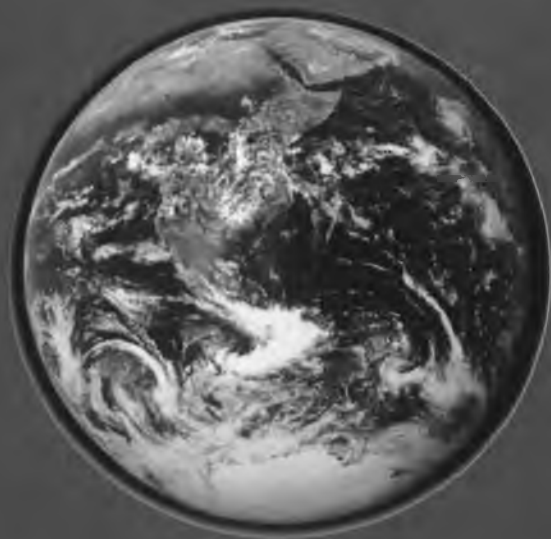


Зігфрід Вайшенберг

НОВИНА ЖУРНАЛІСТИКА



АКАДЕМІЯ УКРАЇНСЬКОЇ ПРЕСИ

*Новини є та залишаються
основою журналізму —
навіть в епоху Інтернету*

Siegfried Weischenberg
unter Mitarbeit von Judith Rakers

Nachrichten- Journalismus

*Anleitungen und
Qualitäts-Standards
für die Medienpraxis*

Westdeutscher Verlag

Зігфريد Вайшенберг
у співпраці з Юдит Ракерс

Новинна журналістика

*Навчальний посібник:
стандарти якості
журналістської практики*

Київ
Академія Української Преси
Центр вільної преси
2004

УДК 002.704.31
ББК 4612
В14

Вайшенберг 3.

В-14 Новинна журналістика: Навчальний посібник / За загал. ред.
В.Ф. Іванова. — К.: Академія Української преси, 2004. — 262 с.

Новини — навіть в епоху інтернету — є й залишаються основою журналістики. Для їх добору та подачі особливе значення мають надійні, випробувані правила, які слугують забезпеченню якісної журналістики. У цьому виданні правила новинної журналістики не тільки подаються в систематизованому вигляді, а й пояснюються на основі близько трьохсот прикладів. Крім того, у ньому сформульовані стандарти якості практичної журналістики. У цьому є нагальна потреба, адже нині стає дедалі очевиднішим, наскільки важливо журналістам цікавитися й тим, що відбувається за межами суто журналістського ремесла. Журналісти мають уміти критично замислюватися над своєю діяльністю та визначати етичні межі, яких не можна порушувати.

«Новинна журналістика. Посібник та стандарти якості журналістської практики» написана на основі книжки «Пишемо новини», що вийшла друком у 1988 році і після того багато разів перевидавалася, ставши таким чином одним з найбільш вдалих і найуспішніших підручників із журналістики. До переліку тем нового видання увійшли, серед іншого, і «гібридні» жанри, які формуються під впливом жорсткої конкуренції на медіа ринку та в інтернеті. Отже, ця книга є ґрунтовним викладом основ журналістики.

Зігфрід Вайшенберг очолює Інститут журналістики та комунікації Гамбурзького університету і є головою федеральної організації Німецької спілки журналістів.

Вправи та відповіді на задачі до цієї книжки Ви знайдете в інтернет-книгарні видавництва «Вестдойчер ферлаг» за адресою:

www.westdeutscherlvlg.de

Особлива подяка

*Посольству Федеративної Республіки Німеччина в Україні
за сприяння у виданні цього посібника.*

ISBN 966-7181-73-1

© Westdeutscher Verlag GmbH, Wiesbaden 2001

© S.Weischenberg, 2001

© Переклад В.Климченко, А.Баканов, 2004

ЗМІСТ

Передмова	9
Вступ	17
1. Новини і дійсність	21
1.1. Проблеми спостереження	21
1.2. Поняття новин	22
1.3. Проблеми об'єктивності	24
1.4. Медійна реальність	28
1.4.1. Цінність новин	28
1.4.2. Новинні фактори	31
1.5. Інформаційні агентства	39
2. Структури новин	45
2.1. Шаблони подачі новин	45
2.2. Стратегії тематизації	48
2.3. Жанри	53
2.3.1. Новинні жанри	53
2.3.2. Форми подачі власної думки	55
2.3.3. Форми подачі розважальної інформації	61
2.4. Інтерв'ю як окремий жанр	64
2.5. Гібридні форми/жанри	70
2.5.1. Змішані форми в залежності від профілю медіа	71
2.5.2. Засоби «Інтернет-журналістики»	78
3. Побудова новин	81
3.1. Принцип піраміди	81
3.2. Новинні жанри	83
3.2.1. Замітка та кореспонденція	83
3.2.2. Опис фактів	84

3.2.3. Опис подій	85
3.2.4. Опис, що ґрунтується на цитатах.	87
3.3. Композиція новин	89
3.3.1. Принципи побудови	89
3.3.2. Часовий взаємозв'язок	93
3.4. Серії подій	96
4. Вступна частина новин	109
4.1. Функції вступної частини	109
4.2. Форми вступної частини	112
4.2.1. Узагальнюючий вступ.	112
4.2.2. Модифікований вступ	114
4.2.3. Анонімний вступ	115
4.3. Початок вступної частини.	116
4.3.1. Початок з питання «хто?» або «що?»	117
4.3.2. Початок із питанням «коли?» та «де?»	118
4.3.3. Початок із питання «як?»	119
4.3.4. Початок зі словами «під час»	120
4.3.5. Початок із питання «чому?»	120
4.3.6. Початок, що нагадує гучний заголовок	121
4.3.7. Початок із цитати	123
4.4. Вступ із мітками	124
4.4.1. Функція містків	124
4.4.2. Питання як містки.	124
4.4.3. Джерело в ролі містка.	125
4.4.4. Розмежування організації та особи	127
4.4.5. Повторення питання «хто?»	127
4.4.6. Ідентифікація в ролі містка	128
4.4.7. Розподіл відповідей на питання «що?»	128
4.4.8. Формальний перехід	129
5. Стандарти інформаційних повідомлень	131
5.1. Журналістське дослідження та джерела інформації	131
5.1.1. Отримання інформації	132

5.1.2. Робота з джерелами	134
5.1.3. Дані про джерела.	137
5.2. Люди та імена	140
5.2.1. Наведення імен та ідентифікація	140
5.2.2. Особистості сучасної історії.	142
5.2.3. Імена злочинців	143
5.3. Граматичний час у подачі новин	145
5.3.1. Журналістика і час.	145
5.3.2. Перфект у вступі.	148
5.3.3. Теперішній час у вступній частині	148
5.3.4. Черговість уживання часових форм	149
5.3.5. Дійсний та умовний способи	149
5.4. Мова і стиль	151
5.4.1. Аналіз зрозумілості	151
5.4.2. Побудова речення та вибір слів	155
5.4.3. Сполучники.	158
5.4.4. Мовні правила	158
6. Написання нарисів	161
6.1. Функція нарисів.	161
6.2. «Жорсткі» та «м'які» інформаційні повідомлення	166
6.2.1. Ознаки відмінності	166
6.2.2. Драматична побудова.	170
6.3. Різноманітні типи нарису	173
6.3.1. Інформаційні нариси	173
6.3.2. Супровідні нариси.	175
6.3.3. Нариси-репортажі.	179
6.3.4. Портретні нариси	183
6.4. Тематичний нарис.	187
7. Побудова нарису.	195
7.1. Оформлення та мова	195
7.2. План нарису	201
7.3. Форми вступу	203
7.3.1. Ескіз теми	203
7.3.2. Сцена.	206

7.3.3. Заклик	209
7.3.4. Цитата	210
7.3.5. Контраст.	211
7.3.6. Профільний вступ.	213
8. Новини та етика	217
8.1. Відповідальність медіа	217
8.2. Медійні скандали	220
8.2.1. Фальсифікації	221
8.2.2. Комерційні інтереси.	226
8.2.3. Особисті права людини	229
8.2.4. Потяг до сенсаційності	233
8.3. Травма на ім'я Гладбек	237
8.4. Публіцистичні засади	242
8.4.1. Опис	242
8.4.2. Оцінка	243
8.5. Онлайн-етика	245
8.6. Рекомендації та актуальні орієнтири	249
8.6.1. Повага до людської гідності	251
8.6.2. Конфлікт інтересів.	254
8.6.3. Контрольні інстанції та заходи захисту	258
Список скорочень	262

ПЕРЕДМОВА

За останні роки відбулися корінні зміни у вивченні суспільства, суспільних процесів та інститутів, зокрема й мас-медіа. Ці зміни не обмежуються автоматичною зміною оцінки явищ: мовляв, те, що вчора називали поганим, тепер позитивне, а що було позитивним, тепер негативне. Подібний підхід призвів би тільки до того, що через 10-20 років знов би довелося змінювати оцінки. Зміни мають бути кардинальними, тобто відбуватися не в оцінному, а в методологічному та методичному плані. На основі результатів по-справжньому науково обґрунтованих досліджень з використанням максимально об'єктивних методик. Саме так має вироблятися оцінка тих чи інших явищ, прогнозуватися напрями розвитку мас-медіа, визначатися шляхи оптимізації їхньої діяльності. Заідеологізовані підходи, які дозволяли і досі ще дозволяють пристосовувати результати дослідження під погляди замовника, мають поступитися місцем об'єктивному дослідженню соціальних реалій.

Мас-медіа традиційно мають великий вплив на суспільство. Зазвичай, він зростає в період соціальних катаклізмів, різких зламів у житті людей. Україна зараз переживає саме такий період. Позначився він і на діяльності мас-медіа. Період бурхливого зростання їх кількості, появи нових, нетрадиційних видань змінився різкою конкурентною боротьбою, намаганням вижити та подолати економічні труднощі. Аналогічні процеси відбуваються і в інших постсоціалістичних країнах.

Нова суспільно-політична ситуація, що склалася в Україні, вимагає і нових підходів до вивчення масовокомунікаційного процесу. Мас-медіа є могутньою силою впливу на суспільство, нагальною є потреба об'єктивно вивчити різні шляхи оптимізації роботи мас-медіа. Взагалі процес оновлення наукових знань, перегляду вже існуючих теорій та модернізації їх є закономірним і триває не тільки в нашій країні, але різкий злам в Україні зробив дослідження в галузі суспільних наук особливо необхідними саме тепер.

Для діяльності людині необхідне спілкування. У процесі спілкування здійснюється передача інформації, тобто виникає комунікація. Але масовою комунікацією можна вважати тільки ті випадки, коли інформація передається від комунікатора через спеціально створені канали (газети, радіо, телебачення тощо) на масову аудиторію, розташовану в

різних місцях. Саме ці характерні ознаки треба вважати параметрами, визначаючі належність чи неналежність до мас-медіа нових видів комунікації.

Якщо підбити підсумки численних визначень, то здається справедливим розуміння під масовою комунікацією процесу розповсюдження соціальної інформації (тобто інформації позагенетичної, семантичної, яка фіксується в знаках) через спеціальні канали (преса, радіо, телебачення, відео, кіно тощо) на велику і розташовану в різних місцях аудиторію, процесу, спрямованого на передачу нових знань і організацію громадського дискурсу.

Як особливий вид соціального спілкування масова комунікація здійснюється в масштабах усього суспільства, виступає найважливішою умовою суспільного розвитку і організації. Особливістю масової комунікації є насамперед її соціальна обумовленість, що дає підставу розглядати її в системі соціальних стосунків як їх певний вид.

Важливою особливістю процесу масового спілкування є використання машин, технологічних процесів, різних технічних пристосувань, які дають можливість швидко збирати, обробляти, випускати і розповсюджувати інформацію в масовому масштабі на великій території і майже одночасно. Цьому служать новітні досягнення електроніки, ротатійної техніки, електрогравіювальних автоматів тощо. Великий прогрес техніки мас-медіа має значення не тільки для духовного контакту людей, а й для розвитку економіки.

Ми пропонуємо когнітивно-регулятивний підхід до явища масової комунікації. За когнітивний елемент тут приймаємо парадигму Лассвелла, яка, на наш погляд, найбільш універсально представляє процес масової комунікації. Другий момент пов'язаний з тим, що зараз, з початком переходу від індустріального до інформаційного суспільства, мас-медіа набувають усе більшого впливу. Загального осмислення цього процесу ще немає. Суспільство з переходом до інформаційної стадії свого розвитку поступово передає регулятивні функції мас-медіа. У нас це виявляється ще дуже і дуже слабо через те, що ми слабо розвинуті. Але аналіз процесів, які відбуваються в країнах Заходу, свідчить про те, що мас-медіа в умовах інформаційного суспільства набувають таких функцій 1) упровадження соціального прогресу та ревізії традицій, 2) регулювання моральних та навіть правових норм (що в принципі робиться і зараз, коли мас-медіа лобюють прийняття нових законів, розкручують карні справи тощо), 3) соціального управління. Все це робитиметься за допомогою загального відкритого дискурсу. Звичайно, це буде вже не та масова комунікація, до якої ми звикли. Масова комунікація з'єднається

з міжособистісною за допомогою комп'ютерних технологій, паростки яких уже є. Отже, масова комунікація переросте в механізм прийняття рішень, управління суспільством та його регулювання. Окремо слід зауважити, що дедалі більшу роль відіграватиме не тільки зміст комунікації, а й форма його подачі, особливості каналів комунікації.

Звичайно, окремі аспекти діяльності інституціональні, функціональні та когнітивні теорії масової комунікації.

Інституціональні моделі масової комунікації розглядають її в системі соціального контролю; функціональні підходи вважають комунікацію активним засобом впливу на свідомість реципієнтів; когнітивні підходи, вивчають масову комунікацію під кутом трансляції знань та механізму інформування аудиторії. Але вони не можуть складати загальної моделі діяльності мас-медіа. Хоча є окремі спроби пояснити ці процеси. Тому зінтегрувати їх для того, щоб виробити прагматичний підхід до масової комунікації — складного явища, яке постійно розвивається.

Термін «масова комунікація» вживається як у вітчизняній, так і в закордонній літературі неоднозначно. Ним позначають як мінімум три явища: 1) процес передачі та розповсюдження інформації на масову аудиторію, 2) власне інформацію, 3) мас-медіа.

Мас-медіа — це спеціальні соціальні інститути, які займаються збиранням, обробкою та розповсюдженням інформації. Треба зазначити, що це обов'язково тільки технічні засоби. Справді, технічні засоби відіграють дуже важливу роль у процесі комунікації, що обумовило, зокрема, концепцію М. Маклюєнна. Але все ж таки організують роботу цих засобів, вносять творчий елемент у процес масової комунікації, спрямовують його саме люди.

Мас-медіа, як правило, вважають кіно, радіо, телебачення, пресу. На сьогодні до цих засобів можна додати інтернет-медіа, бо за їх допомогою соціальна інформація передається на великі, розташовані в різних місцях аудиторії.

Звичайно, тільки теоретичні пошуки не можуть дати повного уявлення про такий складний суспільний інститут як журналістика. Вона завжди стояла осторонь і над іншими інститутами. Особливо складними були і є взаємини журналістів та політиків.

Атмосфера суперництва між політиками та медіа має давню історію. Ще Фрідріх Великий мав проблеми з представниками преси (чи вони з ним). З одного боку, монарх визнавав, що газети не можна придушувати, з іншого, за критику позбавляв їх ліцензій. Він дуже різко виступав проти представників преси. І не тільки він. Колишній канцлер ФРН

Г. Шмідг називав журналістів «вуличними розбійниками», а інший екс-канцлер Г. Коль порівнював деякі газети із системою каналізації в Гамбурзі. Отто фон Бісмарк якось зазначив: «Редактор газети — це людина, що помилилася у виборі своєї професії».

Українські політики діють у душі цих висловлювань, але без усякого побоювання, бо знають, що в Україні медіа — це не інститут громадянського суспільства, а інструмент у руках фінансово-політичних угруповань. 16 жовтня 2000 р. Тепер уже колишній чернівецький губернатор Т. Бауер дозволив себе привселюдно нецензурну лайку на адресу журналістки Л. Чередарик. І це зійшло чиновникові з рук.

При взаємодії політики та мас-медіа відбувається їх взаємовплив. Завдання мас-медіа донести до влади теми, що хвилюють громадян, та їхні потреби, очікування й думки. Завдання політиків — сповіщати громадськість про їхні плани та рішення. Журналістам потрібні політики як джерело інформації, а політикам потрібні журналісти як канал комунікації. Журналісти мають бути в конструктивній опозиції до влади, бо, як показали західні дослідження, тим засобом масової комунікації, які не створюють іміджу незалежних, менше довіряють, і тому до них менше звертаються. Грубим порушенням журналістської етики є пряма участь журналістів у політичній боротьбі. Журналіст, який виступає на боці будь-якої політичної сили, вже не може бути об'єктивним і неупередженим. Фактично включення працівників мас-медіа, особливо керівників медіазасобів, до складу керівництва якоїсь партії чи блоку, а особливо до прохідного місця в передвиборні списки (що часто мало місце в Україні на останніх виборах) є формою підкupu журналістів і призводить до того, що відповідні засоби стають політичним інструментом у руках тієї чи іншої політичної сили.

Треба визнати справедливою тезу Генріха Оберройтера про «медіатизацію політики», тобто про підпорядкування політики внутрішнім законам засобів мас-медіа.

Медіатизація політики має такі ознаки:

а) політика перетворюється в гру на публіку, стилізується відповідно до законів драматургії (неослабна увага, спрощення, скорочення). Перевага віддається тому, що може бути представлено у вигляді видовища, ритуалу чи персоніфіковано;

б) політики вже не мають достатньо часу для вироблення рішення. Вони повинні реагувати миттєво і представляти справу так, щоб вона сподобалася аудиторії;

в) як правило, між реальною діяльністю політиків та їх телевізійними виступами лежить прірва;

г) велике значення в обранні політика має те, чи є він «публічним». Під цим найчастіше розуміють те, наскільки відвертим і компетентним він виглядає на телеекрані, як часто з'являлися там. Тут прикладами можуть бути і російський політичний діяч В. Жириновський, і американські президенти.

Можливості, які відкривають сценічні засоби мас-медіа для персоніфікації політики, із задоволенням використовуються політиками, щоб представити себе у найвигіднішому світлі. Багато з них намагаються створити враження про те, що мають більшу владу і можуть здійснити більше позитивного, ніж є насправді. Отже, сподівання рядових громадян часто залишаються марними.

Намагання політиків з'явитися на телеекрані особливо відчутне перед виборами. Завдання журналістів — розподілити час їх виступів за принципом «рівності шансів». Телебачення у розвинених країнах Заходу, наприклад, у ФРН, надає час для самореклами, виходячи з: а) результатів останніх виборів, б) часу існування партії чи об'єднання, в) числа членів, г) масштабів організаційної мережі.

Але медіа засоби не всемогутні, а довіра до них населення не безмежна. Наприклад, на парламентських виборах 2002 р. тільки один журналіст Ю. Артеменко зміг перемогти і пройти до парламенту по мажоритарному округу.

Якісні медіа намагаються проводити збалансовану політику. Наприклад, більшість німецьких видань беруть на роботу певний відсоток журналістів, які працювали на протилежні за спрямуванням медіа. Це роблять для того, щоб погляд редакції не був заангажованим.

На Заході високо цінують, «журналістську відповідальність». Це поняття, якому нині приділяють багато уваги, аж ніяк не стосується відповідальності перед редактором, виданням, власником, владою та іншими подібними інституціями. Мають на увазі суто професійну категорію — відповідальність конкретного журналіста або цілого медіа перед суспільством та аудиторією. Поняття журналістської відповідальності виникло порівняно недавно. До початку ХХ століття у світі панували дві концепції преси: лібертаріанська та авторитарна. Згідно з першою, журналіст відповідав насамперед перед власною совістю і сумлінням. Причому вважалося, що не станеться нічого страшного, якщо журналісти через якісь помилки нав'яжуть суспільству хибний погляд на якісь речі або події. Згідно з теорією повернення до істини Д.Мільтона, правильні оцінки та ідеї все одно виборють перемогу, бо істина непереможна. В авторитарній моделі журналіст несе відповідальність насамперед перед владою, бо вона є верховним авторитетом у такому суспільстві. Він є

провідником ідей влади, тобто слухняним інструментом у її руках. У ХХ ст. виникла нова концепція діяльності медіа — соціально відповідальна. Згідно з поглядами її духовного батька Мілля, журналісти несуть особливу відповідальність перед суспільством. Вони мають чітко усвідомлювати, які будуть наслідки від їхнього слова, мають сприяти розвитку суспільства, чесно інформувати аудиторію про події, не піддаватися і не підлягати будь-якому тискові, окрім морального. Тобто згідно з лібертіанською та соціально відповідальною концепцією, журналіст — це особа на службі суспільства, а не окремих громадян чи інституцій. Тому викликає подив та неприйняття галас про те, що журналіст, як найманий працівник, має оберігати інтереси власника. Журналіст — це не таксист, який везе замовника туди, куди той заплатив. Журналіст, лікар, учитель, представники деяких інших професій відповідають перед роботодавцем тільки тим, що чесно працюють. А сам контент, тобто зміст його праці визначається його обов'язками перед суспільством.

Ця та інші моральні норми визначаються етичними кодексами. Взагалі, їх введення завжди викликає опір у певних представників будь-якої професії. Адже фактично етичні кодекси (чи декларації, канони тощо) задають стандарти поведінки для визначених груп працівників чи для людей у цілому. У цьому етичні норми подібні до правових: там теж задаються стандарти поведінки — і держава, її спеціальні органи слідкують, щоб ці норми не порушувалися. Але якщо наслідком недотримання норм права можуть бути конкретні каральні заходи з боку держави, то відповідальність за порушення етичних норм найчастіше виглядає як зауваження або догана з боку інституцій, які прийняли той чи інший етичний кодекс, а також зменшення поваги з боку колег. Завжди є достатньо людей, які вважають, що етичні норми створенні не для них, що вони стоять вище від цих норм. Причому це не обов'язково якісь асоціальні елементи. Адже етичні норми дуже швидко змінюються з розвитком суспільства. Те, що було абсолютно моральним 10 років тому, зараз уже не є таким. Недаремно Блез Паскаль ще в 1659 р. писав, що «поняття справедливості так сваво залежить від моди, як і жіночі прикраси».

За радянських часів пріоритетами в журналістський етиці були партійність, висока ідейність, правдивість, народність, масовість, критика і самокритика. І досі у нас професійна етика більше ототожнюється з мораллю, ніж з діловою стратегією та соціальною відповідальністю. Деякі журналісти вважають, що мораль суперечить зароблянню грошей у конкурентній боротьбі. За свідченням автора книги «Проблеми і перспективи розвитку журналістської етики в Росії» Елізабет Шиллінгер

тодішній редактор «Независимой газеты» Віталій Третьяков прямо заявив, що робити бізнес, дотримуючись кодексу етики, означає економічне самогубство.

Але ж із цього зовсім не випливає, що така точка зору правильна. Більшість дослідників цього питання сходяться на тому, що в журналістів мають бути чіткі орієнтири, які дозволять їм приймати рішення в неоднозначних ситуаціях. Такі положення містяться у кодексах різних країн, від США до Білорусі. При цьому наголос робиться на тому, що журналіст повинен служити суспільству, його основний обов'язок — давати об'єктивну інформацію, на основі якої можна скласти такі картини світу, яка б найбільше відповідала дійсності. У Кодексі професійної етики Спілки професійних журналістів США прямо говориться про те, що «журналісти мають бути вільними від будь-яких зобов'язань, окрім права громадськості на отримання достовірної інформації».

