читач не здогадується про кінець викладу, краще використовувати засоби, що вказують на завершення статті: повторити остаточний висновок, показати вичерпаність теми або натякнути на повернення до неї в інших текстах; при необхідності можна застосувати формальні ознаки завершення тексту, що визначаються жанром.