Книга проф. З. Вайшенберга охоплює і теоретичні, і суто практичні аспекти журналістської професії. Звичайно, вона орієнтована на німецьких журналістів. Це викликає певні труднощі, особливо коли мова йде про жанри. Зрозуміло, що важко буквально зіставити різні жанри. Журналісти різних країн працюють у різних умовах, різна й історія розвитку журналістики. Але треба відзначити, що німецька журналістика, як і українська, належить до континентальної моделі, що робить посібник проф. З. Вайшенберга корисним не тільки для порівняльного журналістського аналізу, а й для практичної діяльності.

Особлива подяка перекладачам Віталієві Климченку та д-ру Андрієві Баканову, які в короткий термін високоякісно виконали переклад цієї складної праці.

Проф. Валерій Іванов

Без стандартизації, без стереотипів, без рутинних оцінок, без досить безцеремонного нехтування деталями редактор досить швидко помер би від нервового збудження. [...] Без систематизації було б неможливо взагалі впоратися із завданням. Адже з огляду на затрачений час та зусилля стандартизований продукт є цілком економічним і пропонує певний захист від банкрутства.

Уолтер Ліппманн (1922)

Хорошого журналіста видно з того, як він тримає дистанцію до об'єкта свого спостереження. Він не ототожнює себе з тією чи іншою справою, навіть якщо вона добра. Він завжди на місці події, але ніколи не є її учасником.

Ганнс Йоахім Фрідріхс (1994)

Стрічка «Непідкупні» стала, в принципі, «лебединою піснею» тієї епохи, коли журналісти хоча й помилялися, але ніколи не публікували якийсь резонансний матеріал, якщо в них не було джерел. Сьогодні ж на сторінки газет потрапляють будь-які плітки. Занепад етичних принципів журналістики призвів до бульварного менталітету, який визнає лише те, що добре продається.

Роберт Редфорд, він же Боб Вудвард (2001)

Скрізь, де існує значний ризик, фактор *якості* відіграє важливу роль. Якість залежить від професіоналізму та контролю. Такі сфери, як безпека польотів та медицина, переконливо показують, що вимога забезпечення якості виникає через поважні причини.

Як видається, такі поважні причини в журналістиці довгий час були відсутні. Майже не опікувалися структурами, які в повсякденній роботі забезпечували б певний стандарт якості, а у виняткових випадках змогли б відвернути найбільшу ймовірну шкоду. Але поступово відбувається усвідомлення того, що там, де бізнес відіграє занадто важливу роль, а якість — зовсім ніякої, журналістика ступає на слизьку дорогу.

Медіа, не зацікавлені в наданні якісної комунікаційної послуги, можуть приносити зиск, але вони непотрібні. Журналісти, яким байдужі питання компетентності та власної автономії, становлять фактор ризику — вони ризикують втратити довіру до себе.

Це глобальні ризики. Адже в усьому світі критики скаржаться на «media performance» (*поведінку медіа* — *англ.*). Повсюди падає довіра до журналістики; повсюди публіка нарікає на медіа, які заробляють гроші на некомпетентності, плітках та несмаку. Багато журналістів поділяють це невдоволення громадськості.

Тому тема якості стала провідною і в практичній журналістиці, і в журналістській науці. Цією проблемою опікуються різноманітні ініціативи, конгреси та публікації. Мова йде про те, як досягти високого професійного рівня журналістики.

Але дебати про якість журналістики — непроста справа. Уже визначення самого поняття якості становить проблему, а весь цей дискурс — з погляду теорії та практики — нагадує будівельний майданчик. До того ж, проблеми розмежування ставлять на порядок денний багато питань, які досі вважалися погодженими. Адже в «інформаційному суспільстві» по-новому визначаються зміст, роль та стандарти професії; змінюються або зовсім зникають межі розважального, технологічного, PR і насамперед економічного елементу.

Тому без особливих застережень можна домовитися лише про досить загальні параметри якості, такі як неупередженість та предметність, багатосторонність, зваженість та прозорість. Отже, мова йде про новинну журналістику.

Новинна журналістика вирізняється порівняно простими правилами: по-перше, коментар має подаватися окремо від новин, по-друге, треба зважати на пірамідальну схему, згідно з якою новини подаються залежно від важливості інформації.

Ці професійні принципи, які свого часу були розроблені передусім з економічних та технічних міркувань, добре себе зарекомендували на практиці. Вони спонукають журналіста спостерігати за подіями тверезим поглядом, упорядковувати інформацію та зводити її до одного знаменника.

Новини й досі відбирають та подають за традиційними правилами. При цьому виявляються негативні умовності та хибні пропорції, на що звертають увагу дослідники новин. Проте результати їхньої роботи не звільняють від необхідності ретельно опікуватися стандартами роботи з новинами та, якщо треба, їх вивчати. Лише коли відомі основні правила, коли вони апробовані на практиці, можна вести фахову розмову на цю тему.

Справі новинної журналістики можна систематично навчатися. У правилах «написання новин», які ми розробили в однойменній книзі, що вперше вийшла друком у 1988 році і потім кілька разів перевидавалася, йшлося про формулювання та обґрунтування зрозумілих правил професійної роботи з інформацією. Ці правила пояснювалися на прикладах і з практики, а результат навчання перевірявся за допомогою вправ.

Нова книга про новинну журналістику спирається на ці структуровані міркування та рекомендації. Поряд із практичними рекомендаціями (невдовзі вправи та відповідні тести до них будуть розміщені в інтернеті — див. Зворот титула та останню сторінку обкладинки) вона пропонує також можливість рефлексії. Це стосується насамперед розділів «*Стандарти новин*» та «*Новини і етика*».

Така систематизація професійних та етичних рекомендацій і орієнтирів має свої актуальні підстави. Адже останнім часом стає дедалі зрозуміліше, наскільки журналістам важливо бачити світ за межами своєї професії, розмірковувати про те, що вони роблять, відчувати ті межі, за які журналістика не повинна виходити — з огляду й на свою соціальну відповідальність, і на професійне самоусвідомлення.

Окремі розділи проходили апробацію протягом багатьох років у чотирьох університетах, які пропонують вищу журналістську освіту, а також на курсах підвищення кваліфікації. У них постійно вносилися зміни і доповнення. Близько 300 прикладів, наведених з повідомлень новинних агенцій, газет та журналів, представляють широкий калей-

доскоп сьогоднішнього світу ЗМІ переповненого від насильством та вбивствами, курйозами та сексом.

Цей світ медіа є таким, яким є. Новинна журналістика, як специфічна форма сприйняття «реальності», відіграє в ньому центральну роль, і це правильно.

У цій книзі, з необхідним та припустимим наближенням до практики, розповідається про те, за якими правилами працює така журналістика. Ми відмовилися від наукових посилань. З ними можна ознайомитися у тритомнику «Журналістика. Теорія і практика сучасної медійної комунікації»¹. Проте теорія — як системне розповсюдження перевірених на практиці знань — є основою і цього видання.

В останні роки межа між «жорсткими» та «м'якими» новинами дедалі більше розмивалася. Нові «гібридні» форми викладу зумовлені не тільки вимогами інтернету та спілкування в режимі «онлайн», а й ситуацією конкуренції на ринку традиційних медіа.

У всьому світі скорочується кількість читачів газет. Насамперед, усе важче залучати молодих людей до читання друкованих медіа. Фахівці пояснюють це і правилами новинної журналістики. На їхню думку, незграбна подача фактів та переобтяжені інформацією речення утруднюють розуміння новин. Лише журналісти та їхні джерела інформації в змозі зрозуміти повідомлення, побудовані за принципом «перевернутої піраміди».

Тому нині широко рекомендують вдаватися до нового гнучкого викладу, який орієнтується на характер матеріалу. Стиль має відповідати змісту і забезпечувати розуміння матеріалу читачами. Тому можна очікувати, що *гібридні жанри*, які дозволяють поєднання новинного та розповідального жанрів, з часом утвердяться у багатьох медіа. У цій книзі ми також детально ознайомимося і з «м'якими» формами, зокрема нарисом.

Проте ця нова «гнучкість» форм не повинна означати, що можна робити все, що завгодно. Попри всю критику, новинна журналістика, передусім завдяки розумним правилам збирання та обробки інформації, стала передбачуваним фактором, який має знак якості. Таким стандартам журналістської практики варто було б навчатися і застосовувати їх і в епоху Інтернету. Якби їх не було, то журналістика втратила б своє обличчя.

Є цілком реальні підстави припускати, що кваліфікована журналістика, яка орієнтується на логічні масштаби, стане в майбутньому по-

¹ Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Westdeutscher Verlag.

трібнішою, ніж будь-коли, адже громадяни потребують від сучасних медіа орієнтирів. Усім нам жилося б гірше, якби не було компетентної і відповідальної журналістики.

Автор складає подяку Бернгарду Перскену з Гамбурзького університету, Гезіне Ден та Бенно Пеппельманну з Німецької спілки журналістів, а також Барбарі Еміг-Роллер з видавництва «Вестдойчер Ферлаг». Вони опрацювали текст з мовної, юридичної та журналістської точки зору на предмет точності та зрозумілості та надали багато цінних порад. Гільде Мангельс компетентно, наполегливо й терпляче супроводжувала роботу над книгою на останньому етапі її випуску. На особливу подяку заслуговує Юдит Ракерс за її активну участь у реалізації проекту.

1. НОВИНИ І ДІЙСНІСТЬ

1.1. Проблеми спостереження

Сьогодні у сфері теорії та практики медіа значною популярністю користується припущення, що журналістика творить власну реальність, яку варто оцінювати не з погляду абсолютної правди, а з погляду корисності для орієнтування в реальності. До таких висновків значною мірою спричинилися дослідження новин через призму теорії комунікації.

Результати досліджень засвідчують що здебільшого рішення про добір і подачу новин редакції ухвалюють на основі власних професійних правил, а це характеризує журналістику як автономно діючу систему. Тут помітна тенденція до відмови від чіткого розрізнення фактів та фікції, до намагань випробувати нові форми журналістського письма (див. Розділ 2.5). Ця тенденція перегукується з принциповими сумнівами науковців у можливості безпосереднього спостереження за дійсністю.

На практиці ж претензії журналістів на відображення «реальності» з допомогою професійних засобів, наприклад, цифрової техніки, ставляться під сумнів. Адже вона дозволяє маніпулювати, здавалось би, очевидними речами, не залишаючи при цьому жодних слідів. До значного розмивання професійних істин призвели передусім доведені випадки фальшивок: громадськості стали відомі факти інсценованих подій та інтерв'ю.

Обурення, яке викликали ці факти в професійному середовищі та за його межами, можна трактувати також і як свідчення того, що в суспільстві та серед журналістів усе таки існує консенсус стосовно принципів новинної журналістики та необхідності збереження таких принципів. Ці принципи можна сформулювати як правила подачі новин, які забезпечують певну якість висвітлення подій та слугують орієнтиром для журналістів та широкої публіки.

Правила зображення новин не є незалежними від простору і часу. Вони себе добре зарекомендували і можуть вважатися цілком придатними, принаймні на певний період. Мова йде про професійні методи, за допомогою яких новинна журналістика, не зважаючи на дефіцит часу та фінансів, може забезпечувати відображення дійсності, яке дозволить сучасному багатоманітному суспільству постійно спостерігати за собою.

Виконуючи цю функцію сама журналістика стикається з принциповими проблемами будь-якого спостереження. Спостереження спирається на *розрізнення*, яке спрямовує погляд на один бік явища, залишаючи поза увагою інший. Навіть якщо і були вислухані обидві сторони («*audiat et altera pars*»), як цього вимагають професійні правила об'єктивного висвітлення подій (див. розділ 2.1), новинна журналістика за визначенням залишається «однобічною».

Проблеми спостереження постійно стають предметом публічних дискусій, у яких сперечаються про «об'єктивність медіа», скаржаться на панування «негативізму» у висвітленні подій та дивуються з приводу того, як журналісти тематизують події (див. розділ 2.2).

Ці проблеми спостереження стали «зачіпкою» для досліджень у сфері новин, які проводилися, починаючи з 70-х років. Виявилося, що методи зображення подій мають напрочуд уніфіковані форми. З того часу можна з великою мірою ймовірності спрогнозувати, які події стануть новинами, а які — ні.

Очевидно, що новинна журналістика у своєму виборі керується стереотипно визначеними критеріями релевантності події. Серед них можна назвати, наприклад, тривалість якогось конфлікту, ступінь відомості учасників події та її просторову віддаленість.

Це лише деякі фактори, які лежать в основі рішення журналіста щодо вибору теми та обсягу висвітлення подій. Їх відносність знаходиться в очевидному конфлікті з абсолютними критеріями, які одноставно називають журналісти, і їхні критики, коли йдеться про якість новин: реальність, об'єктивність та істина.

Звичайно ж, ці поняття стосуються різних речей: *реальність* — це прив'язка до конкретної події, *об'єктивність* — це засіб, а *істина* — це мета журналістського повідомлення. Чимось іншим є *збалансованість* — співвідношення журналістських повідомлень, наприклад, у рамках загальної програми радіостанції або редакційної лінії друкованого засобу інформації.

1.2. Поняття новин

Робочим матеріалом медіа є новини. Раніше поняття «новини» було тотожне поняттю «газета». Сьогодні ж під ним розуміють новини *загалом*, новини, цікаві для громадськості.

Серед незчисленних спроб визначити поняття «новини» трапляються зорієнтовані на практику і швидше теоретичні, загально сформульовані і конкретні, сучасні і старомодні дефініції. При цьому часто зустрічається така ознака новини, як «об'єктивність». А загалом усі ці спроби спрямовані однаковою мірою на узагальнення критеріїв відбору новин або на стратегії їх реалізації. Відповідно до цього новина є, з одного боку, «сировиною для публіцистики», а з іншого — жанром журналістики (див. розділ 2.3).

У всьому світі медіа використовують новини як «сировину для публіцистики» завдяки тому, що властивості сприймання однакові для багатьох культур. Це пояснюється природною цікавістю людини, і тому в багатьох редакціях на нього зважають у процедурі відбору новин. Звичайно ж, відбір та подача новин може відбуватися при цьому по-різному, відповідно до конкретних умов та мети різних *медійних систем*. Отже, у роботі з новинами існує широкий діапазон варіантів, проте досягнутий результат не буде випадковим, він залежатиме і від концепції, і від шаблонів у роботі.

У країнах *західного типу* основою для роботи медіа є інтерес громадськості; у країнах так званого *третього світу* критерії для відбору новин визначаються цілями національного відродження та суспільного виховання; у *соціалістичних країнах* стосовно того, що становить інтерес, існують (чи існували) вказівки на основі марксизму-ленізму — новини повинні були давати *орієнтири* для суспільно-політичного розвитку.

Сучасний тип новин та принципи їхньої побудови виникли разом з постанням комерційної журналістики в Сполучених Штатах Америки. До появи «news story», що пов'язується, у першу чергу, з економічними інтересами англосаксонських агентств новин у XIX та на початку XX століття, долучилися різні фактори.

На початку північноамериканське агентство новин Нью-Йорк Асошіейтед Пресс (згодом — Асошіейтед Пресс) випускало, вочевидь, «об'єктивні» новини. Нейтральний за змістом і формою, цей матеріал давав змогу одночасно задовольняти потреби широкого кола читачів. Отже, був знайдений спосіб викладу повідомлень на надзвичайно жорсткому медіа ринку місцевої преси, споживачі якого належали як до табору республіканців, так і до табору демократів. Розміщення головних подій на початку повідомлення водночас урахувало ненадійний ще тоді телеграфний зв'язок.

Уже в 30-х роках XIX століття комерційна преса (penny press) створила свою «нову журналістику». Через якомога нейтральніше зобра-

ження подій очима очевидця (eyewitness news) вона намагалася змінити недемократичну на той час систему преси, що обслуговувала партікулярні інтереси. Першим, хто використав форму «lead story» («головна подія», див. розділ 3), вважають міністра оборони Америки Едвіна М. Стентон, який у своїх депешах, видрукованих у «Нью-Йорк Геральд» повідомляв про замах на президента Лінкольна з 14-го на 15-е квітня 1865 року.

У XX столітті розвитку «інформаційної журналістики» особливо посприяло розширення інформаційного ринку внаслідок Першої світової війни. Подібного розквіту зазнає бізнес із інформаційним товаром на початку нового століття. Проте для значної частини медіа західного типу, зокрема інформаційних агентств (див. розділ 1.5), принципи відбору та побудови повідомлень не втратили своєї актуальності.

1.3. Проблеми об'єктивності

Повідомлення формулюються згідно з професійними стандартами «об'єктивного висвітлення подій» (див. Розділ 2.1). Це означає, що журналісти повинні подавати якомога більш неупереджену картину подій. Власні оцінки є неприпустимими, виклад має орієнтуватися на факти. Це стосується як інформаційного, так і розважального жанру. «Суб'єктивна журналістика» (див. розділ 2.1) дозволена тільки в жанрі власної думки (див. розділ 2.3.2).

У Німеччині існує лише невелика кількість новинних видань, які офіційно не дотримуються цієї норми. Навіть у частині новин вони надають перевагу суб'єктивному зображенню подій, бо вважають, що «ціннісний нейтралітет» може буквально стати на заваді зображенню дійсності. Найтипівшим прикладом цього є «Тagesцайтунг» (taz).

Той, хто вважає таку послідовну відмову від стандартів об'єктивності неприйнятною, має бачити межі та усвідомлювати ризики такої моделі. Вони з'являються тоді, коли відбувається проста формалізація різних варіантів істини, що суперечать один одному. Припустимо, що журналіст зібрав дві інтерпретації тої самої події і зіставив їх, вважаючи, що на цьому його робота закінчилась. Але такий спосіб добору інформації часто виявляється недостатнім.

З іншого боку, недбале ставлення до правил новинної журналістики неодмінно призводить до неякісного журналістського продукту. На-

самперед, це стосується імпліцитних та експліцитних оцінок у нібито об'єктивних новинах.

В античні часи тих, хто приносив погані звістки, страчували. Сьогодні ж, в епоху суцільно комерціалізованих медіа, картина швидше протилежна. Адже медіа значною мірою живуть завдяки тому, що «виробляють» погані новини (bad news). Нещастя, трагічні події та катастрофи користуються у медіа значно більшою увагою, ніж позитивні новини. Відповідне прислів'я стверджує: «Only bad news are good news» («Лише погані новини є хорошими новинами»). У такому негативізму журналістів часто звинувачують, бо вважають, що «реальний світ» виглядає інакше.

Сьогодні ж цей «реальний світ» наполегливо прикрашають професіонали в галузі масової комунікації. Усе це називають «Public Relations», або «робота з громадськістю». До певної міри PR замінює журналістське розслідування і сприяє здешевленню редакційної роботи.

Чи повинні взагалі медіа зображати світ кращим, ніж він є насправді? Що було б, якби, наприклад, щоденна газета почала висвітлювати всі події лише з позитивного боку. Декілька років тому редакція газети «Ейндховенер Дагблад» спробувала встановити, чи матиме успіх такий експеримент (приклад А).

[А] ЕЙНДХОВЕН. Не просто створити цілу газету, яка містить лише позитивний матеріал. У цьому пересвідчилася редакція газети «Ейндховенер Дагблад».

Відома регіональна голландська газета випустила додаток до «нормальної» щоденної газети, в якому світ зображувався з позитивного боку. За словами головного редактора Юппа ван дер Харта, на цей експеримент редакція зважилася з огляду на численні звинувачення читачів у тому, що газета псує їм настрій. Гнів бельгійців проти свого правосуддя та протест проти звільнення слідчого судді

Коннеротта був поданий під позитивними заголовками — «Втрата народного героя» та «За свого героя бельгійці готові йти на барикади». Повідомлення про погані фінансові перспективи та майбутнє скорочення тисяч робочих місць транснаціональною корпорацією «Філіпс», яка має штаб-квартиру в Ейндховені, газета супроводила посиленням на те, що «Філіпс» розпочинає акцію, яка дозволить йому в майбутньому знову збільшити свої прибутки. Місцева лікарня перевищила свій бюджет на 1,1 млн. марок, а в додатку «добрих новин» можна було прочитати, що це було зроблено свідомо для того, щоб надати якіснішу допомогу двом тисячам пацієнтів перш, ніж на це погодилось міністерство охорони здоров'я. [...]

У редакції газети визнають, що деякі повідомлення виглядають де-що штучними, проте вже в перші дні 200 читачів повідомили, що при читанні «позитивної» газети за сніданком їх охоплювало «особливо приємне відчуття». Серед читачів планується провести опитування і з'ясувати, чи висвітлювати події в майбутньому швидше з позитивного боку, чи зберегти нейтральну подачу інформації. (SZ)

Журналістику загалом постійно звинувачують, що вона буцімто спотворює дійсність. Суть звинувачень полягає в тому, що журналісти начебто однобічно зосереджуються на висвітленні драматичних подій та насильства, надають перевагу одним країнам чи регіонам і забувають про інші, приділяють занадто багато уваги суспільній еліті, створюють стереотипи про суспільні меншини та маргінальні групи та продукують міфи про суспільну реальність і поведінку людей. Таким чином стверджується, що «медійна реальність» — це одне, а суспільна дійсність — це інше, тому журналістика не є об'єктивною.

Ясна річ, що об'єктивність новин залишається важливою цінністю. Цей постулат наявний у законі про публічно-правові радіо і телебачення Федеративної Республіки Німеччини, він глибоко вкорінений у розумінні ролі журналіста. Хоча ще по закінченні Першої світової війни відомий публіцист Уолтер Ліппманн писав, що «новини та істина не те саме», але й по сьогодні на протигагу цьому дехто стверджує, що новини цілком можуть бути «правдивими», а саме, завдяки волі окремого журналіста, який опікується об'єктивністю та довірою. Отже, проблема об'єктивності є справою градації, а не принципу. Особливо високі вимоги в цьому сенсі висувають об'єкти новин, наприклад, політики. Від медіа вони вимагають, щоб ті оприлюднювали «правдиву» або принаймні «об'єктивну» інформацію. Але хто може судити про дотримання цієї вимоги? Чи не призведе це до цензури і, зрештою, до обмеження свободи медіа (приклад Б)?

[Б]ТОРЛАМАР. Глави держав та урядів 21 латиноамериканської країни зібралися в п'ятницю на карибському острові Маргарита неподалік Венесуели на триденну конференцію, під час якої будуть обговорені результати розвитку демократії за останні роки та визначені плани на майбутнє. Поряд із запропонованою Венесуелою, як країною-організатором, темою «Етичні цінності демократії» політики з країн Латинської Америки, а також Іспанії та Португалії обговорять ситуацію на Кубі. [...]

Викликало критику висловлювання президента Венесуели п. Кальдери про те, що в демократичному суспільстві медіа зобов'язані

ні подавати правдиву інформацію. Кілька журналістських об'єднань Південної Америки, не висуваючи заперечень до змісту висловлювань пана Кальдери, заявили, що вони розглядають слова політика як спробу обмежити свободу преси. У заяві Федерації журналістів Латинської Америки говориться, що такі вимоги можуть призвести до цензури, залежно від того, як тлумачити поняття «правдивої інформації». [...] (FAZ)

Дослідники в галузі новин скептично ставляться до вимоги «об'єктивності» як центрального елементу журналістики в плюралістичному суспільстві. Та й сама журналістська практика вже давно стикається тут із проблемами. Емпіричні дослідження показують: щоденні газети, принаймні приховано, порушують норму, яка передбачає поділ між повідомленням та власною думкою. Це відбувається у формі підгонки новин під коментар («синхронізація»).

Більш предметною є дискусія про функції об'єктивності в контексті техніки медіа. У цьому контексті її розуміють як метод, що надає медіа та журналістам впевненості у своїй роботі. Це не має нічого спільного з віддзеркаленням дійсності; йдеться про журналістські прийоми у спостереженні за подіями та їхнім описом. Серед них — зіставлення двох джерел та прив'язка висловлювань до конкретної особи. Уживання лапок при цьому вказує на формальний поділ між змістом повідомлення і поглядами автора. У такий спосіб можна уникнути приписування висловленої думки журналісту. Вживання лапок або ж, якщо мова йде про радіо, формули «як дослівно сказав пан «Х» — є справою самого автора, а тому — свідомим втручанням.

Головною стратегією інформаційної журналістики є структурування повідомлень за принципом «переверненої піраміди» (див. розділ 3.1) У рамках такої систематизації матеріалу необхідно дати відповідь на сім основних запитань: «хто?», «що?», «коли?», «де?», «чому?», «як?», «яке джерело?». Відповіді на ці запитання зазвичай розташовують у такому порядку, щоб найважливіші факти стояли на початку. «*The hard facts go first*»², — так звучить головне правило англосаксонської журналістики. А що вважати головним фактом, вирішує сам журналіст. Він, спираючись у своєму рішенні на професійні правила, зможе досягти принаймні «методологічної об'єктивності».

Це саме стосується і використання різних жанрів (див. розділ 2.3). Відокремлення повідомлення від коментарю відбувається, на думку кри-

² Спочатку — головні факти (англ.)

тиків, цілком формально, тим часом як коментарі та репліки, завдяки розміщенню і оформленню, чітко відрізняються від новин та нарисів.

Завдяки такому аналізу «об'єктивність» журналістики набуває самостійного значення. При цьому мова не йде в стільки про знаходження істини, скільки про застосування певних професійних та інституційних прийомів, які орієнтуються на формальні ознаки, організаційні структури та стереотипи поведінки дійових осіб. У кращому разі, домовившись про збереження об'єктивності в певних межах, можна забезпечити прийнятне висвітлення подій.

Якщо розуміти об'єктивність як інтерсуб'єктивну домовленість про тип устрою дійсності, на який спирається журналістика, то в основі такої об'єктивності лежать не критерії істини чи наближеності до реальності, а такі відносні поняття, як переконливість, надійність та корисність. Саме ці поняття використовують у збиранні, а особливо в презентації інформації за допомогою певних зображальних форм. Ця домовленість трансформувалася у шаблони «об'єктивної подачі новин».

Проте переконливість, надійність та корисність не впливають безпосередньо зі змісту новин, а передбачають ще й дотримання певних вимог, які залежать від конкретних умов, в яких ці новини виробляються. Йдеться про ставлення до шаблонів подачі новин (див. розділ 2.1), дотримання професійних кодексів (див. розділ 8.4) та загалом про повагу до культурних засад, на яких ґрунтується журналістика.

1.4. Медійна реальність

1.4.1. Цінність новин

Припущення про існування самостійної «медійної реальності» спирається на те, що виробництво новин відбувається з допомогою певного шаблону, який орієнтується на «цінність новин». При цьому уявний інтерес публіки може набувати головного значення. У такому контексті йдеться не про відповідність новин «реальному світу», а про ті ознаки, які має світ, створений медіа. Далі мова йде про критерії відбору, інтерпретації та наділення смислом дійсності, якими керуються журналісти. І зрештою, постає питання, чому деякі події знаходять своє відображення в медіа, а деякі — ні. Усі ці питання спрямовані на пояснення відомого нам усім явища, коли про певні особи, інституції, ситу-

ації та події ми регулярно щось дізнаємося зі медіа, тим часом як інші особи, події та явища постійно ігноруються.

Отже, медіа, як і люди, створюють певну картину світу, при чому конструювання дійсності відбувається, очевидно, відповідно до тих самих механізмів, які становлять основу світосприйняття людини. Ще відомий публіцист Уолтер Ліппманн розглядав процес переробки інформації людиною як активний процес. Сприйняття та розпізнавання не означає, що зовнішні подразники лише відображаються в когнітивній системі людини. Ні, нова дійсність активно твориться у свідомості людини. У 1922 році у своїй книзі «Public Opinion» («Громадська думка») Ліппманн писав, що в цьому процесі існуючі у свідомості «шухляди», які зберігають набутий досвід, виконують, очевидно, центральну функцію в управлінні та в упорядкуванні інформації. У цьому процесі, завдяки якому лише і виникає «інформація», «стереотипи» відіграють центральну роль у стандартизації сприйняття та визначенні соціальних ситуацій. На таких уявленнях ґрунтуються і сучасні теорії сприйняття щодо медіа.

Дослідження в галузі інформації, що орієнтуються на вказані принципи, можуть дати достатньо чіткі відповіді на питання, яким чином спрямовується увага медіа. При цьому виходять з думки, що індивідуальне та колективне сприйняття людей і переробка інформації спираються на схожі психологічні фактори:

- наше спостереження за довколишнім світом є селективним, воно зосереджується на одних та ігнорує якісь інші враження;
- ми надаємо перевагу особам та персоналізованим подіям перед абстрактними явищами, і сприймаємо емоційно забарвлені об'єкти і події краще, ніж нейтральні явища;
- нашу увагу привертають близькі нам теми і те, до чого в нас виникає особисте ставлення;
- на нас швидше справить враження щось незвичайне, ніж щось рядове.

Отже, це й становить ті основні принципи, з яких виходить журналістика, створюючи «медійну реальність». Те, що так цікавить громадськість і що варте стати новиною, практики описують досить пластичною формулою: «Собака покусав чоловіка/жінку = низька інформаційна цінність; чоловік/жінка покусали собаку = висока інформаційна цінність» (приклад А).

[А] МЮНХЕН (дра). П'яний моряк укусив за шию вівчарку залізничної поліції. Як повідомив у четвер речник прокуратури, п'яний чоловік викликав підозру патруля залізничної поліції на центральному

вокзалі Мюнхена. Через те що той чинив активний спротив спробам перевірки особи, наряд змушений був викликати на підмогу поліцейського з собакою.

Тридцятивосьмирічний моряк одразу накинувся на собаку, обхопив його руками і вкусив за шию. Собака був у наморднику. У боротьбі людина і собака втратили рівновагу і покотилися сходами. Лише по тому спільними зусиллями трьом поліцейським вдалося затримати чоловіка. Проти 38-річного порушника висунуто звинувачення в опорі представникам влади, нанесенні тілесних ушкоджень і — оскільки собака вважається майном — у пошкодженні майна.

Медіа час від часу повертаються до цього основного правила відбору новин, інколи з варіаціями класичного зразка (приклад Б). А наступним кроком курйозності вважається випадок, коли злодій покусав собаку поліцейського і через це йому загрожуватиме тривале позбавлення волі (приклад В).

[Б] ЛОНДОН (дра). 20-річний англієць із курортного містечка Брайтон укусив свого собаку за носа і тепер мусить сплатити штраф у 100 фунтів (300 марок) за знущання над тваринами.

Жертвою став собака породи доберман. Член місцевого товариства захисту тварин натрапив на собаку, у якого з рани текла кров, після чого товариство заявило на кусючого хазяїна в поліцію.

[В] У Кентоні (штат Огайо) світ перевернувся: після карколомної погоні за викрадачем автомобілів Річардом Нельсоном того наздогнав поліцейський собака.

У боротьбі, що зав'язалася, злодій два рази вкусив собаку — за морду та за шию, причому так сильно, що тому довелося надавати медичну допомогу. Тепер Нельсону доведеться відповідати перед судом за викрадення автомобіля, опір представникам влади та нанесення тілесних ушкоджень. Йому загрожує кількарічний термін ув'язнення. (BamS)

Відбір та обробка новин відбувається в редакціях медіа. Редактори, що там працюють, повинні зробити певний вибір, адже їм пропонується набагато більше матеріалу, ніж вони можуть опублікувати. Цей вибір і відбувається залежно від цінності повідомлення. Дослідження свідчать про те, що в редакторів склалися типові і відносно сталі уявлення про цінність інформації.

Але, вирішальний вплив на відбір та розміщення новин справляють не окремі журналісти, а ті умови, у яких працює той чи інший медіа. Вид медіа, його становище на ринку і спрямованість визначають спосіб роботи редакції і, отже, критерії, за якими редактори відбирають та обробляють інформацію. Це зумовлює ті значні відмінності у відборі та обробці інформації окремими медіа. Наприклад, убивство в невеликому місті може протягом кількох днів визначати заголовки в місцевій газеті, а для інформаційних агентств не бути вартим навіть короткого повідомлення. Взаємозв'язок між медіа та критеріями оцінки новин стає зрозумілим, якщо, наприклад, убивство в маленькому місті матиме якість особливості (убивство відомого політика). У такому випадку критерії відбору можуть бути настільки вагомими (убивство відомої особи), що ця подія становитиме значний інтерес і для загальнонаціональних медіа.

Отже, при відборі новин діють усталені правила, хоча журналісти, найчастіше підсвідомо, керуються також певними *новинними факторами*. Ці фактори стосуються правил, згідно з якими медіа створюють картину дійсності. Новинна цінність подій ґрунтується на сумі або конкретному прояві новинних факторів.

Дослідники новин довели чинність цих правил спочатку для міжнародних та загальнонаціональних повідомлень. Проте, як виявилось, на ці правила спираються — з деякими незначними модифікаціями — місцеві та спортивні видання.

1.4.2. Новинні фактори

Вибір, який роблять журналісти, визначається двома головними новинними факторами:

- значення (важливість, масштаб);
- інтерес публіки.

Для «жорстких новин» на першому місці стоїть **значення** інформації, для «м'яких новин» — інтерес публіки (див. розділ 6.2). Застосовуючи правила відбору новин за їхнім значенням, треба розрізнити дві ознаки:

по-перше, масштаб події з погляду її прямих наслідків та впливу на людей (наприклад, кількість загиблих та поранених у інциденті, приклад Г);

по-друге, наслідки (включно з опосередкованими) події з точки зору їхньої масштабності (наслідки для населення чи окремих його груп, приклад Д).

[Т] АНКАРА (АР). Щонайменше 23 особи загинуло і 15 дістало поранення в минулі вихідні, коли в Чорному морі затонули два човни. За повідомленням турецьких властей, більшість жертв — жінки і діти. Як повідомив Садеттін Калкан, губернатор чорноморського міста Безікдуз, на рятувальних та рибальських човнах триває пошук чотирнадцяти осіб, що пропали без вісти.

Як повідомлять, у суботу під час шторму перекинулося два рибальські човни, які вирушили з Безікдуза для участі у морському святі. За даними Анатолійського інформаційного агентства, невеликі човни були переповнені. Невідомо, скільки осіб перебувало на борту.

[Д] МЮНХЕН. Чи повинен у майбутньому начальник давати згоду на те, щоб його підлеглий у разі хвороби міг залишатися вдома?

У справі, яку розглядав Земельний суд з трудових спорів, йшлося про секретарку, яку запідозрили в тому, що вона вирішила «відпочити» на лікарняному. В черговий раз лікар виписав їй листок непрацездатності на 14 днів, проте начальник відмовився оплатити цей лікарняний. Вона подала скаргу до суду і виграла справу у першій інстанції. Суд другої інстанції підтримав позицію начальника. У судовому рішенні за номером 5 Sa 292/88 говориться: «Медичний діагноз не доводить факт непрацездатності пацієнта. Лікарі не є людьми з феноменальними здібностями, які дозволяли б їм, на відміну від інших, розгадувати неправдиві твердження пацієнтів». Тому підлеглий повинен щоразу доводити своєму начальникові, що він дійсно хворий. Суд, однак, не визначив, як це робити. (*Bild*)

Інтерес публіки, який припускається і потім кладеться в основу вибору новини, може залежати від цілої низки ознак, які розглянемо нижче.

- **Місце події та її важливість для публіки (близькість)**

«Близькість» може бути як географічна, так і психологічна. Звичайно ж, гамбурзька регіональна газета буде повідомляти про влаштування амбулаторій для наркозалежних у цьому ганзейському місті (приклад Е); викрадення німецького журналіста також буде важливою темою, навіть якщо місце події знаходиться на значній відстані (приклад Є).

[Е] ГАМБУРГ. Героїн від держави — з наступної весни ця практика буде впроваджена і в Гамбурзі. Земельне лікарське управління

збирається на початку 2002 року відкрити в місті одну або дві так звані «героїнові» амбулаторії. [...]

Де будуть видавати героїн, поки що невідомо. Лікарське управління поки що підшукує придатні для цього місця. (НА)

[Е] ЙОЛО/ГАМБУРГ (дра). За повідомленнями поліції, у суботу на цьому філіппінському острові невідомі викрали кореспондента «Шпигеля» Андреаса Лоренца. Речник поліції повідомив, що А. Лоренц, який за завданням гамбурзького журналу висвітлював драму із заручниками, був викрадений у селі поблизу головного міста провінції, де він мав намір зустрітися з контактною особою. [...] З минулого Великодня мусульманські повстанці з угруповання Абу Саяфа утримують на острові Йоло 20 заручників, серед них трьох членів родини Валлертів з Геттінгена. [...] Кореспондентові газети «Інквайєр» ватажок повстанців Галіб Анданг сказав, що журналісти більше не можуть відвідувати територію табору: «Вони не повинні бачити, у якому стані перебувають заручники. Завдяки викраденню повстанці привернули увагу до себе, на що ми й сподівалися.» Не виключено, що з суботи викрадачі утримують ще 13 заручників — телевізійного проповідника та його прихильників. Як повідомляє поліція, попри сувору заборону, ці люди дісталися табору повстанців, сподіваючись, мабуть, звільнити інших заручників.

Психологічно близькими є такі події, що їх читачі, слухачі або глядачі пов'язують зі сферою особистого досвіду та переживань. Це стосується, наприклад, повідомлення про якийсь інцидент у Південній Америці, у якому згадується німецький автомобільний концерн (приклад Ж).

[Ж] МЕХІКО (дра). У середу кількість жертв сильного землетрусу, що стався в Мексиці, зросла до вісімнадцяти.

Представник уряду повідомив, що в найбільш враженому штаті Пуебла зараз нараховують чотирнадцять загиблих замість дванадцяти. Кількість поранених від землетрусу, який стався у вівторок, становить, за попередніми даними понад 400 осіб.

Поштовхи тривали 45 секунд і досягали 6,7 балів за шкалою Ріхтера.

У штаті Пуебла були пошкоджені 500 будівель, деякі з них сильно, серед них — 15 церков. Завод Фольксвагена, розташований у цій місцевості, майже не постраждав. У середу президент країни знову відбув у штат Пуебла, який проголосили зоною стихійного лиха.

За офіційними повідомленнями, більша частина історичного центру міста зазнала невідновних руйнувань.

• *Ступінь відомості учасників події (знаменитості)*

[3] НЬЮ ЙОРК (AP). Серед акторів та членів знімальної групи, які у 1955 році брали участь у зніманні художнього фільму «Завойовник», незвичайно часто виникали захворювання на рак. Це засвідчило дослідження, проведене газетою «People».

Фільм знімався на півдні штату Юта через рік після проведення у сусідній пустелі Невади в цілому одинадцяти випробувань ядерної зброї. За інформацією газети, у зніманні загалом було задіяно 220 осіб. Після такого тривалого часу вдалося реконструювати історії хвороб 150 учасників знімання. З цього числа 91 особа захворіла на рак, а 46 співробітників — серед них виконавці головних ролей Джон Вейн та Сюзан Гейвард, а також режисер і постановник Ричард Пауел — пізніше померли від цієї хвороби.

У наведеному прикладі інформація набуває особливої цінності завдяки тому, що на рак захворіли знамениті актори. Історії їхньої хвороби були предметом розлогих коментарів протягом багатьох років після описаних подій.

Очевидно, що при виборі новин фактор знаменитості набуває усе більшої ваги. Так, на перший погляд, другорядні події завдяки участі в них відомих людей потрапляють на шпальти газет (приклад I).

[I] Американський актор Бред Пітт, який бере участь у зніманні нового фільму «Мексиканець», викликав неабиякий ажітаж в мексиканському містечку Реал де Каторке. Це селище у федеральному штаті Сан Луїс Потосі, що досі мало тільки одну телефонну лінію, переживає після початку знімання справжню навалу туристів. 115 кімнат у місцевому готелі заброньовано аж до кінця травня. Після того, як Бред Пітт протягом кількох днів носив помаранчеві майки, цей колір увійшов у моду і став запанував у місцевих крамничках. (SZ)

• *Новинна цінність/готовність до сприйняття певної теми (актуальність)*

Актуальність визначають два елементи: по-перше, реальна новинна цінність і короткий часовий проміжок між подією та повідомленням про неї; по-друге, готовністю до сприйняття певної теми та сенсифікація до певних проблем. Наприклад, актуальним є таке повідомлення зі сфери екології (приклад I).

[І] МАЙНЦ. Прокурор міста Майнц Вернер Гемплер порушив провадження проти міських комунальних служб, які він звинувачує у перевищенні допустимих норм хлору у міському водогоні, що є порушенням одночасно двох законів — «Про продукти харчування» та «Про предмети широкого вжитку».

У вівторок він заявив, що вже певний час тому центр захисту споживачів зробив відповідне подання, реагуючи на скарги громадян на різкий запах хлору та на запалення очей після вмивання. Ці скарги надійшли наприкінці літа. Крім того, в акваріумі одного любителя померли декоративні рибки. Хімічний аналіз води, проведений міністерством екології землі Рейнланд-Пфальц, виявив, що вміст хлору в воді сягав до двох міліграмів на літр і, отже, значно перевищував гранично припустимі норми — 0,3 та (у виняткових випадках) 0,6 мг на літр. (FR)

Особливу новинну цінність можуть мати і менш резонансні випадки, особливо в повідомленнях про імена та місцевості, які відомі з історії, і зокрема — завдяки художнім фільмам (приклад К).

[К] КІНГСТОН (дра). На південному острові Норфолк, який понад двісті років тому став притулком для заколотників із знаменитого британського вітрильника «Баунті», у наші дні підняли бунт чиновники. Вони збираються відрізати від зовнішнього світу це зовнішнє володіння Австралії, відоме як «рай для курортників», що знаходиться за 1600 кілометрів на північний схід від Сіднея і налічує 1800 мешканців. Наступного тижня збираються відключити телефонні лінії та закрити морський порт. Протести майже ста службовців спрямовані проти рішення місцевої адміністрації в острівній столиці Кінгстон не підвищувати зарплати у зв'язку з ухваленням австралійським урядом «бюджетом економії».

Вупперталь став всесвітньо відомим завдяки слону Туффі, який вистрибнув з місцевої підвісної дороги. Мабуть, відтоді слони викликають особливі асоціації з цим містом (приклад Л).

[Л] ВУППЕРТАЛЬ (дра). У понеділок на Бармському вокзалі міста Вупперталь двом дорослим слонихам місцевого цирку вдалося звільнитися із залізничного вагона. Як повідомляє поліція, вправним рухом хобота вони відкрили заціпку на дверях вагона і вийшли назовні. Слонихи гуляли по коліях, при чому Вальмара стала як укопана на рейках, заблокувавши весь рух на станції, а Трауді накинулася на довколишні куці та дерева, зриваючи з них останнє листя.

Врешті-решт службовцям зоопарку вдалося повернути обох слоних до тісного вагона.

• *Людські / емоційні аспекти події (human interest)*

У підборі новин *human interest* для більшості медіа має особливе значення. Проте цей новинний фактор нелегко визначити, адже «людський аспект» події (або те, що вважають подією) визначають різні елементи:

- курйозність / незвичайність (unusualness);
- боротьба / конфлікт (conflict);
- гумор / жарт (humor);
- романтика (romance);
- напруження / відчуття непевності (suspense);
- симпатія (sympathy);
- вік (age);
- секс / кохання (sex);
- наука / прогрес (progress);
- пригоди / ризик (adventure);
- трагедія (tragedy);
- тварини (animals).

У повідомленнях ці елементи часто поєднуються між собою (приклади М — Х).

[М] СТОКГОЛЬМ (дра). Багато тижнів збирав масло та маргарин зі свого щоденного раціону 24-річний в'язень тюрми в м. Тідахольм, що на півдні Швеції. До того ж він і так не любив цього продукту. Потім арештант утнув таке, що вразило би будь-кого. Він намастив себе цією горою з масла та маргарину поверх одягу, наче бутерброд, і прослизнув через вузьке віконце (30 на 14,5 сантиметрів) своєї камери. Його схопили тоді, коли він спускався на простираллі з тюремного муру. Досі вважалося, що з в'язниці неможливо було втекти.

(Курйозність / незвичайність, гумор / жарт)

[Н] РИМ (дра). У неділю ввечері у вагоні потягу Болонья-Рим під час пожежі, спричиненої футбольними фанатами, загинув чотирнадцятирічний уболівальник футбольного клубу «АС Рома» Андреа Вітоне. До Болоньї він та його 21-річний брат вирушили слідами за своєю улюбленою командою «АС Рома». Після матчу, який закінчився поразкою для римської команди з рахунком 0:2, вони та ще 150 збудже-

них фанатів сіли на потяг і вирушили додому. У переповненому потягу брати розділилися. Андреа знайшов вільне місце у четвертому вагоні з кінця, у якому згодом розпочалася бійка. На передостанній станції з вікон полетіли різні предмети, навіть вагонні сидіння. За півгодини до прибуття вагон охопило полум'я, хтось зірвав стоп-кран. Гасіння пожежі на перегоні тривало досить довго. Лише потім з'ясувалося, що не всім пасажиром вдалося врятуватись.

(Трагедія, боротьба / конфлікт)

[O] ВАЙЛЬ-НА-РЕЙНІ/ШТУТТГАРТ (дра). «Я ганяюся за кожною маркою, а ти витрачаєш мої гроші на цей непотріб», — лаяв сорокарічний батько сімейства у містечку Вайль-на-Рейні свого дванадцятирічного сина. З цими словами він викинув заповнений Філіусом лотерейний білет у кошик для сміття.

«Але тату! — Запротестував той. — Марку на білет я взяв зі своїх кишенькових грошей. Я хочу порадувати тебе й маму виграшем». Зворушена мати дістала з кошика лотерейний білет, відзначила ще раз ті цифри, що й син, і віднесла його до місця прийому. У вівторок керівництво лотереї повідомило, що обидва відзначені стовпчики цифр влучили прямо в «десятку» і принесли подвійний виграш — понад 1 млн. 200 тис. марок.

(Гумор/розвага, курйозне/незвичайне, симпатія)

[П] БАР ГАРБОР (дра). З допомогою сучасних генетичних інструментів американські вчені шукають «першу жінку». Порівнюючи між собою певну форму дезоксирибонуклеїнової кислоти (ДНК), через яку передається спадкова інформація, вони сподіваються з'ясувати, де з'явилися перші люди і як вони потім розселилися по континентах. Оскільки дослідники працюють з ДНК мітохондрій, яка передається лише по жіночій лінії, не виключено, що їм вдасться реконструювати генний набір першої жінки.

(Наука/прогрес, курйозне/незвичайне)

[P] ПЕКІН (rtr). Уперше китайські жінки отримали право показати свої пупки широкій публіці. Нагоду для цього пропонує перший всекитайський конкурс з бодибілдингу, що відбудеться у місті Шенжень. Як сказала почесний член Міжнародного комітету з бодибілдингу Ло Жуою в інтерв'ю офіційній газеті «Шенжень Юс Геральд», лише за цієї умови Китай буде прийнято до міжнародної організації. За її словами, спочатку довелося гаряче посперечатися на тему традицій

убрання, а визнання в Китаї купальників, що складаються з двох частин, потребуватиме ще певного часу. У столичному Пекіні бікіні в продажу поки що не з'явилися.

(Секс/кохання, гумор/розвага, курйозне/незвичне)

[С] ЛОНДОН (дра). «Мені все ж таки пощастило», — сказав один 48-річний інженер, коли його пес зіграв вирішальну роль у пошуку «золотого зайця» — фігурки з золота та коштовного каміння вартістю, як стверджують, 140 тис. марок. Скарб був закопаний у ході проведення однієї складної рекламної кампанії на старому кладовищі поблизу Бредфорда, що на північ від Лондона.

(Пригода/тварини)

[Г] ФРІПОРТ. Незвичайна дружба. Гуска, що мешкає в одному фермерському господарстві на північ від міста Фріпорт (штат Міннесота), фактично всиновила сліпу німецьку вівчарку і слідкує за кожним її кроком. Вона гнівно реагує на будь-яку спробу когось чужого наблизитися до собаки. Господар розкажує, що Леді (так зветь гуску) поводить, «як справжній сторожовий пес. Щоразу, коли хтось наближається до її підопічного, вона підбігає і починає розлючено гелготіти та погрожувати чужакові. Вона з шипінням відганяє навіть дітей, коли ті намагаються пограти з вівчаркою».

(Симпатія, тварини, курйозне/незвичайне)

[У] КЕЛЬН (дра). У понеділок увечері четверо молодиків стягнули з лавки жінку-інваліда і закопали її по шию на сусідньому ігровому майданчику. У вівторок поліція повідомила, що 56-літню безпородну жінку десь через годину виявив випадковий перехожий. Її було відвезено в лікарню з діагнозом переохолодження.

(Трагедія, вік, насильство/конфлікт)

[Ф] ЛОС-АНДЖЕЛЕС. П'ятирічний американець Грегорі Скотт може увійти в історію кінематографа як наймолодший режисер. Цього уїк-енду в Лос-Анджелесі він підписав п'ятирічну угоду з продюсерськими компаніями «MCA Universal» та «Al Burton Productions».

Як повідомили ділові партнери Грегорі, гонорар дитини складатиме в перший рік чотиризначну і в наступні роки — п'ятизначну суму.

Продюсери звернули увагу на п'ятирічного хлопчика під час телепередачі про молоді таланти, у якій показали зняті Грегорі відеофільми. Вони були настільки професійними та комічними, що відповідальні

за сімейні програми співробітники «MCA Universal» відразу ж направили батькам хлопчика ділову пропозицію.

Першим проектом Грегорі має стати дитячий телевізійний фільм, для якого він сам напише сценарій і за зніманням якого буде наглядати.

Сам п'ятирічний режисер, улюбленою акторкою якого є Мадонна, уже має досить чіткі уявлення про свою майбутню роботу. На прес-конференції він заявив: «Актори повинні робити те, що я їм скажу. Інакше вони вилетять з роботи». (*WamS*)

(Вік, курйозне/незвичайне)

[X] МАЙЯМІ (AFP). За 7,5 млн. доларів розпорядники спадщини німецької вівчарки Гунтера IV придбали для собаки віллу поп-співачки Мадонни на Майямі. Нещодавно вони вже «віддалили» 27,5 млн. доларів за резиденцію Сильвестра Сталлоне в Майямі. Під час перебування в Майямі Гунтер IV мешкатиме в колишній спальні Мадонни. Згідно з «Книгою рекордів Гіннеса», маючи на сьогодні 200 млн. доларів, він є найбагатшим собакою у світі. Своє багатство Гунтер IV успадкував від свого батька, Гунтера III. Помираючи, його хазяйка, німецька графиня Карлотта Лібенштейн, залишила йому в 1992 році 65 млн. доларів. Крім вілл у Майямі, Гунтер IV володіє будинками в Італії та на Багамах.

(Тварини, курйозне/незвичайне)

1.5. Інформаційні агентства

Правила складання новин визначаються передусім новинними агентствами і, як і раніше, ними ж найпоследовніше застосовуються. Редактори та репортери принципово дотримуються принципу «об'єктивної журналістики», тимчасом як щоденні медіа щоразу частіше вдаються до гібридних форм подачі новин (див. розділ 2.5). Усе це є наслідком дедалі більшої «бульваризації» медіа та конкуренції з інтернет-виданнями.

Для ЗМІ, які в основному послуговуються матеріалами інформаційних агентств, є корисною стабільна якість цього матеріалу, адже лише в окремих випадках вони стикаються з неприємними сюрпризами змістового та стилістичного характеру. Зворотний бік такої політики — певна уніфікація журналістики.

Дослідження свідчать про те, що новинні агентства більше уваги приділяють перевірці матеріалу, ніж це роблять редакції друкованих та електронних медіа. Співробітники новинних агентств вбачають своє головне завдання у *швидкому* розповсюдженні *перевіреної* інформації. Самі журналісти цих агентств особливо опікуються своєю репутацією надійних джерел інформації.

Через надзвичайний дефіцит часу саме в новинних агентствах, попри принцип «точність важливіша, ніж оперативність», постійно трапляються фактичні неточності та стилістичні огріхи.

На своїй інтернет-сторінці dra із самоіронією презентує цілу низку стилістичних «перлів» та фактичних помилок. Серед іншого, там можна натрапити на заголовок «Коханка Пікассо під молотком», а також прочитати дотепний коментар одного співробітника цього німецького пресового агентства: «Про те, що на цьогорічному народному святі гуляли всі — від хіпі до інвалідів — переконливо засвідчила колекція забутих речей, серед яких фігурували також гітари та милиці».

Не такими смішним було повідомлення dra від 13-го квітня 1964 року про начебто смерть радянського лідера Микити Хрущова. Спростування цього повідомлення, яке ґрунтувалося на невірній інформації, відбулося через дев'ять хвилин після виходу в ефір. Іншу сенсацію спричинив фіктивний факс, який 23 січня 2000 року розповсюдили декілька інформаційних агентств. У ньому стверджувалося, що колишній федеральний канцлер Гельмут Коль вирішив назвати імена спонсорів ХДС.

Загалом повідомлення інформаційних агентств користуються високим ступенем довіри. Повідомлення вважають достовірними, коли вони розповсюджуються кількома агентствами в однаковий або подібний спосіб. Для такого контролю достовірності інформації шляхом порівняння повідомлень декількох агенцій у Німеччині існують надзвичайно сприятливі умови. Адже навряд чи в будь-якій іншій країні світу в розпорядженні медіа знаходиться така кількість конкуруючих між собою інформаційних агентств. Понад 80 відсотків щоденних газет Німеччини отримують інформацію принаймні з двох різних агенцій.

На ринку Німеччини конкурують між собою п'ять агентств, включаючи одне загальнонімецьке інформаційне агентство: Дойче Прессе-Агентур, Ассошиейтед Пресс, Рейтер, Агенс Франс Пресс та Дойче Дешен Дінст. До цього переліку додається низка агентств, які спеціалізуються на якійсь окремій тематиці, наприклад: Спорт Інформаціонс Дінст (SID), служба економічних новин Ферайнігте Віртшафтсдінсте ГмБХ (VWD) та релігійні інформаційні агентства — Євангелішер Пресседінст (epd) та Католіше Нахріхтен Агентур (KNA).

Безперечним лідером на цьому ринку залишається Дойче Прессе Агентур (дра), яке діє на кооперативних засадах. До його абонентів належать практично всі щоденні газети та більша частина телерадіокомпаній. Агентство виникло у 1949 році шляхом злиття Німецького інформаційного агентства, що діяло в американській окупаційній зоні, і Німецької прес-служби британської зони окупації. дра утримує власні корпункти в 46 країнах світу, а його штаб-квартира знаходиться в Гамбурзі.

Найважливішою сферою дра є базова служба новин, що постачає інформацію про події всередині країни та за кордоном. Її доповнюють шістнадцять земельних служб регіональних новин. Всередині країни дра пропонує низку спеціальних послуг, серед яких — фотослужба, радіоновини та аудіослужба (дра/Rufa), служба графіки, банк новин та селективні служби.

За кордоном дра, поряд з німецькомовною європейською службою, утримує англomовну всесвітню службу новин а також низку служб іншими мовами. Німецьке пресове агентство також активно діє в інтернеті. На сьогодні третина обороту дра припадає на позамедійний сектор.

Друге місце на німецькому ринку посідає північноамериканське інформаційне агентство Ассошиейтед Пресс (AP), штаб-квартира якого знаходиться в Нью-Йорку. Близько двох третин щоденних газет Німеччини є абонентами цього агентства.

Історія Ассошиейтед Пресс сягає середини XIX століття, коли шість нью-йоркських видавців уперше заснували інформаційну агенцію Харбор Ньюз. AP є не тільки найстарішим інформаційним агентством у США, а й найбільшою організацією у світі, яка збирає інформаційні повідомлення. Щодня ця агенція розповсюджує новини на один мільярд людей у всьому світі.

Перший кореспондент Ассошиейтед Пресс з'явився в Німеччині вже у 1889 році, а з 1946 року працює німецькомовна служба AP. Нині відділення AP є в усіх земельних столицях Німеччини, а у Франкфурті діє головне представництво по Німеччині та країнах Центральної Європи.

Традиційною основою агентства є внутрішня інформаційна служба на США. Міжнародну діяльність Ассошиейтед Пресс розпочало лише в роки Другої світової війни. Сьогодні AP пропонує новини шістьма іноземними мовами з орієнтацією на відповідні країни. Крім того, агентство постачає кольорові фотографії, графіку, радіоновини, утримує відеослужбу для телебачення, а також службу економічних та фінансових новин.

У 80-х роках минулого століття британське агентство Рейтер (rtt) завдяки своїм прибутковим службам економічних та інформаційних

новин стало передвісником інформаційного суспільства. До того ж Рейтер свідомо використовувало свій напрацьований впродовж десятиліть кредит довіри як надійне інформаційне агентство, що повернуло його до власних витоків, а саме до ролі постачальника економічних новин. Агентство було засноване в Лондоні у 1851 році емігрантом з Німеччини Паулем Юліусом Рейтером.

Сьогодні Рейтер — з огляду на фінансовий обіг та кількість кореспондентів — є найбільшою агенцією у світі та провідним постачальником економічних і фінансових новин. Чисті новини складають лише десяту частину в обороті цього інформаційного підприємства. Користувачами послуг Рейтер виступають у першу чергу суб'єкти рішень у сфері промисловості та економіки. Агентство надає в їхнє розпорядження не тільки фінансову інформацію, а й системи трансакцій для цінних паперів та валют, системи управління інформацією та ризиками.

Крім англійської всесвітньої служби, Рейтер пропонує широкий вибір англійських та іноземних регіональних служб. Агентство виготовляє новини в галузі політики, різного, спорту, а особливо — економіки, які розповсюджуються по всьому світу 25 мовами у формі тексту, зображень, графіки, через Інтернет та телебачення.

Рейтер заснувало свою німецькомовну службу лише 1971 року, після закриття в Німеччині північноамериканського агентства Юнайтед Пресс Інтернешнл (UPI). Німецькомовна служба також зосереджується в основному на виготовленні фінансової інформації. Координацію роботи одинадцяти відділень у Німеччині здійснює Берлінське представництво Рейтер.

Поряд з міжнародними та внутрішніми текстовими новинами англійською і німецькою мовами Рейтер у Німеччині пропонує новини на телебаченні, а також зображення, графіку та інтернет-службу. В майбутньому агентство планує ще активніше працювати в інтернеті та посісти провідні позиції в галузі мультимедій.

До світових інформаційних агентств, що мають у Німеччині власну німецькомовну службу, останнім часом приєдналося французьке агентство Франс Прес (AFP), штаб-квартира якого знаходиться в Парижі. Його абонентами є п'ята частина щоденних газет Німеччини.

AFP постало у 1944 році на базі французьких агенцій, які під час Другої світової війни працювали в русі Опору та в еміграції. Його попередником була Агенс Гавас, заснована в Парижі 1835 року комерсантом Шарлем Гавас. Подібно до англійської Рейтер, ця агенція як «транспортний засіб» використовувала на початку свого існування поштових голубів.

Нині АФР пропонує свої послуги на міжнародному ринку інформації, випускаючи широкий спектр новин шістьма мовами світу. Закордонні служби АФР набули розповсюдження лише останнім часом, в той час як більша частина прибутків агентство отримує всередині країни.

Ще 1947 року з'явилася німецька служба АФР, яка протягом сорока років вела своє мовлення з Парижа. Лише в 1987 році було відкрите власне представництво в Бонні, яке згодом переїхало до Берліна. Крім того, АФР утримує корпункти в столицях федеральних земель Німеччини.

Дойчер Депешен Дінст (ddp) був заснований німецькими журналістами у 1971 році після того, як агентство UPI зазнало невдачі. Протягом багатьох років йому з великими труднощами вдавалося триматися на ринку. Ситуація дещо поліпшилася в 1993 році завдяки об'єднанню з державною інформаційною агенцією ADN колишньої НДР. Проте новостворене агентство ddp/ADN і надалі потерпало через недостатню інфраструктуру, компетентність співробітників та технічне забезпечення, насамперед на заході Німеччини. Крім того, воно не мало змоги надавати фотографії та графіку. Та й кількість абонентів — близько 15 відсотків щоденних газет — залишалася на старому рівні, аж поки у 1999 році це агентство не придбала ПроЗібен Дігітал Медіа ГмбХ (ProSieben Digital Media GmbH), що належить до мюнхенської Групи Кірха. Надалі агентство виступало під назвою ddp.

Було здійснено інвестиції в кадри та технічне забезпечення, відкриті 18 нових корпунктів з метою позиціювання на ринку мультимедій. При цьому наголос було зроблено на новинах з нових федеральних земель та Берліна, а блок міжнародної інформації скорочено. Крім центральної редакції в Мюнхені та столичного представництва в Берліні, були відкриті 30 регіональних редакцій. Вони пропонують базові інформаційні послуги, земельні новини, а також фотографії, тематичні добірки та спеціальні випуски «Lifestyle», «Entertainment» і «Phone/Computer/Web».

Нова орієнтація інформаційного агентства ddp у рамках загальної стратегії медіа концерну свідчить про появу тенденцій, які стосуються всіх агентств:

- Постачальники новин, які свого часу орієнтувалися на друковану продукцію, перепрофілюються на мультимедійні агентства. Економічну політику визначають новинні блоки на радіо та телебаченні, надання фотографій, банки інформацій зі службою відбору, а також дедалі активніша участь в інтернет-комунікації.
- Інформаційні агентства чимдалі більше комерціалізуються, що призводить до руйнування класичної інформаційної журналістики. За

прикладом Рейтер агентства змушені використовувати свої ресурси та шляхи комунікації для виконання інших завдань, що приносять прибуток, серед іншого — у галузі економічної та розважальної інформації.

- Тенденції до розважальної інформації, які наявні повсюди, впливають і на політику інформаційних агенцій. Зокрема, Ассошиейтед Пресс вважається агентством, що спеціалізується на поширенні «м'яких» новин (soft news). До «м'яких новин» (див. розділ 6.2) та до «строкатості» матеріалу тяжіє також дра, у структурі якого під час проведення реформи в 1998 році був утворений підрозділ «Різне/Сучасне життя».

Інформаційні агентства змушені зважати на бажання своїх абонентів серед друкованих та електронних медіа, а також реагувати на тенденції розвитку інтернет-журналістики. Але одночасно з цим вони змінюють характер інформаційної журналістики і ті правила, які себе погано зарекомендували і вважаються щонайменше придатними для використання.

2. СТРУКТУРИ НОВИН

2.1. Шаблони подачі новин

Загальну стратегію, на яку орієнтуються журналісти у своїх спостереженнях за подіями та їх інтерпретації, ми називаємо «шаблонами подачі новин». Від них необхідно відрізнити жанри, які являють собою категоризацію різних варіантів компоновання та подачі матеріалу.

У західній журналістиці головним шаблоном подачі новин стала **інформаційна журналістика**, або «об'єктивна журналістика». Виникнення цього шаблону подачі новин тісно пов'язане з історією масової комунікації, завдяки якій приблизно 120 років тому постала професія редактора у її сучасній формі.

На території Західної Німеччини цей тип «об'єктивної журналістики» був запроваджений після Другої світової війни англо-американськими союзниками. Не випадково, починаючи з 60-х років, цей журналістський шаблон неодноразово ставився під сумнів. Інформаційній журналістиці закидали те, що вона виносить за дужки причини та інтерпретацію подій; описує лише те, що на поверхні (наприклад, кількість бомб, дивізій та загиблих у в'єтнамській війні). Досі критики стверджують, що цей тип журналістики породжує дуже приблизну картину світу.

Усі альтернативні пропозиції панівній на сьогодні новинній журналістиці ґрунтуються саме на тезі, що ця журналістика подає спрощену, поверхову картину дійсності. У цих пропозиціях на перший план виноситься активне журналістське розслідування, дослідження, висвітлення подій або ж наголошується на естетичному компоненті журналістського спостереження та інтерпретації. Альтернативами до інформаційної журналістики виступають прецизійна журналістика (*precision journalism*), інтерпретаційна журналістика (*interpretive journalism*), розслідувальна журналістика (*investigative journalism*) та «нова» журналістика (*new journalism*).

Прецизійна журналістика звертається до північноамериканської традиції поєднання журналістики і соціології. Починаючи з 20-х років

XX століття прихильники цієї традиції наголошували на потребі використовувати в репортажах наукові соціологічні методи. Стверджують, що сучасна «соціологічна журналістика» повинна спиратися на інструменти і критерії валідності емпіричної соціології. Розвиток методів опитування громадської думки та використання комп'ютерної техніки дозволяють сьогодні об'єктивно оцінювати факти і навіть реєструвати соціальні зміни. Таким чином, як вважають, можна скоротити шлях між фактом та його інтерпретацією. Останнім часом технологічне обґрунтування такого типу журналістики, в тому числі й завдяки можливості використовувати для журналістського пошуку банки даних, стало ще більш профільованим.

Інтерпретаційна журналістика не є революційною альтернативою інформаційній журналістиці і являє собою швидше заклик до старих добрих репортерських чеснот. Суть її полягає в застереженні від наївної «об'єктивної подачі матеріалу»: факти завжди повинні подаватися в їхньому причинно-наслідковому взаємозв'язку і супроводжуватися аналізом. Але при цьому виникає питання: звідки ж візьме журналіст критерії для оцінювання фактів та інтерпретації матеріалу, якщо він не має наміру займатися суб'єктивною журналістикою?

Із часів Уотергейтського скандалу **розслідувальна журналістика** справила значний вплив на поведінку та професійне самовизначення журналістів не тільки в Сполучених Штатах Америки. Видається, що колишній імідж репортера як детектива, що нещадно викриває корупцію в державі та суспільстві і в такий спосіб стає совістю суспільства, знову набуває особливої привабливості.

На початку XX століття американський президент Теодор Рузвельт зневажливо назвав цей тип журналістики «muck-raking» (дослівно — порпання в лайні). Наприкінці 60-х років минулого століття війна у В'єтнамі та пов'язані з нею юридично-публіцистичні перипетії навколо публікацій документів Пентагону в «Нью-Йорк Таймс» та «Вашингтон Пост» спричинилися до ренесансу **інвестигативної журналістики**. Пізніше подібні публікації здобули навіть Пулітцерівську премію — найвищу журналістську нагороду в США.

Центральним елементом цього типу журналістики є наполегливий репортерський пошук з метою донесення до громадськості інформації, яку намагаються приховати від неї певні особи чи організації. У більшості випадків мова йде про «викривальну» журналістику. Як і у випадку з Уотергейтом, перша інформація зазвичай витікає з самого «апарату» — від утаємничених осіб, які надають її за гроші або, що трапляється рідше, заради власного морального виправдання. Отже, є

різниця між інвестигативною та викривальною журналістикою. Проте на практиці обидва означення вживаються як синоніми.

Відколи постала сучасна журналістика не припиняються пошуки альтернативної моделі, яка б змогла розширити перспективу спостереження за подіями і протиставити «бетонному» стилю «об'єктивної журналістики» щось на кшталт професійного суб'єктивізму. Для позначення цієї моделі часто вживається вираз «нова журналістика». Наприкінці ХІХ століття, коли в багатьох газетах Великобританії та США відбулася зміна стилю та зображувальних форм, мова також ішла про «new journalism».

Починаючи з 70-х років ХХ століття під «ною журналістикою» розуміють дуже індивідуальний стиль подачі матеріалу, який лежить на межі власне журналістики і літератури. Якщо інвестигативна журналістика є одним з різновидів журналістського пошуку, то нова журналістика має на увазі передусім інший стиль подачі матеріалу. Її найбільш виразними ознаками є використання літературних стилістичних засобів, індивідуальність подачі матеріалу, посилання на власний досвід автора. Легендарним стало есе Тома Вольфельса про «нову журналістику», цей маніфест, який став одночасним проголошенням війни і роману — головному літературному жанрові, і домінуючій журналістиці, що намагається обслуговувати потреби публіки.

У Німеччині суміш журналістики та літератури знайшла жвавий відгук в першу чергу серед представників так званої «журналістики в дусі часу», або «авторської журналістики», яка з'явилася в середині 80-х років і найбільше проявилася в таких виданнях як «Темпо» та «Вінер». Згодом спроба доповнити новим «естетичним виміром» часто-густо вбогу інформаційну журналістику виявилася у журналах, що їх видавали щоденні газети та тижневики. При цьому вдавалися як до «репортажів з перших рук», коли журналіст виступав у ролі учасника подій, так і до зображувальних форм на межі між фактом і фікцією.

Наскільки великою є небезпека порушення існуючих меж «м'якою» та новою журналістикою, показує приклад, коли численні, і нібито, найбільш оригінальні інтерв'ю з голлівудськими зірками, що їх опублікував, зокрема, журнал газети «Зюддойче Цайтунг», виявилися фальсифікацією (див. розділ 8.2.1). Стало зрозумілим, що новостворена «погранична журналістика» насправді не знаходиться на межі двох жанрів, а перебуває поза межами журналістики. Коли журналіст не обтяжує свою інформацію фактами, він виступає в іншій ваговій категорії — легкій. І якщо він про це не говорить прямо, він обманює публіку.

Нова журналістика, інтерпретаційна журналістика, викривальна, або ж інвестиґативна журналістика, прецизійна журналістика — ці моделі подачі інформації не становлять альтернативи інформаційній журналістиці навіть у США; у крайньому разі вони її доповнюють. Те ж саме стосується і таких новомодних підвидів як «журналістика впливу» (*impact journalism*) та «журналістика рішень» (*solutions journalism*). У першому випадку йдеться про намагання справити сильне враження на читачів. Це явище виникло наприкінці 80-х років передусім у журналах і стало реакцією на жорстку конкуренцію на ринку медіа. При цьому говорять про нові виміри журналістики, а мають на увазі насамперед маркетинг — ефектно продати «історію» читачеві, оформивши її привабливими фотографіями, і справити тим самим на нього належне враження.

«Журналістика рішень» передбачає, що медіа та журналісти не повинні обмежуватися лише зображенням соціальних проблем, а й самі мають право і обов'язані шукати рішення цих проблем. Усе це зводиться до позитивної журналістики, «журналістики надії», яку проголосив засновник «USA Today» Ел Нойгарт. У Німеччині до цього типу журналістики вдається, зокрема, журнал «Фокус».

Усі ці нові пропозиції та ідеї до сьогодні змогли стати лише доповненням до «об'єктивної журналістики». Вони розширюють спектр журналістських можливостей у зображенні дійсності. Але, як раніше, так і надалі інформаційна журналістика зі своїми правилами та стандартами залишається визначальною для роботи медіа. Це стосується як гетерогенної аудиторії міжнародних інформаційних систем, так і більшості національних медіа систем. Те саме можна сказати і про позиції журналістів, хоча традиційні схеми сприйняття та інтерпретації подій ставляться критиками під сумнів уже протягом багатьох років.

2.2. Стратегії тематизації

Тематизацією можна назвати процес, завдяки якому події перетворюються на новини. Він ґрунтується на певному розумінні того, як в інформаційному суспільстві відбувається боротьба за такий дефіцитний товар, як увага публіки. Отже, журналісти розмірковують над тим, якими засобами вони, конкуруючи з іншими повідомленнями, зможуть привернути увагу саме до своєї інформації, і вже на основі власних принципів розробляють стратегії тематизації.

Ці стратегії визначаються не тільки змістовними аспектами, а й тематикою і самим медіа, який представляє чи публікує ту чи іншу тему. Спосіб тематизації може залежати, наприклад, від часових рамок, відведених для повідомлення. Щотижнева інформаційна програма на телебаченні може присвятити окремим темам в середньому сім-вісім хвилин і висвітлювати їх інакше, ніж у щоденних інформаційних випусках, де на кожне повідомлення припадає щонайбільше хвилина ефірного часу.

Залежно від спеціалізації, медіа неоднаково висвітлюють ту чи ту тему. Спосіб подачі повідомлень у бульварній газеті суттєво відрізнятиметься від того, як висвітлює події поважна загальнонаціональна газета, а та, своєю чергою, відрізнятиметься від невеликої місцевої газети. Ось чому журналісти повідомлятимуть про події зовсім по-різному.

Розгляньмо стратегії тематизації детальніше на одному конкретному прикладі, де йдеться про трагічний випадок із повітряною кулею. Головна інформація в цьому повідомленні зосереджена в перших шести реченнях (приклад А), причому їх послідовність визначають певні правила (див. розділ 3).

[А] ІББЕНБЮРЕН (дра). Чотири особи загинуло в середу увечері в Мюнстерланді, коли повітряна куля зіткнулася з лінією електропередач. Як повідомив у четвер представник прокуратури, екіпаж повітряної кулі загинув на місці. За його словами, після зіткнення з кулі з дротами під напругою 110 тисяч вольт кошик із пасажирами «згорів повністю». Сама оболонка кулі також зайнялася і через декілька сот метрів впала на землю.

Свідки бачили, як смертельно поранені пасажири падали з кошика на землю. До самої ночі на місці події поліція, пожежники та аварійна служба вели пошуки інших можливих жертв аварії. [...]

Якщо стаття мусить бути більш детальною, можна скомбінувати повідомлення різних інформаційних агентств або провести власне детальне розслідування цієї аварії. Так, після того, як були опитані представники прокуратури, рятувальники на місці події та експерти компетентної служби, у місцевій газеті з'явилася розлога стаття на цю тему (приклад Б).

[Б] ІББЕНБЮРЕН. Відчуття трагедії зберігалось і вчора: чотири особи загинули внаслідок падіння повітряної кулі в районі Плюссельбюрен, що в місті Іббенбюрен. Старший прокурор Вольфганг Швейер та представник поліції Штайнфуртського району Удо Потгоф повідомили про можливі причини аварії.

У четвер близько восьмої години вечора з розташованого неподалік стартового майданчика, що в Іббенбюрен-Уффельн, у повітря здійнялися три повітряні кулі. У той час, як дві з них упевнено набирають висоту, третя куля о 20 год. 05 хв. налітає на кабель заземлення лінії електропередач під напругою 110 тис. вольт. Досвідчений пілот Тео Гуннекуль з Меттінгена, який уже понад 30 років літає на повітряних кулях, збільшує полум'я газового пальника, щоб терміново набрати висоту. Куля піднімається ще на десять метрів. «Йому не вдалося піднятися вище. Кошик застряг у дротах», — сказав один з очевидців трагедії. Куля знову пішла донизу і натрапила на силовий кабель, унаслідок чого сталося коротке замикання. За словами Шеера, від удару струмом пасажир загинув на місці. [...]

Один з очевидців з самого початку був свідком аварії і відразу ж викликав поліцію. Поліція та всі наявні служби порятунку з пожежниками включно прибули на місце події через кілька хвилин. Їм відкрилася жахлива картина. «Нам зразу стало зрозуміло, що ми вже нічим не можемо допомогти», — сказав начальник міської пожежної охорони Гайнер Лепмайер. [...]

Лише вчора зранку остаточно з'ясувалося, що аварія коштувала життя чотирьом особам. Крім самого 61-річного пілота, на борту повітряної кулі було подружжя з Реке-Штайнбека (відповідно 60 і 55 років), а також 50-річний чоловік з Іббенбюрен-Лагенбек. Троє пасажирів отримали політ на кулі як подарунок. (WN)

Бульварні газети, що продаються в кіосках, спробували б зацікавити читача додатковою персоналізацією матеріалу. Один із можливих варіантів цього — є подача події з перспективи жертв, а вступ міг би бути таким: «Власне, Вернер К., сідаючи в кошик, хотів здійснити свою давнішню мрію, але політ на повітряній кулі перетворився для нього на кошмар».

Для газет, що виходять неподалік від місця пригоди, особливе значення має точне документування ходу розслідування інциденту (див. розділ 1.4.2). При цьому щоразу газета повідомляє про нові подробиці (приклад В).

[В] ІББЕНБЮРЕ. Причину падіння повітряної кулі в районі міста Іббенбюрен, мабуть ніколи не вдасться з'ясувати повністю. Старший прокурор Вольфганг Швейер вчора підтвердив, що під час аварії загинуло четверо осіб — одна жінка та троє чоловіків. Причиною падіння стала, напевне, занадто мала висота польоту.

У вівторок, невдовзі після зльоту, повітряна куля наштовхнулася на лінію електропередач під напругою 110 тисяч вольт, що викликало коротке замикання. «Це і стало причиною загибелі пасажирів», — наголосив Вольфганг Швеер. Кошик повітряної кулі загорівся, нахилилася, і з нього почали випадати обгорілі тіла жертв. Незрозуміло, чому куля летіла на такій низькій висоті. Адже пілот вважався дуже досвідченим фахівцем.

Представник Федеральної служби розслідування аварій на повітряному транспорті також не зміг пояснити причини падіння кулі. За його словами, повітряна куля була в бездоганному технічному стані. Пілоти регулярно проходять медичне обстеження.

За падінням кулі спостерігали очевидці, які зразу ж і викликали поліцію та пожежників. Рятувальники прибули за кілька хвилин, вже нічим не могли допомогти жертвам. (WN)

Стратегія тематизації передбачає також узагальнення, яке ґрунтується на висновках експертів. У випадку з падінням повітряної кулі це можуть бути інтерв'ю зі спеціалістами з аварій на повітряному транспорті (приклад Г). Регіональна або місцева газета, що виходить далеко від місця події, може використати засіб інтерв'ю для «локалізації» події. Можна, наприклад, розпитати місцевого інструктора польотів про ризики повітроплавання на кулях.

[Г] Брауншвейг/МЮНСТЕР (dpa). За свідченнями експертів, зіткнення повітряних куль з лініями електропередач, як це сталось увечері минулої середи в Мюнстерланді, в здебільшого відбувається через неуважність пілотів.

«Як правило, таким зіткненням можна легко запобігти», — сказав у четвер представник Федеральної служби розслідувань аварій на повітряному транспорті Франк Шталькопф. У нещодавній аварії в Північному Рейні-Вестфалії загинуло четверо осіб. Їхня повітряна куля зіткнулася з лінією електропередач і загорілася.

За словами експерта, наразі в Німеччині зареєстровано 1300 повітряних куль. З них у минулому році в аварійній ситуації потрапили 22 кулі.

«Лише у двох випадках мова йшла про контакт з електромережами, і в жодному з них це не призвело до таких трагічних наслідків», — повідомив Франк Шталькопф.

Експерт припустив, що аварія в Мюнстерланді могла статися через несправність обладнання повітряної кулі. А можливо, пілот просто не

помітив лінії електропередач. У всякому разі висота польоту повітряної кулі має бути не меншою за 150 метрів над поверхнею землі. Повітряна куля, що зазнала аварії, в момент падіння знаходилася на висоті приблизно 80 метрів. На думку Ф. Шталькопфа, навряд чи це можна пояснити недостатньою кваліфікацією пілота. Адже програма навчання пілотів розрахована на 20 годин і має в Німеччині дуже високий рівень.

Для подання ширшої перспективи події можна вдаватися до ретроспективного огляду попередніх аварій з повітряними кулями, наприклад, у формі їх хронологічного переліку. Такий перелік може стати також частиною статті оглядача газети. Подібні ретроспективні огляди часто використовуються як доповнення до основного матеріалу.

Проте інколи якась актуальна подія використовується як привід для того, щоб висвітлити іншу, споріднену з нею, але більш загальну тему. Так, інформаційне агентство дра у зв'язку з падінням повітряної кулі подало історичний матеріал на тему здійснення мрії людини про політ (приклад Д).

[Д] ГАМБУРГ (дра). Першими літальними апаратами, які допомогли здійснити мрію людини про політ, стали повітряні кулі. У листопаді 1783 року в Парижі двоє французів-аристократів — Ж. Ф. П'ятер де Розьє та маркіз Арландський піднялися у повітря на повітряній кулі та після короткого польоту щасливоприземлилися. П'ятого червня того ж року брати Монгольф'єр із французького містечка Анноне запустили в небо першу кулю на гарячому повітрі, ще безпілотну, яка здійнялася на триста метрів. Двісті років потому повітряна куля «Брайтлінг Орбітер III», перебуваючи на висоті приблизно 10 тис. метрів, за три тижні облетіла Землю, не здійснивши жодної посадки. Незважаючи на всі успіхи, з повітряними кулями час від часу траплялися трагічні інциденти.

І сучасні кулі, на яких встановлюються рекорди, і їхні менші родичі, використовувані для прогулянок та реклами, діють за тим самим принципом, що його використали брати Монгольф'єр у своєму безпілотному апараті. Оболонку кулі наповнюють газом, легшим за повітря (гелієм, воднем), або просто гарячим повітрям, що робить кулю легшою, ніж повітря, яке вона витісняє. У результаті куля здіймається вгору. На відміну від літаків, двигуном виступає лише вітер. «Водій» може лише частково керувати повітряним апаратом, скидаючи з нього баласт або випускаючи з кулі частину газу через отвір, який знаходиться у верхній частині купола.

Отже, медіа, маючи у своєму розпорядженні описані вище та інші засоби для тематизації подій діють у межах шаблонів подачі інформації як універсального орієнтиру в діяльності журналістів (див. розділ 2.1). А різні жанри (форми зображення) виступають варіантами реалізації журналістського матеріалу в конкретні повідомлення.

2.3. Жанри

Новиною» називають не тільки «публіцистичну сировину» (повідомлення, які становлять інтерес для громадськості, див. розділ 1.2), але й певний тип журналістських зображувальних форм. При цьому намагаються *передавати* інформацію у якомога більш *стислій* та *незаангажованій* формі.

Серед форм подачі новин розрізняють повідомлення та короткі звіти (див. розділ 2.3.1); у другому випадку серед форм подачі власної думки (див. розділ 2.3.2) розрізняють (іронічну) замітку та коментар. Третю групу ми позначаємо як форми подачі розважальної інформації (див. розділ 2.3.3), головне місце серед яких посідає нарис (див. також розділи 6, 7).

Якщо абстрагуватися від класичної класифікації, додатковим типом зображувальних форм у журналістиці можна визначити *інтерв'ю*, якщо воно подається у формалізованому вигляді питань та відповідей (див. розділ 2.4). І, зрештою, дедалі більшого значення набувають гібридні форми, не в останню чергу завдяки появі інтернет-журналістики (див. розділ 2.5). Найперше, йдеться про змішування елементів коментарю та нарису, що не дозволяє віднести «продукт» до жодної класичної зображувальної форми. Для ілюстрації найважливіших зображувальних форм знову звернімося до різних варіацій того самого конкретного прикладу.

2.3.1. Новинні жанри

Новина» є загальним поняттям для позначення стислої і якомога більш незаангажованої інформації. Звичайно у журналістській практиці для позначення форм подачі новин говорять не про новини загалом, а конкретно про «повідомлення» та «звіт», що відрізняються за формою.

У щоденних газетах *повідомлення* являють собою короткі новини обсягом не більше 20—30 друкованих рядків. Виходячи з друкарської

специфіки (верстки), їх ще називають колонками. Вони містять лише короткий виклад найнеобхіднішої інформації (приклад А).

[А] ГАМБУРГ/САН-ФРАНЦИСКО (дра). Новий агресивний комп'ютерний вірус «ню лав» завдав, очевидно, набагато меншої шкоди, ніж його небезпечний попередній «лавтлеттер». У ці вихідні експерти з програмного забезпечення дійшли висновку, що швидкість розповсюдження цього підступного різновиду вірусу досить мала. Як повідомив розробник антивірусних програм Симантекс (США), до нього надійшли лише поодинокі сигнали про заподіяну вірусом шкоду. Отже, «ню лав» уразив менше ніж десятку частину клієнтів цієї компанії. Фінансова агенція «Блумберг» повідомила про «тисячі заражених комп'ютерів».

У Німеччині вірус, як видається, не виявив активності. Федеральне відомство з безпеки інформаційних систем розповсюдило на своєму сайті інформацію, що повідомлення про вірусні атаки надійшли лише з-за кордону. На думку експертів, на цей раз користувачі інтернету краще підготувалися до появи вірусу.

У газетах кінця XVIII — початку XIX століть повідомлення становили головну форму подачі інформації. Завдяки цьому на обмеженій площі — обсяг газет складав тоді чотири сторінки, а виходили вони лише двічі на тиждень — була можливість розмістити інформацію на універсальну тематику і розповісти про багато подій. Лише пізніше — з появою читачьких відгуків, а потім зі скасуванням цензури у другій половині XIX століття — газети стали форумом висловлення громадської думки, що потребувало розробки більш різноманітних форм.

У статтях події подаються в певному контексті. Отже на практиці межа між повідомленням і статтею є рухомою, а розрізняють ці дві форми залежно від обсягу надрукованого матеріалу. Побудова матеріалу в обох формах подачі інформації однакова. Статті займають в газеті дещо більше місця — дві-три колонки.

Ознаками статті є використання мовних засобів розповіді та залучення більшої порівняно з повідомленням кількості деталей. Автори статей часто звертаються до різноманітних джерел, що дає змогу різну інформацію звести до однієї теми (приклад Б).

[Б] БЕРЛІН. Комп'ютерний вірус «I love you», що в четвер лавиноподібно розповсюдився по всьому світу, заподіяв, здається, набагато більшої шкоди, ніж припускали раніше. Федеральним органам управління підступні «любовні послання» теж завдають чималого кло-

поту, хоча в п'ятницю вони намагалися дещо заспокоїти ажіотаж навколо вірусу.

У Берліні представник міністерства внутрішніх справ сказав, що до понеділка багато міністерств муситимуть обходитися без електронної пошти, а мільйони файлів доведеться чистити. За його словами, навіть міністерство внутрішніх справ зазнало вірусної атаки, а сервер електронної пошти відключили. З іншого боку, Федеральне кримінальне відомство та Відомство захисту Конституції вірусна атака обійшла стороною. Про якусь драматичну ситуацію не може бути мови. [...]

[...] на наступному тижні експертна комісія повинна перевірити, чи можна створити якусь захисну мережу та як це зробити. З п'ятниці на веб-сторінці Федерального відомства безпеки інформаційних систем (www.bsi.de) розміщена інформація про спосіб дії вірусу та інструкції щодо його знешкодження. [...]

За оцінками фахівців, до п'ятниці вірусом було уражено щонайменше три мільйони комп'ютерів у всьому світі, а в Німеччині — близько 250 тис.

Вірус проник практично на кожне велике підприємство. Відбій тривоги надійшов із бірж, які, здається, змогли уникнути збитків. Поки не ясно, які будуть конкретні збитки від цього «любовного послання». Уперше йдеться не тільки про вірус, який розповсюджується через електронні листи, причому саморозсилається в програмі Microsoft Outlook, від чого сервери перевантажуються і блокуються. У мережі цей вірус здатний проникати в локальні комп'ютери і стирати в них дані.

Версії Outlook належать до найбільш розповсюджених програм електронної пошти. Саме тому вже триває час вірусні атаки використовують програмне забезпечення Microsoft. Представник Microsoft відкинув критику програмного забезпечення своєї компанії. За його словами, компанія «намагається задовольнити вимоги своїх клієнтів, знаходячи розумний компроміс між функціональністю та безпекою. Компанія пропонує безплатну актуалізацію програми Outlook, завдяки чому можна уникнути відкриття небезпечних файлів безпосередньо з електронних листів». (FAZ)

2.3.2. Форми подачі власної думки

За допомогою форм зображення власної думки новини доповнюють-ся, тлумачаться, подаються в певному контексті, висвітлюються та оцінюються. З точки зору змісту та стилістики вони є більш суб'єктивними, особистісними, ніж форми зображення новин.

За допомогою глоси (примітка, іронічний коментар), яка спочатку являла собою стисле критичне «зауваження на полях», явища сучасності або якісь актуальні події подають у лаконічній іронічній формі, критично оцінюють або прямо засуджують. Місцевий дотеп являє собою невеличку бесіду розважального або повчального характеру на теми, що турбують місцевих мешканців.

У глосі також може міститися певне повідомлення, причому тема зовсім не повинна бути завжди якоюсь легкою чи веселою. Манера викладу, як ми зараз побачимо, більш вільна та оцінна, ніж у формах подачі новин (приклад В).

[В] Увага, користувачі глос! Ви отримали нову глосу. Хочете відразу ж її прочитати?

Тоді натисніть на «так». Адже ця глоса любить вас. Вона має назву «Я тебе люблю». Назву ви знайдете в секторі «Нові повідомлення» вашого сервера «Outlook», вона позначена синім кольором. Тепер, будь ласка, натисніть двічі, і ви будете вражені. Адже ви тільки те й робите, що «клікаєте». (Увага, користувачі глос, ви знову отримали нову глосу. Хочете її зразу ж прочитати?)

Тоді натисніть на «так». Адже ця глоса також вас любить. Вона теж називається «Я люблю тебе». Заголовок знайдете в секторі «Нові повідомлення...» Адже всі хочуть, щоб їх не тільки любили, що є цілком зрозумілою людською слабкістю. [...]

Але «любов» (по-англійськи «love») є насправді абсолютно смертельним вірусом, який створив маленький одинадцятирічний філіппінський мерзотник, схиблений на комп'ютерах. Він не хотів ходити в школу і тому за допомогою електронного повідомлення, зараженого «любовним» вірусом, паралізував цілий світ (див. інші розділи газети). І всі потрапили на цей гачок, бо ж усі думають, що їх люблять. Це й дозволило вірусу швидко розмножитися і паралізувати всі системи. [...]

Таким чином, світ ще раз продемонстрував, що його ніщо не зможе обманути і знищити, ніщо, крім кохання. Про це вже якось сказав найбільший знавець, а отже, і найбільший скептик кохання Шекспір у своїй найсильнішій любовній комедії-катастрофі «Міра за міру»: «Хотів би бути нареченим смерті я».

Увага, користувачі глос! Вас ніхто не любить! Не відкривайте цю глосу, перемістіть її у розділ «Стерті глоси», і там ще раз зітріть її, бо інакше ваш комп'ютер «полетить».

З любов'ю, щиро ваш G.St.@faz.de. (FAZ)

Отаким чином, глоса передбачає досить вільний стиль подання новини. Крім того, особливість викладу полягає в тому, щоб підвести читача до «родзинки», на яку він натрапляє в кінці глоси (приклад Г).

[Г] Коли науковці професійно досліджують сексуальну поведінку, то недалеко й до сюрпризів. Цього разу вони відразу повідомили про дві новини. Перша надійшла з Чикаго: той, хто багато вчився, обмежується меншою кількістю сексу, ніж інші. До цього демотивуючого висновку прийшли сексологи, опитавши більш ніж 10 тис. дорослих. Виявилось, що чоловіки і жінки із закінченою вищою освітою займаються сексом в середньому 52 рази на рік, а американці, які вчилися не так довго, 59—61 разів.

Наступна новина надійшла з Південного Уельсу: сексуально активні чоловіки живуть довше. Протягом десяти років велися спостереження за долею 918 осіб. Четверта частина з них стверджувала, що займається сексом мінімум двічі на тиждень. Стільки ж заявило, що вони проявляють сексуальну активність не більше одного разу на місяць. Проте сексуальна стриманість, здається, не надто корисна для здоров'я — за період спостереження серед сексуально спокійніших осіб померло вдвічі більше людей, ніж серед сексуально активних.

Дослідники навіть роблять висновок про те, що треба публічно рекламувати секс як засіб для зміцнення здоров'я.

Отже, люди з вищою освітою менше займаються сексом і тому рідше вмирають? Ні, навпаки! Якщо подивитися на статистику, то професори, адвокати та лікарі в середньому живуть довше, ніж люди без вищої освіти.

Новітні дослідження доводять насамперед стару істину: не довіряй нікому, хто віщує зі своєї дзвіниці (а в даному разі — ліжка). (DZ)

Найвідомішим прикладом щоденної глоси, яка з'являється в газеті завжди у тому самому місці, є рубрика «Прожектор» газети «Зюддойче цайтунг». У ній, як правило, в оригінальній формі, автор пропонує погляд на явища сучасного життя. Приводом для написання глоси є певна актуальна інформація, до якої автор підводить неквапом, обхідними шляхами (приклад Д).

[Д] Уявімо собі, що знайомляться чоловік і жінка. Вона думає: «Як він хвилює, як гарно він посміхається, який він багатообіцяючий. Може, вже завтра він у своїй хатинці десь у горах подасть мені гарячий шоколад прямо в ліжко. Не те що мій придуркуватий переля-

каний коханець, який тільки й говорить про страховку та подушки безпеки в машині». Він думає: «Яка витончена, інтелігентна блондинка з фігурою Летіції Каста, які в неї чарівні очі, посмішка. Я відразу впав у її обійми десь на пляжі Морро в Сан-Пауло! А як вона відкидає голову назад! Вона, мабуть, дика і пристрасна. Цікаво, як вона п'є мартіні — збовтаним чи перемішаним?»

І тут виникає основне питання, від відповіді на яке залежить, чи зазнають стосунки краху, чи ж вони розквітнуть яскравим квітом: «Ти як любиш, збовтувати чи перемішувати?» Люди типу Джеймса Бонда завжди відповідають «збовтувати». А ще є люди, для яких це питання видається позбавленим сенсу, бо вони, по-перше, вважають Джеймса Бонда пришепелкуватим, а по-друге, принципово не вживають мартіні. Ну гаразд. Але навіть вони не зможуть оминати питання «збовтувати чи перемішувати», тому що все в житті можна розглядати з точки зору «збовтане» чи «перемішане». Танці, наприклад. Вальс — це перемішування, а техно або рок-н-рол — збовтування. Гонщики ведуть збовтане життя, а філософи, занурюючись у прірви людської думки, — перемішане. Навіть розважливий студент філософського факультету, перемішуючи у склянці трав'яний чай ложечкою для меду, однозначно демонструє свою перемішувальну життєву позицію. Це принципове питання про мартіні є питанням про *vita contemplativa* чи *vita activa** — я перебовтаний чи перемішаний, стриманий чи агресивний, я заощаджую на будинок чи веду богемне життя?

Часто закликають вести перемішане життя; мовляв, дике, збовтане існування — це для агентів, це занадто небезпечно, до того ж це поверхово та шкідливо для здоров'я. Саме тому ми повинні подякувати професору Джону Тревісіку, який в останньому числі журналу «*British Medical Journal*» презентував надзвичайно серйозне дослідження, згідно з яким збовтаний мартіні набагато корисніший від перемішаного, бо він набагато краще допомагає виводити з організму шкідливий перекис водню, що в ньому міститься. Це знамення! Для нашого перемішаного та задушеного буденністю життя це може означати лише одне: будьте несамовитішими, їдьте швидше, носіть смокінг і відкрийте своє серце, заведіть собі «чорну касу» і покладіть пляшку «Боллінгер» під ліжку, будьте невгамовними, беріть від життя все.

На сьогодні ми прощаємося з вами і шлемо з Мюнхена найкращі побажання, а також науково обгрунтовану пораду — живіть збовтаним життям! (SZ)

* споглядальне чи активне життя (лат.)

У коментарях міститься безпосередня думка автора. За допомогою цього засобу автор витлумачує та оцінює новину, при чому своїми аргументами він намагається вступити в діалог з читачами (приклад Е). Важливо подавати чистий коментар, не збиваючись на хисткий компроміс між інформативними та оціночними елементами.

[Е] О прекрасний новий світ! Варто було одному шибенику, який мешкає, може, десь на Філіппінах або за шкільним обміном потрапив до Австралії, запустити в інтернет вірус під машкарою любовного послання, і ось уже земна куля занурилася в хаос. [...]

Досить моторозна картина для суспільства, яке саме тому і говорить про глобалізацію, що бурхливе розростання інформаційних систем змітає кордони та скорочує відстані. У найкращому разі підтвердиться версія про те, що відправник, мабуть досить молода людина, не усвідомлював руйнівних наслідків свого любовного послання. Але це не дуже втішає. Адже те, що зміг зробити юний аматор, напевне зможе зробити і спеціаліст, який свідомо захоче використати свої знання для атаки на банки даних фірм чи на інформаційні системи загалом.

Почуття тривоги зростає, хоча досі, наскільки відомо, фахівцям удавалося вилловлювати всіх, хто намагався добратися до військових та економічних секретів. Здається, що й автора «I love you» вже оточили. Філіппінська поліція стверджує, що вийшла на слід 22-річного зловмисника; один шведський експерт впевнений у тому, що за цим стоїть 18-річний школяр на ім'я Міхаель. На сьогодні обертаються щонайменше вісім варіантів «I love you». Акції фірм, що розробляють антивірусні програми, стрімко зростають. Невпевненість також. (RP)

У журналістиці західного зразка новина і коментар дуже відрізняється за формою. Це можна проілюструвати класичним висловом П. С. Скотта з газети «Манчестер Гардіан»: «Comment is free, facts are sacred»^{*}.

Проте, як показує історія преси, таке розмежування не сталося само собою. У газетах XVII-XVIII століть коментарі взагалі були відсутні; «партійність» вважалася небажаною. Після скасування цензури в середині XIX століття в німецьких газетах з'явився політичний коментар повчального характеру, що й стало перемогою особистісної журналістики.

У Західній Німеччині розділення новини та коментарю як центрального елемента журналістської концепції англосаксонського взірця відбулося лише після Другої світової війни. Сьогодні коментарі часто ви-

^{*} Коментар є вільним, а факти — священними (англ.)

різняються «виваженістю». Багато журналістів обмежуються тим, що подають різні думки стосовно якоїсь події і утримуються від однозначного вияву власної позиції.

Окремим випадком коментарю є передова стаття. У ній з певного погляду події більш детально тлумачаться, класифікуються та оцінюються. Однак на практиці передова стаття відрізняється лише тим, що її розміщують завжди на певному місці в газеті (у «Франкфуртер Альгемайне», наприклад, на першій сторінці праворуч) і прямо позначають як коментар (приклад Є).

[Є] Не завжди любовні листи містять щось приємне. У деяких роман-тичних посланнях можна натрапити на неприємні несподіванки, які до того ж саркастично супроводжуються словами «я люблю тебе». У часи, що, здається, давно минули, коли доставка любовних листів була справою виключно посильних, їхній зміст був сердечною справою лише самих закоханих (хіба що хтось сторонній виявляв надмірну цікавість). Але те, що цими днями мандрувало електронною мережею від комп'ютера до комп'ютера, вже не має нічого спільного з листом закоханого.

Атака електронного вірусу, який за лічені години вразив мільйони комп'ютерів на Далекому Сході, у Європі та Північній Америці, є зухвалим нападом на нервові артерії нашого взаємопов'язаного світу. Це свідомо організована цифрова епідемія, яка зі швидкістю блискавки перекинулася на інші континенти. [...]

Хоч і здається, що в сучасному комп'ютері все відбувається само собою, проте кожен з нас може посприяти тому, щоб такі віруси не розповсюджувалися, або принаймні не розповсюджувалися так швидко. Треба лише трошки стриманості, щоб не відкривати в комп'ютері кожну звістку, яка потрапила до вашої електронної скриньки. У більшості випадків корисно відправляти послання від невідомих осіб, та ще й з провокуючим заголовком «I love you» до електронного пекла натисканням клавіші «стерти». Навіть якщо це суперечить принципам розхваленої «відкритості». [...]

Той, хто для здійснення платежів користується цифровою технікою або займається електронною комерцією, не може собі дозволити щоб його комп'ютер виходив з ладу навіть на короткий час. Матеріальна шкода, якої завдають комп'ютерні віруси, настільки велика, що суспільство не може миритися з такими атаками. «Винахідників» останнього вірусу треба знайти й покарати згідно з кримінальним кодексом. Потенційні «хакери» мусять знати, що електронні «пустощі» можуть стати кримінальним злочиним. (FAZ)

2.3.3. Форми подачі розважальної інформації

Посилення розважальної функції журналістики знаходить свій вираз у зростанні уваги до «м'яких новин» (див. розділ 6.2). Елементи *human interest* (людської цікавості) дедалі більше стають центральним критерієм новин. Одночасно чимраз частіше використовуються мовні засоби, за допомогою яких наголошують саме розважальні аспекти. Одних медіа ця тенденція торкнулася менше, а інших — набагато більше.

Конкуренція медіа між собою не тільки посилила розважальний характер журналістики — вона спричинила до розвиток зображувальних форм, які дають можливість більш детально висвітлити обставини та контекст подій. За умов інформаційного перенасичення потреба такого аналізу який би виходив за рамки актуальних подій, ставала все очевиднішою.

Коли ми в цьому контексті говоримо про форми подачі розважальної інформації, то цим терміном окреслюємо як тематичну, так і формально-стилістичну відмінність від форм подачі новин. Змістова відмінність полягає у виборі таких тем, які не мають жорсткої прив'язки до актуальних подій, які формально не втискуються в певну жорстку структурну схему і подаються у більш вільному стилі — як правило, в оповідальному.

Усі ці зображувальні форми, які в розважальній манері допомагають доповнювати новин, висвітлювати причини подій та аналізувати їх, а також описувати обставини, ми позначаємо — відповідно до традицій англосаксонської журналістики — як **feature** (**нарис**) (див. розділ 6). До них належать насамперед автентичний опис, який доповнює новину, а також портрет і тематизація, які покликані висвітлювати характерні риси осіб і подій (приклад Ж).

[Ж] Їхні символи похмурі. Їх запозичили зі світу наркотиків, жорстоких комп'ютерних ігор або взяли із суїцид-року гурту «Нірвана». Це — позначки для отрути, черепа та плями крові.

Їхні імена зашифровані, як-от «The Analyzer», «Sir Dystic» чи «Dark Angel». Їхній інструментарій ніби взятий з фантастичних романів.

Вони розповсюджують заразні віруси або черв'яків-монстрів, керують демонами або троянськими конями. На світ вони нападають із засідки, їхні атаки, немов атаки бомбардувальників, і є нищівними для жертв.

Ще донедавна світ комп'ютерних хакерів був у уяві більшості чимось на кшталт ігрового куточка абсурду для аутичних дітей в окулярах

з товстелезними лінзами. Однак, принаймні після вірусної атаки «I love you», фанати клавіатури втратили свою невинність. [...]

На сьогодні від манії величі, від фантазій про світове панування цілої орди хакерів потерпає весь світ. Близько 304 мільйонів людей користуються «всесвітньою павутиною» на роботі, в установах чи вдома, щодня запускаючи в мережу мільярди електронних повідомлень. Концерни обмінюються між собою комерційними таємницями, лікарень реєстратури — інформацією про хвороби своїх пацієнтів, державні органи — конфіденційними законопроектами, громадяни надсилають грошові перекази або найінтимніші любовні послання. Але чим більше інформації можна отримати зі світової мережі, тим більші можливості в нового криміналу, під'єднавшись до мережі, маніпулювати даними або навіть знищити їх. Комп'ютерні злочинці проникають в банк даних клієнтури інтернет-магазинів, захоплюють обчислювальні центри банків, державних установ та навіть урядів. У березні британські детективи заарештували в Уельсі двох підлітків, які під псевдонімом «Curador» скопіювали з комп'ютерів інтернет-магазинів 26 тисяч номерів кредитних карток клієнтів, серед них — номер кредитної картки засновника Microsoft Білла Гейтса.

Експерти з безпеки, зокрема менеджер компанії «Сіменс» Герман Кампфмайер, навіть побоюються, що глобальна електронна мережа може стати незабаром місцем збирища нового покоління терористів, які, на відміну від терористів РАФ*, поставити собі за мету не вбивство окремих представників великого бізнесу, а повне знищення банків даних великих підприємств. Він попереджає: «Поки що в інтернеті роблять свої вправи лише аматори. Але якщо сюди прийдуть справжні професіонали, то нам залишається тільки молитися». [...]

Бісова штучка, створена філіппінським студентом Онелом де Гузманом, яка на початку травня об'явилася в мейл-боксах користувачів інтернету під назвою «I love you», паралізувала в західному світі роботу багатьох концернів, довела до відчаю мільйони людей за комп'ютерами та змусила уряди багатьох країн скликати кризові засідання. Ця «помилково» запущена програма, наче азіатський вірус грипу, з величезною швидкістю захоплювала столицю за столицею. [...]

* Rote Armee Fraktion (RAF) — терористична організація в Західній Німеччині в 70-х роках.

Наприкінці лютого керівник служби безпеки концерну Microsoft Говард Шмідт на слуханні в Конгресі США застеріг від «непотрібного регулювання та впливу на операції в динамічних і дуже продуктивних галузях економіки». [...]

Шарль Джанкарло, віце-президент концерну «Cisco», навіть стверджував: «Економіка показала, що вона в змозі швидко відбивати напади та вживати всіх необхідних заходів, щоб подібні атаки більше не змогли завдати такої шкоди в майбутньому».

Проте не ясно, як довго це вдаватиметься. На думку експертів, той факт, що мафіозні угруповання з Росії та італійські «хрещені батьки» поки що не виявляють активного інтересу до використання інтернету пояснюється тим, що вони не збагнули його гігантських можливостей. Допоки не підросте нове покоління злочинців, у фірм та правоохоронних органів є ще трохи часу.

Але потім, як вважає представник Федерального кримінального відомства, справа може дійти до здійснення «досконалого злочину». Сценарій може бути таким. Злочинець проникає в комп'ютер лікарні і змінює дозування медикаментів для пацієнта, що лежить у реанімації.

На думку деяких експертів, подібні сценарії можуть здійснитися вже сьогодні. На минулому тижні німецькі хакери розповіли, що вже кілька років тому вони начебто підключилися до комп'ютера однієї клініки з наміром погратися з історіями хвороби пацієнтів.

«Уявіть собі обличчя пацієнта, якому наступного дня помилково поставили б діагноз «злаякісна пухлина», — вихвалявся один із хакерів.

Усі ці твердження неможливо достеменно перевірити. Але інженер американської комп'ютерної фірми Network Security Technologies Майк Чізіна, як і багато інших експертів, вважає: «Ера наукової фантастики вже настала». (Sp)

Використання загального терміна «нарис» для позначення різноманітних розважальних форм має, серед іншого, і ту перевагу, що дозволяє закінчити нарешті безплідні спроби розмежувати репортаж та нарис, різницю між якими й без того важко однозначно визначити. У **репортажі** (від латинського *reportare* — передавати) особи та події подаються з більшою кількістю деталей, ніж у звіті, з використанням оповідального стилю (див. розділ 6.3.3). При цьому може використовуватися і розповідь від першої особи. У центрі уваги знаходиться те, що бачить і відчуває спостерігач; читач має співпереживати події з перспективи репортера.

2.4. Інтерв'ю як окремий жанр

За допомогою інтерв'ю фіксуються висловлювання певних осіб щодо тих чи інших тем, а також інформація про самих осіб. Популярність цього жанру зростає, хоча різні медіа використовують інтерв'ю по-різному і з різним ступенем інтенсивності.

Журналістська *презентація* висловлювань про події чи людей може бути опосередкованою або прямою. Про опосередковану презентацію йдеться тоді, коли інтерв'ю використовують як елемент таких зображувальних форм, як звіт-цитата (див. розділ 3.2.4) або нарис (див. розділ 6); про пряму — у разі точного відтворення висловлювань (у газетах або інформаційних агентствах) або (на радіо і телебаченні) — трансляції на-вперемінно запитань та відповідей. Таке чергування нагадує формалізований інструмент опитування, який використовують у соціології. У журналістиці таку комбінацію із запитань і відповідей можна виділити в окрему зображувальну форму, що підлягає певним професійним правилам.

Поштовх для інтерв'ю можуть дати і якісь теми, і певні особи. Часто, особливо на радіо, вдаються до експертного опитування, щоб почути фахову думку з якогось суперечливого питання.

Інтерв'ю є улюбленим і часто вживаним засобом журналістики, особливо в час, коли люди і їхні думки відіграють у медіа головну роль. Але перед публікуванням інтерв'ю належить вирішити цілу низку проблем:

- ознайомитися з темою та визначити стратегію діалогу з особою;
- забезпечити точність цитат та контексту;
- прискіпливо перевірити точність цитат з інших джерел;
- узгодити текст з об'єктом інтерв'ю з метою авторизації.

Спочатку треба зайнятися тематичною підготовкою та запам'ятати особисті дані об'єкта інтерв'ю. Саме це завдання, з огляду на дефіцит часу, становить дедалі більшу проблему, особливо на радіо. Модератори, які не тільки не володіють темою, а навіть не можуть запам'ятати прізвища та посади того, кого інтерв'юють, з самого початку справляють враження некомпетентної людини.

Коли підготовка до інтерв'ю виявилася недостатньою, то й результат буде незадовільним. Адже між інтерв'юером та об'єктом інтерв'ю не виникають потрібні стосунки; важливі запитання або зовсім не задаються, або формулюються неправильно, не ставляться додаткові запитання. На телебаченні можна інколи спостерігати, коли модератор пе-

редачі лише тому не слухає відповіді на поставлене запитання, що вже готується сформулювати наступне. У такий спосіб не можна провести більш-менш цілісний діалог.

Що може трапитися, коли інтерв'юер та об'єкт інтерв'ю не знаходять спільної комунікативної основи, досить реалістично продемонструвала саркастична ситуація, яка склалася свого часу під час спортивної передачі на Другому каналі німецького телебачення (ZDF), коли ведучий Райнер Гюнцлер хотів взяти інтерв'ю в боксера Норберта Группе, якого ще називають «Гомбурзьким принцом». Кілька років по тому боксер, який тоді весь час мовчав, дав інтерв'ю про той випадок (приклад А).

[А] — *Колись ви виступили в «Спортивній студії» ZDF.*

— Я мовчав.

— Чому?

— Найкраще я розказав би про це «Спортивній студії», якби вони мене туди ще раз запросили. Коли тобі репортер ставить зухвалі запитання, які він не повинен ставити, то тебе починає трясти. На безцеремонні запитання я можу відповісти ударом, або... ну що ще? На той момент у студії, під час прямої трансляції, для мене це було питання життя і смерті. Слава Богу, мені тоді спало на думку, що я можу «вбити» журналіста дуже просто. Отже, я просто перекрив йому кисень. На нахабство немає відповіді. Саме тому я просто мовчав. Усе було красиво і зрозуміло.

— *Про те інтерв'ю згадують ще й до сьогодні.*

— Мені розказували, що в школах для журналістів це інтерв'ю і до сих пор використовують як наочний приклад. Придумали навіть новий термін — «мовчазне інтерв'ю». Під час навчання звертаються до так званого «гомбурзького ефекту». Мають на увазі об'єкт інтерв'ю, який абсолютно нічого не говорить, а майбутні журналісти повинні навчитися виходити із такої ситуації. Щоб більше такого не траплялося. [...] (FAZ)

Інтерв'ю з важкими партнерами вимагають від журналіста значної незалежності в поведінці. Тому на курсах підготовки та перепідготовки журналістів організуються спеціальні семінари і тренінги, покликані навчити інтерв'юерів правильно себе поводити. У комунікативній ситуації, коли конфлікт інтересів практично запрограмований, необхідно навчитися давати відсіч людям, які намагаються домінувати. Адже одна сторона (журналіст) намагається вивідати інформацію, яка цікавить громадськість, а інша сторона воліла б говорити лише те, що корисно їй або організації, яку вона представляє.

На радіо інтерв'юери часто намагаються обернути свою слабкість, тобто недостатнє володіння матеріалом та підготовку до інтерв'ю на «силу». Вони з самого початку відмовляються від діалогу і підкидають об'єктові інтерв'ю лише ключові слова, сподіваючись таким чином викликати в нього особливо відверті відповіді. Але цей прийом витягування потрібних слів є власне, перекрученням інтерв'ю як журналістського жанру. Адже він призводить до комунікаційної диспропорції.

Така форма інтерв'ю є не тільки непрофесійною, а й сумнівною погляду професійної етики. Адже особа, яку інтерв'юють, змушена покладатися на форми обробки своїх висловлювань, але не має жодної певності у дотриманні контекстуальної точності.

Точності цитат і контексту в інтерв'ю можна досягти лише шляхом чітких домовленостей, а вони відповідають інтересам обох сторін. Із самого початку необхідно з'ясувати, яким чином будуть використані висловлювання, а що ще важливіше — буде це дослівне інтерв'ю чи ні. У будь-якому разі слід завжди коректно передавати висловлювання (див. розділи 3.2.4, 5.3.5).

Щоб уникнути непорозумінь бажано вже заздалегідь домовитися про авторизацію як інтерв'ю загалом, так і окремих цитат. Тут треба змиритися з одним недоліком — втратою спонтанності та яскравості інтерв'ю, особливо за умови, коли помічники поважних представників політики та економіки намагаються заднім числом зняти гостроту висловлювань. Якщо через це інтерв'ю вийде нудним, то краще його взагалі не публікувати.

Інтерв'ю — це справа довіри. Особа, яку інтерв'юють, має бути певна того, що її висловлюваннями не будуть маніпулювати. При цьому видається, що загальнонаціональні газети телевізійні канали, які найбільше впливають на громадську думку, більше схильні до такого маніпулювання, ніж, наприклад, регіональні газети або інформаційні агентства, які за допомогою інтерв'ю, проводять, як правило, відкрите дослідження тієї чи іншої проблеми. А загальнонаціональні медіа часто шукають лише підтвердження тих думок, які вже склалися в редакції. У такий спосіб на об'єкт інтерв'ю чиниться тиск, щоб той висловлювався в очікуваному напрямі, інакше він ризикує тим, що його не цитуватимуть. Якщо завдання полягає лише в тому, щоб шляхом дослідження, а особливо через інтерв'ю, підтвердити вже готові тези, то це вже не має нічого спільного з журналістикою. Якщо журналістське розслідування передбачає запрограмований результат — то це вже месіанство.

Особливо проблематичним є запозичення цитат з інших джерел, бо тут виникає небезпека тиражування неточностей. У будь-якому разі

цитати, які походять не з власних інтерв'ю, необхідно ретельно перевіряти. Якщо ж це не можливо, то такі цитати «з інших рук» необхідно позначити чітким посиланням на відповідне джерело.

У всіх видах медіа формалізовані інтерв'ю підлягають власній драматургії; причому особливе значення мають — це стосується й інших зображувальних форм — початок і кінець. Важливо розпочати інтерв'ю із «замашного», влучного запитання, а закінчити якимось оригінальним. Не годиться починати із закритих питань, які передбачають відповідь лише «так» або «ні». Набагато краще ставити запитання, що починаються з «як» (приклад Б).

[Б] *«Шпігель екстра»*: Як довго горить мільйон фунтів?

Друммонд: Якщо точно, то 63 хвилини. [...]

«Шпігель екстра»: Важкий оберемок.

Друммонд: [...] Мільйон у купюрах просто так не знищиш, підніси сірника. Це важка робота. Ми разом із моїм партнером Джиммі готувалися до цього майже рік [...]

«Шпігель екстра»: А як ви готувалися до цієї акції?

Друммонд: Спершу нам треба було потурбуватися про гроші. І це було не так і просто. Адже не можна просто так прийти в банк і зняти мільйон фунтів готівкою. На щастя, ми про це знали, адже ми вже якось знімали велику суму. [...]

«Шпігель екстра»: І що ж ви зробили з цією купюю грошей?

Друммонд: Ми прибили їх до дерев'яної дошки. Сто пакунків по 10 тисяч фунтів у кожному, акуратно у формі прямокутника, а потім усе це взяли в рамку.

«Шпігель екстра»: Як витвір мистецтва?

Друммонд: Може, й так. Ми назвали це «Nailed To The Wall»³ і, власне, збиралися це продати за 500 тисяч фунтів або здати банку в тимчасове користування. Потім ми відмовилися від усіх планів і принесли гроші назад до банку, але, на жаль, вони не захотіли їх приймати.

«Шпігель екстра»: І в чому ж була проблема?

Друммонд: У дірках. Через них лічильні машинки не могли порухувати купюри і розгнівані менеджери погрожували подати на нас до суду за вандалізм. В решті-решт ми заплатили 500 фунтів за друкування нових грошей. А діряві купюри вони спалили. Це й наштовхнуло нас на нашу ідею.

³ Прибитий до стінки — англ.

«Шпiгель екстра»: Отже, ви знову зняли з рахунку свій мiльйон.

Друммонд: Саме так.

«Шпiгель екстра»: А чому ви спалили грошi на вiддаленому островi Юра, а не в себе вдома?

Друммонд: Бо ми були впевненi, що лише там нам нiхто не заважатиме. Ми не збиралися влаштовувати виставу для журналiстiв. Ми лише хотiли спокiйно виконати свою роботу.

«Шпiгель екстра»: Отже, ви не хотiли привертати уваги вдома, але ж ви зняли все на плiвку.

Друммонд: Це була частина проекту. Ми вже давно цiкавимосся кiнозйомкою, але на жаль, не маємо до цього хисту. Коли ми ще займалися поп-музикою, то на безнадiйнi кiнопроекти витратили купу грошей. Зате наш товариш Джiмпо — справжнiй майстер. Вiн взяв на себе всю роботу, i саме тому стрiчка «Watch The K Foundation Burn A Million Quid»⁴ вийшла такою вдалою. [...]

«Шпiгель екстра»: А вашим родинам фiльм сподобався?

Друммонд: Спробуйте здогадатися самi...

«Шпiгель екстра»: Ви якось завбачливо пiдготували своїх рiдних, перед тим, як спалити мiльйон? [...] Чи пояснювали ви щось батькам?

Друммонд: Це було дійсно не просто, i я тягнув до останнього. Аж коли про це почала писати преса, я набрався духу i про все розповiв. Мої батьки були шокованi, але все зрозумiли. Мiй батько ранiше був священиком, i вiн менi сказав, що найбiльша сума, яку вiн заробляв на мiсяць, була 240 фунтiв.

«Шпiгель екстра»: Перед цим ви з «Watch The K Foundation Burn A Million Quid» здiйснили кiлькамiсячне турне. [...] I якою ж була реакцiя на ваш фiльм?

Друммонд: Коли фiльм закiнчувався i екран згасав, то спочатку наставала мертва тиша. Хтось зiтхав iз полегшенням, що все скiнчилося, бо їм боляче було дивитися, як горять грошi. А коли тиша затягалася, ми самi починали ставити питання [...]

«Шпiгель екстра»: I що ж це все має означати? [...]

Друммонд: Спалювання грошей в жодному разi не є мистецтвом. В одному монастирi, де ми показували фiльм, я все це пояснював черницi, яка звинуватила мене у тому, що в мене нема моралi, а грошi могли б полегшити страждання нужденних. Згоден, грошi могли б урятувати людськi життя. Але спочатку цi грошi пiшли б до iнших рук. Хто знає, може, на них купили б зброю, яка забрала б життя в багатьох людей. Ми

⁴ Дивiться, як фонд К спалює мiльйон фунтiв (англ.)

просто зробили так, що гроші зникли. Це не має відношення до добра і зла, це просто переривання циклу.

«Шпігель екстра»: А черниця вас зрозуміла?

Друммонд: Ні. Я їй ще раз пояснив, що вона також перервала цикл, коли дала обітницю не народжувати дітей. Вона могла народити серійного вбивцю, так само як і лікаря, який винайшов би ліки проти СНІДу. Вона цього вже ніколи не визнає. [...]

«Шпігель екстра»: А ви не пошкодували, що спалили мільйон?

Друммонд: Ні, жодного разу. Мені не потрібні гроші. Минулої осені ми показували фільм у Сараєві. На ринковій площі. Після фільму глядачі переважно мовчали. Лише один чоловік підійшов до мене і спитав: «Якби у вас не було чого їсти і ви мали лише один долар у кишені, ви б його теж спалили, чи купили б на нього хліба?» Я відповів, що, звичайно ж, купив би хліба. Те що я роблю, мабуть, важко зрозуміти. Але я дійсно не божевільний. (*Sp Extra*)

Одна бульварна газета подала це оригінальне інтерв'ю у формі розповіді-цитати (див. розділ 3.2.4). Тобто інтерв'ю послужило «сировиною» для іншого жанру. Для цього були вибрані ключові фрази як скелет історії про один поп-ансамбль, який спалив мільйон фунтів (приклад В).

[В] ЛОНДОН. Лише невеличка хмарка диму здійнялася над димарем ідилічного сільського будиночка на острові Юра. Але за цією хмаркою були великі гроші.

Папірець за папірцем, пачка за пачкою — вісімнадцять місяців тому Білл Друммонд і Джиммі Коуті відправили у вогонь один мільйон фунтів (2,4 млн. марок). Лише тепер колишні поп-зірки розповіли про свій вчинок: чому вони вирішили спалити гроші і як довго горить така кількість грошових знаків. [...]

«Коли фільм закінчувався і екран згасав, то спочатку наставала мертва тиша. Хтось зітхав із полегшенням, що все скінчилося, бо їм було боляче дивитися, як горять гроші», — розповідав Друммонд в інтерв'ю журналу «Шпігель екстра». «Хтось із публіки аплодував, але часто ми відчували хвилю невимовної ворожості до себе».

Одна черниця закинула йому, що за ці гроші можна було б зробити багато добра. Друммонд погоджується: «Згоден, гроші могли б урятувати людські життя. Але спочатку, ці гроші пішли б до інших рук. Хто знає, може, на них купили б зброю, яка забрала б життя в багатьох людей. Ми просто зробили так, що гроші зникли. Це не має відношення до добра і зла, це просто переривання циклу».

Але це легше сказати, ніж зробити. Друммонд продовжує: «Мільйон у купюрах просто так не знищиш, піднісни сірника. Це важка робота. Ми разом із моїм партнером Джиммі готувалися до цього майже рік». В епоху кредитних карток жоден банк не тримає такі суми в готівці. «Папір був платіжним засобом ХХ століття, і мільйон фунтів символізував для нас найбільшу владу того століття». [...]

Лише згодом, коли газети повідомили про цей незбагнений вчинок, Білл Друммонд набрався духу розповісти про все своїм батькам: «Мій батько раніше був священиком, і він мені сказав, що найбільша сума, яку він заробляв на місяць, була 240 фунтів». (Морро)

2.5. Гібридні форми/жанри

Медіа реальність базується на розповідях, які пропонують варіанти орієнтації у світі. При цьому головна роль належить новинам, які є безперервним ланцюжком інформаційних повідомлень. Своїми засобами і в межах своїх можливостей вони вносять певну узгодженість у хаотичний потік подій. При цьому йдеться про цілком адекватну стратегію спостереження, опису та пояснення процесів у світі, яка за останні 150 років добре себе зарекомендувала.

Проте віднедавна з'являються медіа форми, які являють собою злиття традиційно чітко розмежованих жанрів. Це спричиняє появу нових комбінацій, які не так легко розкласти по добре відомих полицках. Провідним засобом інформації щодо цього виступає телебачення, на якому в останні роки з'явилися інформаційні передачі, які є гібридом інформації та розважального жанру. Цю форму називають «інфотейнмент» (від англійського information + entertainment — інформація + розвага).

З іншого боку, проблемним видається розмивання кордонів між фактами та вигадкою через оптичні гібриди, які, зрештою, є артефактами. Це, серед іншого, використання ігрових сцен та імітації подій без попередження про це глядача. Тут уже йдеться про сумнівне порушення існуючих меж. Схожі обставини має «погранична журналістика», поширена в друкованих ЗМІ. Вона вдається до оманливості дійсної інформаційної ваги журналістського продукту (див. розділ 2.1, 8.2.1)

Новини все більше підпадають під подвійний тиск очікувань. З одного боку, вони мають справляти враження таких, що відбивають «реальність», а з іншого — задовольняти, поряд з потребою в інформації, і

потребу в розважальності. Завдяки новим технологічним та економічним умовам цей тиск очікувань посилюється й далі.

У таких галузях як фейлетон і спорт, та й у місцевих новинах, уже давно було важко розрізнити застосовувані зображувальні форми. Зростання тенденції до використання змішаних форм обумовлюється, не в останню чергу, і конкуренцією між друкованими медіа та більш оперативними радіо і телебаченням.

2.5.1. Змішані форми в залежності від профілю медіа

Різні види та галузі медіа намагаються задовольнити очікування споживачів шляхом використання гібридних жанрів, які, відповідно, різняться між собою. Бульварні газети, наприклад, поєднують в окремих матеріалах коментар, звернення та пропозицію послуг з розважальною персоналізацією.

У наступному «бульварному» прикладі [А] маємо гібрид, створений завдяки доповненню такого новинного фактора, як секс, очевидною пропозицією послуг. При цьому оригінал, узятий з німецької газети «Більд», був персоналізований на швейцарському матеріалі, швидше за все, вигаданому.

[А] ЦЮРИХ. Усі говорять, що в наших горах завжди собачий холод. «Секс на вершині — крутий кайф у Швейцарських Альпах». Під таким заголовком німецька газета «Більд» повідала вчора про «гарячі номери», що їх відколюють поблизу наших снігових трас та над ними.

Юлія зі спортивного клубу Фербіер так розкриває таємницю своєї любові до холодної швейцарської зими: «Займатися цим у снігу — це просто клас». Юна домашня працівниця розповіла, де вона, займаючись коханням, пережила небувалу насолоду: «Крісло канатної дороги так приємно розхитувалось. Щоб досягти вершини, канатці знадобилося 13 хвилин — мені теж. Неймовірно!» [...]

Як же цим займаються, сидючи в кріслі канатної дороги? Чи можливо це взагалі? Проблема має кілька вимірів. Найважливіші проблемні моменти:

- Як чоловікові та жінці вдається розстебнути свою лижні костюми?
- Як чоловік опирається холодові?
- Як обом вдається уникнути зіткнення з опорами?

Теоретики поки що не знайшли однозначних відповідей на ці питання. Може, їм допоможуть практики? Адже вони вже наполегливо тренуються.

Якщо і ви захочете випробувати секс просто неба, не забувайте: упадете — не потрапите в м'яке ліжко! (*Blick*)

Щотижневі газети та журнали по-новому компонують уже опубліковані блоки новин, доповнюють їх додатковою інформацією та коментують їх із віддаленішої перспективи (приклад Б).

[Б] Такі суспільства, як наше, що не відчувають справжніх проблем, а лише Нарікають на темпи зростання, що їм з багатьох причин важко відчути задоволення від життя, — такі суспільства відчувають потребу час від часу бачити щось нове на горизонті. Просте збереження досягнутого не дає й не дасть у перспективі справжнього відчуття життя. У тих, хто мислить, виникає відчуття невдоволення; тим, хто діє, загрожує стагнація. Адже вони не бачать нових об'єктів для філософування і нових цілей для інвестування. Справді, сьогодні повністю відсутні якісь масштабні перспективи, тому єдина галузь, яка досягла, так би мовити, ринкової зрілості, може почувати себе в ролі фаворита. Це — *мультимедіа*. [...]

Злиття комп'ютера з усім, що можна назвати інформацією та медіа, ставить з голови на ноги не тільки бізнес, а й усе те, що відбувається в рідних чотирьох стінах. Цілком цілеспрямовано, до речі, адже лише перетворення приватного помешкання на осередок мультимедіа робить виправданими найоптимістичніші прогнози інвесторів.

Економічні інтереси та поведінку підприємців на цьому майбутньому ринку можна легко спрогнозувати. Складніше передбачити, які конкретно можливості відкриває ця мультимедійна імперія. [...] Усе нові й нові можливості комбінування, закладені в системі, зваблюють до передбачень і пророцтв. Наприклад, чи не виникне з цього інформаційного океану, як колись унаслідок хімічних реакцій, щось, що наділене самостійним життям і здатністю мислити. [...]

Людство з давніх — давен і по сьогодні мріє про те, щоб крім цього, досхочу відомого світу, існував інший, кращий. Навіть та меншість людей, яка непогано влаштувалася в цьому світі, не хоче повністю відмовлятися від можливості вірити в існування потойбічної реальності. Правда, їхня віра не така сильна, щоб сягнути глибин Старого Заповіту. І тут їм на допомогу приходить така собі сучасна цьогобічна потойбічність — створений мультимедіа світ усезнання та всеприсутності, а ще він породжує надії на зустрічі третього або четвертого порядку. Ось нарешті ми бачимо ту трансцендентність, яка звільняє нас уже в цьому житті від тягаря земного животіння. Звичайно ж, за умови, що

ми встановили на своєму комп'ютері найновішу програму, придбали потрібний декодер та заплатили за користування інтернетом. (DZ)

У наведеному прикладі тема «мультимедіа» розглядається прямо-таки з філософською ґрунтовністю і піддається майже науковому аналізу. За стилем це певною мірою нагадує жанр передової статті (див. розділ 2.3.2).

В інформаційних журналах типу «Шпiгель» такий «римейк» новин часто здійснюється через нове фокусування низки подій (running stories, див. розділ 3.4) і їх компонування з огляду на певну тенденцію. *Загальнонаціональні газети*, які розглядають себе як медіа другого порядку, вдаються до гібридних форм у першу чергу в передовицях (приклад В).

[В] Замаскований під любовне послання вірус паралізував учора інформаційні мережі численних підприємств, установ та організацій. Він ховався у додатку до електронного листа під назвою «I love you» і зі швидкістю епідемії розмножився по всьому інтернету. [...]

Філіппінський провайдер, адреса якого виявилася у коді вірусу, на запит відповів, що поки не збирається співпрацювати з поліцією, бо спочатку хоче сам перевірити, чи можна знайти зловмисника. До пошуків уже приєдналося ФБР.

Атаки «любовного» вірусу на такі веб-сайти як Yahoo та CNN показали, наскільки світова економіка залежить від комп'ютерів і наскільки ці комп'ютери вразливі. «Це ахіллесова п'ята нової економіки. Електронний світ бурхливо розвивається, і одночасно зростають можливості для злочинної активності», — говорить представник лондонського інвестиційного банку Teather & Greenwood.

А представник ICSA Бурс Х'югс попереджає, що в майбутньому вірусні атаки можуть стати ще небезпечнішими.

Для написання вірусу використана проста програма, доступна навіть для аматорів, що дозволяє легко змінювати цей вірус. Уже декілька годин після появи в мережі цього вірусу-диверсанта з'явилися його варіанти. [...]

Представник компанії «Sophos», яка розробляє антивірусні програми, говорить, що відкрити такий файл — усе одно що підняти цукерку на брудній вулиці і з'їсти її. Фірми можуть захистити себе від подібних програм, використовуючи для перевірки електронної пошти спеціальні програми. Така програма вже створена і для виявлення та знешкодження новоявленого вірусу. (FTD)

Такі статті являють собою суміш повідомлення та аналізу. Крім того, стаття пропонує варіант вирішення проблеми і отже, претендує на ексклюзивність, пропонуючи своїм читачам більше, ніж ті новини, які вже відомі з інших медіа.

У спортивній журналістиці газети, конкуруючи з більш оперативними телебаченням і радіо, вже давно принципово зосереджуються на залаштунковій стороні подій та на аналізі (приклад Г).

[Г] МІЮНХЕН. Практично без проблем гравці ФК «Кайзерслаутерн» подолали ту частину катакомб під Олімпійським стадіоном, що називається «змішаною зоною» і призначена для зустрічей між футболістами і журналістами. Те, що ФК «Кайзерслаутерн», новачок бундеслиги, виграв з рахунком 1:0 (0:0) уперше за 14 років саме в Мюнхені й у чемпіона, — ну що ж, це чудово. Але ще важливіше, якщо це навіть і перший день нового сезону, те, що саме безперечний фаворит і претендент на чемпіонське звання програв на самому початку, вперше за 15 місяців, до того ж, новачку бундеслиги. Що, на цьому кінець ФК «Гармонія»?

Ні в якому разі. Мюнхенцям у суботу для самобичування не вистачило винуватця. Його ніхто й не намагався знайти. [...] Вони хотіли виграти у «Кайзерслаутерна», але само собою це якось не виходило. Місцями було цікаво спостерігати, що демонструвала нова команда на полі. Уже через двадцять хвилин мюнхенці навіть зірвали оплески шістдесяти трьох тисяч уболівальників у щерть заповненому стадіоні. [...] На цей момент у тренера ще не було причин переривати своє спокійне стояння біля нового рекламного щита, що вихваляв клейстер. Згодом, щоправда, містер почав переминатися з ноги на ногу, а то й підходити до бокової лінії. Адже нарешті він помітив, що відбувалося на полі — «Кайзерслаутерн» перейшов у контратку [...].

Але на початку чемпіонату все ще можна виправити. Та обставина, що на кону залишилося 99 очок, дозволила баварцям не втратити імідж ФК «Гармонія» вже після першого дня змагань. (SZ)

Спортивний матеріал, який вийшов у понеділок, тобто майже через два дні після події, побудований на поєднанні нарису та коментарю, а розповідь про матч починається, так би мовити, з кінця.

Іншим варіантом може бути така розповідь про гру, яка чітко сфокусована на одній особі. Ясна річ, для цього найкраще обрати оповідальну форму («якщо спробувати розповісти про все те, що відбулося ...») (приклад Д).

[Д] Вольфсбург. Виходиш зі стадіону, а голова так і розвалюється від вражень. З рахунком 4:4 закінчилася гра між футбольними клубами «Вольфсбург» та «Гамбург» — точнісінько так само, як і півроку тому на цьому ж місці. Уперше Рой Прегер, який зараз виступає за Гамбург, забив м'яч у ворота свого колишнього клубу. Але цей гол, який змінив результат на 4:3, ще не означав перемоги. Незадовго до закінчення матчу «Вольфсбург» зрівняв рахунок. До речі, в цьому ж матчі вже через сімнадцять хвилин ігрового часу «Вольфсбург» вів з рахунком 2:0 і раптом опинився позаду з рахунком 2:3. У цьому ж матчі нападаючий «Вольфсбурга» Джонатан Акпоборі забив три м'ячі — це вже вдруге за одну гру. Останній м'яч він забив на 90-ій хвилині, хоча перед цим говорив, що дихання йому вистачить лише на 60 — 65 хвилин. У той час, як уболівальники раділи запізнілому удару, що зрівняв рахунок, тренери та гравці СК «Вольфсбург» були незадоволені, адже команді не вистачало одного очка. Якщо спробувати про все це розповісти, то не знаєш, з чого почати. Найкраще, мабуть, почати здалеку. А саме зі Штуттгарта. Шість років тому, на тамтешньому стадіоні «Дегерлох» виступала команда південної регіональної ліги. Тренера звали Вольфганг Вольф, нападаючого — Акпоборі. [...]

Акпоборі дуже чутливий і в усьому довіряє своєму тренерові. І так безмежно, що на пораду пана Вольфа навіть заявив про вихід зі збірної Нігерії. А пан Вольф довіряє Акпоборі та його неймовірній серії забитих у ворота «Гамбурга» голів. Уже сім разів — у складі «Ростока», «Штуттгарта» і «Вольфсбурга» — цей бомбардир грав у матчах бундеслиги проти «Гамбурга» і забив при цьому десять голів. Але це вже окрема історія, тим більше, що від коли Франк Пагельсдорф із «Ростока» зробив його гравцем бундеслиги, тренер гамбурзької команди викликає надзвичайно теплі почуття в Акпоборі. «Мені так шкода *Пагеля*, мені справді боляче забивати голи у ворота його команди», — сказав якийсь бомбардир.

Він би й сам сказав це своєму колишньому менторові, але той чомусь не виявляє особливого розуміння до його почуттів. Акпоборі: «Я хотів з ним поговорити, але не вдалося» — він був занадто невдоволений. Наступної неділі СК «Вольфсбург» грає в себе вдома. Суперник — СК «Штуттгарт». Як раз той клуб, у якому Акпоборі ніколи не відчував себе щасливим. І саме той клуб, якому Акпоборі забив минулого сезону три голи за одну гру. Але це дійсно вже зовсім інша історія. (SZ)

У культурних розділах газет — і це стосується як критики, так і фейлетонів — мішані форми мають усталені традиції, при чому стилістич-

ні відмінності між журналістикою і літературою свідомо нехтуються (приклад Е).

[Е] Ось він сидить, поміщик Пунтіла, «майже людина», і показує на пальцях знак перемоги. Якби він захотів, він, мабуть, ще й засміявся б — адже його життя було лише поганим жартом, зате тріумф — неперевершеним.

Перемога ніби сама з неба впала, практично без його участі. У Брехта, у спектаклях інших постановників наймит Матті в кінці вирушає в нове життя: «Настане час, коли твої наймити покажуть тобі спину». У цій же виставі він залишається сидіти на місці, сором'язливо виставивши пролетарського кулачка та погойдуючи червоним прапорцем. Ні, це не класова драма і навіть не трагедія про поразку повстання. Це лише безглуздий пат. Матті та його Фінна сіпаються, мов діти, що накоїли шкоди, безпорадно й зніяковіло. Гра скінчилася, поки що скінчилася; звучить Інтернаціонал; усе, що лишається, — це здатний усіх примирити гімн людства «All you need is love» групи «Бітлз».

Так умиротворено закінчується вистава, тривала дві з половиною години, якій, здається, вдалося майже все, — гротескний, легкий, інколи навіть занадто легковажний вечір. [...] При тому ця безжурна, самодостатня п'єса починається так, як і закінчується, — меланхолійно. Три чорні постаті, схожі на клоунів, вервечкою шкутильгають через усю сцену, перечіпаються й падають додолу, перекочуються протягом кількох хвилин у такт, зліва направо і справа наліво, наче п'яні. Двоє з них оглядають одне одного, обмацують руками. Хто з них хазяїн, а хто слуга, хто Пунтіла, а хто Матті? Не видно різниці між спітнілим поміщиком та засмученим шофером. Вони схожі один на одного як дві краплі води. Аж поки третій у цій компанії не подає їм стільця: Пунтіла відразу ж його вихоплює. З цього моменту ролі розподілено. [...]

У п'яного Пунтіли є ідеали, тверезий Пунтіла — цинік. Але він тільки-но розхристаніший, роздвоєніший, суперечливіший, ніж інші. Вони також уже давно втратили своє «я» — лише декілька жіночних рухів, і в Матті, цього хитруватого пролетаря, починає заплітатися язик. У ролі спокусника він суцільна катастрофа. Адоніс у підштаниках, який бігає за своєю Євою з ганчіркою для миття підлоги в руках. А для судді, священика та адвоката вистачило однієї пропитої ночі — носії влади на селі, змінивши стать, раптом з'являються в образі наречених Пунтіли. Якись страховиння в черевичках. [...] Наскільки близько живуть поряд хаос і простодушність, божевілля і сум, меланхолія і веселощі. Між ними щонайбільше чотири, ну п'ять чарок шнапсу. (NZZ)

У цій театральній рецензії автор вдався до сценічної зав'язки, яку часто використовують у нарисах (див. розділ 7.3.2). Ми бачимо чергування описану та інтерпретації, а все це доповнюється рецензією на саму виставу та гру акторів. Цей матеріал також не однозначно можна класифікувати за традиційними критеріями інформаційної журналістики. Те саме стосується і статей-рефлексій, що були опубліковані з нагоди розповсюдження комп'ютерних вірусів під заголовком «Віруси людські» (приклад Є). У них автор, удаючись до сміливих метафор, охоплює широкий спектр споріднених проблем і ділиться принциповими міркуваннями про ситуацію в Інтернеті.

[Є] Інтернет став чимось на кшталт батута, на якому змагаються різні, часом повністю різновекторні інтереси. Усі стрибають і приземляються, як їм заманеться. Звичайно ж, і тут можна застосувати фразу Нікласа Лумана: «Можна лише доти, доки можна».

У цьому клубку хаотичних рухів викристалізуються тим часом два категоріально протилежні напрямки. Уявляється, що на всесвітньому батуті інтересів утворилося дві площини — одна горизонтальна і одна вертикальна. Грубо кажучи, хороші хлопці, що рухаються вертикально, змагаються з поганими хлопцями, що рухаються горизонтально. Різниця між ними полягає в довільній програмі, тобто в стратегії публікації. Тому що опублікування, розповсюдження інформації — якщо це навіть деструктивні Е-мейли — ось що вони роблять. [...]

Завдяки хакерам та розповсюджувачам «електронних бомб» Інтернет вступив, певною мірою, в стадію самокритики — інформація у вигляді шматка підступної програми використовується для того, щоб пошкодити або й зовсім зруйнувати іншу інформацію, чи то веб-сайт, чи сервер, чи зміст незліченних жорстких дисків та банків даних. І парадоксальним є те, що в розпорядженні *поганих хлопців* — найновіші методи програмування та замітання слідів і вони мусять ними користуватися, щоб залишатися на рівні деструкції того, що вже створене.

На відміну від *хороших хлопців*, яких інфраструктура мережі цікавить лише як засіб для публікації та розповсюдження інформації, *погані хлопці* повинні постійно винаходити нові цифрові інструменти, щоб атакувати цю ж таки інфраструктуру. [...]

Чому ж виявляють активність саме погані хлопці? Чому саме зараз? Чому вони все ще тут? Три питання, які в саме в кібер-просторі сплітаються у важкий, дуже важкий клубок. [...] Ці питання торкаються невидимої, ледве відчутної демаркаційної лінії. Вона ніби найтонша волосинка, яка проходить сьогодні через інтернет і яка в корні зміни-

ла його тектоніку. Адже терор вірусних епідемій виявив, що Інтернет також уже має свою історію, а горизонтальна та вертикальна стратегії використання мережі підпорядковуються, тим часом, абсолютно різним, непоєднуваним між собою інтересам, які насуваються один на одного, ніби тектонічні плити перед землетрусом. [...] (SZ)

2.5.2. Засоби «Інтернет-журналістики»

З метою якомога повнішого використання технічних можливостей гіпертексту та мультимедіа в Інтернеті випробовуються дедалі нові зображувальні форми. І все це вже не вміщується у визначення новий «new journalism» («нова журналістика», див. розділ 2.1), а гордо іменується «повністю нова журналістика» (Way New Journalism). Пророкують цілу революцію журналістського жанру в інтернеті, у якому нині налічується приблизно 100 мільйонів веб-сторінок, вщерть заповнених текстами, зображеннями, звуковими і відеофайлами.

Відомі на сьогодні гібридні форми журналістики, які використовують в інтернеті, видаються поки що недосконалими — є постулати, але немає рецептів. Те, що відбувається, швидше викликає питання про професійну етику, ніж дає поштовх до професійного розвитку. В «кібер-журналістиці» спостерігаємо ось що:

- ейфорійна гіперболізація для «розкрутки» тем;
- наголошення на «автентичності» замість дотримання коректності відображення подій;
- нехтування ustalеними правилами журналістики;
- принципове вживання розповіді від першої особи;
- замість методів «об'єктивного висвітлення подій» — безкомпромісна суб'єктивність точки зору.

Цим «кібер-журналістика» безпосередньо звертається до традицій «нової журналістики» кінця 60-х — початку 70-х років. Критика як тодішніх вправ у «сірій зоні» між журналістикою і літературою, так і сьогодишньої «журналістики в мережі» полягає в тому, що така «журналістика без кордонів» своїми гібридними формами слугує насамперед задоволенню нарцисизму її авторів.

Контраргументи «пророків» «кібер-журналістики» такі: ustalені правила та жанри новинної журналістики непридатні для використання в Інтернеті. Передусім, це стосується принципів побудови повідомлень за зразком «переверненої піраміди» (див. розділ 3.1). Адже в епоху Інтернету новини вже не читають «лінійно», їх сприймають як певну текстову пропозицію, яка через лінки може бути доповнена різноманіт-

ними інтерактивними формами. Замість традиційної побудови новин треба надавати перевагу всьому тому, що полегшує розгалуження інформаційних потоків, з одного боку, та їхнє змережування — з іншого.

Певна річ, Інтернет провокує появу нових жанрів, які відповідають вимогам інтерактивного використання. По-перше, мова йде про доповнення новин текстовою документацією та зображеннями, на які можна безпосередньо перейти, «клікнувши» на них курсором. По-друге, слід будувати матеріал так, щоб у користувача з'явилась можливість самостійного пошуку, поглиблення та «персоналізації» інформації.

Проте це абсолютно не означає, що принципи коректної новинної журналістики, які виявилися цілком придатними, себе вичерпали. Залишається лише почекати, щоб побачити, які нові можливості з'являться у новинній журналістиці після повної реалізації потенціалу мультимедійної техніки.

А поки що нові форми журналістики нерозривно пов'язані зі старими. У випадку друкованих медіа це означає, що в осяжному майбутньому традиційні матеріали й надалі будуть доповнюватися посиланнями на адреси в Інтернеті (гібрид статті і послуги), за якими читач зможе знайти додаткову інформацію (приклад Ж).

[Ж] ДЮССЕЛЬДОРФ. Інтернетом мандрує новий вірус. Він, правда, не такий прудкий, як його попередник «I love you», що два тижні тому блискавично розповсюдився в мережі і завдав мільярдних збитків, зате підступніший і більш руйнівний. Цього разу, як повідомляє ФБР, вірус з'явився в США, де були виявлені перші випадки «зараження». [...]

Про що треба пам'ятати. Комп'ютерні віруси типу «New Love» ховаються в додатках до електронних листів, і активізуються лише тоді, коли цей додаток відкрити. Тому завжди будьте обачними, коли отримуєте пошту з додатками. Коли виникають сумніви, краще спочатку продивитися додаток за допомогою спеціальної програми або зразу ж стерти його. І ще кілька порад. Не завантажуйте файли з невідомих інтернет-сайтів. Коли виникають сумніви, краще перепитайте своїх друзів або колег, чи вони справді надсилали вам електронні листи. Користуйтеся також антивірусними програмами. Додаткову інформацію на тему «безпечний інтернет» ви знайдете на www.bsi.de/taskforce/viren.htm. (RP)

«Кібер-журналістика» у будь-якому разі повинна буде інформувати своїх користувачів і про процеси в самих комп'ютерних мережах. Та-

ка «роз'яснювальна» інформація — не залежно від того, виходить вона в друкованій формі, чи Online — теж являтиме собою гібрид з аналізу, коментарю та послуги.

Завдяки мультимедіа з'являться нові форми інформування — навіть з використанням віртуальних трьохвимірних об'ємів. Усе це може повністю змінити зображувальні засоби в журналістиці. Якщо новини не матимуть більше лінійного характеру, а будуть побудовані за принципом «копальні», коли, задавши певне ключове слово, можна буде «накопати» найрізноманітнішу інформацію, то постане необхідність по-новому поглянути на традиційну структуру повідомлень. Метафоричний образ *піраміди* поступається образу *мережі*.

Тому й виникає нагальна потреба розробити «інтернет-придатні» засоби інтернет-журналістики, які уможливили б раціональне зв'язування «шматочків» інформації, зберігаючи і посилюючи тим самим головну функцію журналістики — давати людям орієнтири. Поки що всі ці процеси перебувають на стадії експериментів.

3. ПОБУДОВА НОВИН

3.1. Принцип піраміди

Загалом новинна журналістика орієнтується на значимість подій та інформує про них у формі повідомлень та інформаційних матеріалів. Структура повідомлень відповідає моделі *переверненої піраміди* (*inverted pyramid*). Цю метафору вживають для позначення принципу, згідно з яким найважливіша інформація, її ядро, ставиться на початок (*climax first*), а вже потім повідомляються подробиці та загальна інформація (приклади А, Б).

[А] ДЮССЕЛЬДОРФ (rtr). До молодих людей, які вірогідно не зможуть успішно пройти навчання якійсь престижній професії, з особливою увагою поставляться на металургійних підприємствах. Це передбачає тарифна угода, укладена минулого четверга в Дюссельдорфі між Спілкою роботодавців металургійної промисловості та промисловою профспілкою ІГ «Метал». Після підписання угоди обидві сторони заявили, що ця тарифна угода стане внеском у зменшення молодіжного безробіття.

Серед іншого угодою передбачено, що безробітні молоді люди протягом року зможуть проходити навчання на металургійних підприємствах, під час якого їм виплачуватимуть стипендію. Крім того, ними будуть опікуватися соціальні педагоги. [...]

[Б] БЕРЛІН (dpa). У вівторок 25-річна жінка зазнала тяжких тілесних ушкоджень від свого чоловіка. 22-річний чоловік, що живе окремо, прив'язав жінку до батареї опалення в її квартирі в м. Штегліц.

Із допомогою запальнички та балончика з лаком для волосся він пошкодив їй обличчя, а потім вилив на неї кип'яток. Жінка отримала опіки другого ступеня — постраждало 30% поверхні шкіри. Поліція почала пошуки чоловіка.

Коли мова йде про новину, пов'язану з попередніми подіями (див. розділ 3.4), то нова інформація вноситься на початок повідомлення.

Лише після цього подається загальний контекст або ретроспектива попереднього розвитку подій (приклад В).

[В] КАЄН (дра). Восьмирічний Ален з містечка Буасі, що біля Каєна (Нормандія), був знайдений минулого понеділка в шкерті сіна з тяжкими обмороженнями кінцівок. Заблукавши, хлопчик перебував п'ять днів і чотири ночі надворі при температурі повітря до п'ятнадцяти градусів морозу.

Температура його тіла становила лише 35 градусів.

Значні сили поліції та жандармерії, використовуючи вертольоти та собак, протягом кількох днів вели пошуки хлопчика. У суботу разом зі своїм п'ятирічним братом він вирушив додому на шкільному автобусі. По дорозі хлопчик переконував свого брата втекти разом з ним з дому, як припускають, через погані оцінки в щоденнику, але той відмовився.

Маленький утікач зійшов на зупинці приблизно за двісті метрів від свого дому, і відтак його слід загубився.

Схема побудови передбачає, що на початку стоїть формалізований вступ (див. розділ 4), який має містити найважливішу інформацію. Подальша структура повідомлення також відповідає принципу піраміди. При цьому слід дотримуватися 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.

Така схема побудови новин значно відрізняється від побудови художнього твору. В драмі, наприклад, спочатку йде вступ, потім події та факти по наростаючій, і зрештою — кульмінація.

3.2. Новинні жанри

3.2.1. Замітка та кореспонденція

Спираючись на усталену редакційну практику, ми розрізняємо короткі новини (замітки) та більш розлогі новини, або кореспонденції (див. розділ 2.3.1). Власне, це суто формальна диференціація. Проте вона впливає на зміст і стиль, адже кореспонденція дає можливість більш детально описати події з використанням прийомів розповіді. Цю різницю ми бачимо навіть тоді, коли той самий автор у більш вільній формі двічі пише на ту саму тему, в той самий день і в тій самій газеті — коротке повідомлення на першій сторінці (приклад А) та більш розлогий матеріал в розділі «Німеччина і світ» (приклад Б).

[А] БЕРЛІН. «Любовний» вірус, який нещодавно налякав увесь світ, ймовірно посприяв підвищенню пильності організацій та підприємств. Так, у ніч на п'ятницю в Європу прилетіла звістка про новий варіант інфікованого «любовного» послання, яке в Сполучених Штатах з'явилося під назвою «New Love» і вже встигло заразити комп'ютери кількох великих фірм. Федеральне міністерство внутрішніх справ, яке свого часу також постраждало від «любовного» вірусу, на цей раз оперативно розповсюдило офіційне попередження про небезпеку. [...] Станом на середину дня п'ятниці новий вірус у Європі ще не з'явився. До того ж, є переконання, що завдяки актуалізації антивірусних програм його вдасться вчасно перехопити і не пустити в комп'ютерні мережі. (FAZ)

[Б] БЕРЛІН. «Любовний» вірус, який нещодавно налякав увесь світ, з одного боку, посилив занепокоєння організацій та підприємств можливістю нових вірусних атак, а з іншого — ймовірно посприяв підвищенню їх пильності. Так, у ніч на п'ятницю в Європу прилетіла звістка про новий варіант інфікованого «любовного» послання. У Сполучених Штатах, де вірус з'явився вперше під назвою «New Love», він уже встиг інфікувати комп'ютери кількох великих фірм. Як повідомляють, на одному з підприємств вірус навіть вивів з ладу всі п'ять тисяч комп'ютерів. Федеральне міністерство внутрішніх справ, яке свого часу також постраждало від «любовного» вірусу, на цей раз оперативно розповсюдило офіційне попередження про небезпеку. Як і минулого разу, вірус міститься в додатку до електронних листів і активізується

після відкриття файлу. Проте новий варіант у двох пунктах суттєво відрізняється від свого попередника [...]

Станом на середину дня п'ятниці новий вірус у Європі ще не з'явився. Крім того, є впевненість у тому, що його можна вчасно перехопити і не допустити в комп'ютерні мережі. Головна передумова, як завжди, — найновіші антивірусні програми. Уже в п'ятницю по обіді всі відомі розробники антивірусних програм пропонували оновлений варіант вірусного сканера, здатного ідентифікувати вірус. Представниця «Symantec-Deutschland», одного з найбільших розробників антивірусних програм, повідомила, що небезпеку, яку становить новий вірус, класифікують як особливо серйозну. Досі було виявлено 29 різновидів «любовного» послання. [...]

Міністерство звернулося до розробників операційних систем та програм користувачів, передусім до Microsoft, із закликом закрити наявні в комп'ютерній безпеці прогалини. (FAZ)

Кореспонденції, які ми визначаємо як більш докладні новини, поділяють на опис фактів (*fact story*), опис подій (*action story*) та опис, що ґрунтується на цитагах (*quote story*). Ця класифікація стосується лише змістовного наповнення, а побудова залишається незмінною для всіх трьох підвидів кореспонденції — журналіст завжди повинен виносити ключову інформацію на початок свого повідомлення.

3.2.2. Опис фактів

У описі фактів йдеться передусім про узагальнення, класифікацію та оцінку *фактів*. При цьому головні факти або головний факт виноситься на початок, після чого викладається менш важлива інформація. Це означає, що спочатку необхідно вирішити, які ж факти є найважливішими. Потім їх потрібно розташувати в логічній, зрозумілій послідовності. В описі фактів слід уникати їх оцінки.

В описі *результатів* узагальнюються факти, які мали місце в минулому. На початку такого опису подається конкретний результат якогось процесу або заходу. У вступних реченнях повідомляється про основні факти, а не про те, наприклад, що був прийнятий якийсь закон, відбувся якийсь захід чи депутат виступив зі звітом про свою діяльність.

Так, у наступному прикладі на початку розповідається про конкретне рішення суду. Було б неправильно наголошувати на тому факті, що просто відбувся суд (приклад В).

[В] ГАННОВЕР (дра). За умисне заподіяння тілесних ушкоджень, скоєне групою осіб, у Ганновері в п'ятницю до позбавлення волі та грошових штрафів було засуджено 52-річного власника ігрового салону Горста Фрайзе та обох його синів. Усі троє були визнані винними в тому, що під час суперечки, яка спалахнула на «Кулінарному балу», вони побили віце-президента клубу «Ганновер 96» Вернера Бока та його дружину Трутц. Г. Фрайзе отримав десять місяців умовно з чотирірічним випробувальним терміном і мусить сплатити 45 тис. марок штрафу. Цей вирок поставив поки що юридичну крапку в «гарячій битві біля буфету». [...]

В описі-анонсі повідомляється про події, що відбудуться в майбутньому. Тут теж було б неправильним починати повідомлення з того, що заплановано проведення якогось заходу. Натомість потрібно наголосити на його особливостях чи вказати на більш широкий контекст проведення такого заходу (приклад Г).

[Г] ДОРТМУНД. Занижена самооцінка, відсутність перспектив та апатія — саме в часи зростання безробіття все більше молодих людей потрапляють у це зачароване коло, яке штовхає їх у наркотичну прірву. Боротьба з наркозалежністю поступово переноситься з глянцевого проспектів та плакатів, які швидше відлякують, у площину профілактики. Саме цій темі присвячена наукова конференція, що відбудеться 15-го березня в центрі імені Фрица Генслера за підтримки Північно-Вестфальського осередку протидії наркозалежності. (WAZ)

Винятком із правил побудови опису-анонсу є оголошення про проведення якогось заходу, про що в місцевому розділі газети повідомляється, як правило, одним реченням. Єдина мета такого повідомлення — це сповістити місце та час проведення заходу.

3.2.3. Опис подій

В описі подій узагальнюються окремі події. При цьому кінцевий результат подій ставиться на початок, а потім уже йде низка менш важливих окремих подробиць. Форма опису дій використовується, зокрема, для змалювання нещасних випадків та стихійних лих. Як правило, мова йде про такі фактори новин, як протиборство, конфлікт, напруження.

Часто-густо основою опису подій є не власні спостереження журналіста, а інформація з «других рук» — звіти поліції, пожежників, розповіді випадкових очевидців. Раз у раз поліція або прокуратура влаштовують прес-конференції, на яких журналіст може отримати всю важливу інформацію про певну подію.

Опис подій не передбачає хронологічного відтворення їх. Завдання журналіста полягає швидше в тому, щоб визначити кульмінаційний пункт або результат якоїсь події і поставити його на перше місце. Подальші подробиці подаються у логічній послідовності (приклад Д).

[Д] ДЕГГЕНДОРФ (дра). Кухонним ножом зарізала свого 27-літнього чоловіка жінка 28-ми років з міста Меттен, що в окрузі Деггендорф. Як виявило слідство, з нез'ясованих досі причин між ними спалахнула суперечка, у ході якої чоловік погрожував убити жінку та її шестирічну доньку. За інформацією Земельного кримінального відомства, жінка, щоб захиститися від чоловіка, який начебто вже почав її душити, схопила кухонний ніж і двічі загнала його в горло нападника. У тяжкому стані його відправили до лікарні, де він помер через дві години під час операції.

В описі події перебіг того, що сталося має бути зрозумілим навіть без дотримання хронології. Спочатку читач хоче дізнатися про головну подію, а вже потім про подробиці. Порівнюючи звіт поліції (приклад Е) та повідомлення інформаційного агентства (приклад Є) про пограбування банку, можна побачити різницю між аматорським та професійним описом подій..

[Е] У п'ятницю ввечері близько 19 год. 15 хв. декілька співробітників супермаркету «Юмбо» по вул. Ремерштрассе, що в м. Нойс, закінчили робочий день і пішли додому. Двері за ними зачинилися. Після цього пролунав дзвоник, і співробітники, які щойно вийшли, знову стояли перед дверима. З ними стояв ще один чоловік. На голові в нього була чорна нейлонова панчоха, в одній руці він тримав револьвер, направивши його в голову однієї із співробітниць, другою рукою він обхопив її за шию. Чоловік вимагав грошей. Співробітників та злочинця впустили всередину приміщення, де, крім нього, перебувало ще сім співробітників супермаркету. Злочинець загнав усіх в один із кабінетів, наказав їм лягти на підлогу і зажадав, щоб йому видали гроші. Одночасно він поклав на підлогу великий ніж, щоб ще більше залякати жертв. Один із співробітників був змушений зв'язати своїх

колег мотузкою, яку розбійник захопив із собою. Інший співробітник під загрозою зброї мусив відкрити сейф і віддати гроші. Злочинець вимагав лише купюри. Гроші склали у сумки, що знаходилися в кабінеті, — всього приблизно 85 тис. марок. Тим часом одній співробітниці вдалося звільнитися від мотузки і непомітно викликати поліцію. Одній заручниці стало погано.

Злочинець випустив її з будинку. Він помітив поліційне авто і через жінку, яку відпустив, передав вимогу про переговори з поліцією. [...] Драма закінчилася о 21 год. 32 хв. арештом злочинця. Двоє співробітників були в шоковому стані. Їм було надано медичну допомогу на місці.

[Е] НОЙС (rtr). Безкровно завершилося захоплення заручників для сімох співробітників супермаркету, що сталося в ніч на суботу в Нойсі. За повідомленнями поліції, 31-річного злочинця, який під загрозою зброї змусив видати йому майже 85 тис. марок, було заарештовано. Заручники не постраждали, проте двоє людей зазнали шоку. Вдалося також вилучити вкрадене.

Як повідомила поліція, у п'ятницю ввечері, близько 19 год. 15 хв., озброєний 31-річний чоловік, погрожуючи співробітникам супермаркету «Юмбо», які вже вийшли з будівлі, змусив їх повернутися всередину. [...]

3.2.4. Опис, що ґрунтується на цитатах

Опис, ґрунтований на цитатах, — це стислий виклад висловлювань у виступах та дискусіях, а також у рукописних матеріалах та інтерв'ю. Завдання такого опису — виокремити основні висловлювання і поставити їх на початок, а інші цитати зв'язати між собою відповідними поясненнями. Тут також діє правило, згідно з яким наголос завжди роблять на ключовій інформації. На початок виносяться *центральні фрази*, а не той факт, що хтось виступив з промовою або висловився з якогось приводу.

Журналіст сам вирішує, чи узагальнити думку цитованої особи і використати її у вступі, чи навести на початку якесь важливе висловлювання. Для цього можна вдатися до форми прямої мови (приклад Ж) або вказати на джерело висловлювання, використовуючи такі фрази як «за словами ...» чи «на думку...» (приклад З). Зокрема, таке пряме посилення на джерело висловлювання вже в першому реченні є обов'язковим на багатьох радіостанціях.

[Ж] КАРЛСРУЕ. «Люди дедалі частіше помирають від усього лише п'яти захворювань, які самі розвиваються через неправильне харчування, обмаль руху та надмірне вживання алкоголю і тютюну». Цими словами звернувся до своїх колег проф. Герок, Президент Конгресу терапевтів, що в минулі вихідні розпочав свою роботу в Карлсруе. [...] (DW)

[З] КОПЕНГАГЕН (rtr). За словами Еріка Андерсена, директора в'язниці «Рінге», що на острові Фюнен у Балтійському морі, перший мішаний заклад такого типу в Європі для чоловіків і жінок показав себе з якнайкращого боку. Ерік Андерсен підбив підсумок п'яти років функціонування цієї установи для відбування покарань і прийшов до висновку, що завдяки більш звичним і природним умовам перебування у в'язнів рідше бувають невротичні розлади. [...]

Отже, побудова цитатного повідомлення принципово не відрізняється від інших новин. На початку стоїть квінтесенція того, що сказала особа, на яку посилаються. Якщо ця особа відома, бажано якомога раніше вказати її прізвище.

Після вступу подається менш важлива інформація в узагальненому вигляді — з якого приводу була виголошена промова, коли, де і перед ким. Решта цитатного повідомлення містить переказ інших висловлювань. При цьому бажано якомога частіше чергувати пряму і непряму мову.

Пряма мова завжди вживають тоді, коли дослівно цитовані фрагменти несуть важливе смислове навантаження (ключові висловлювання). Цитати можуть полегшити читання матеріалу, але ними не варто зловживати. А ще — в тому числі і з юридичних міркувань — треба слідкувати за тим, щоб висловлювання відтворювались якомога точніше і в правдивому контексті (приклад І).

[І] БЕРЛІН (dra). Для того щоб скоротити в адміністративних судах Німеччини тривалість процесів, які тягнуться до восьми років, Голова Федерального Адміністративного суду Горст Зендер запропонував законодавчо обмежити можливість подання апеляції на рішення судів першої інстанції. В інтерв'ю Німецькому пресовому агентству він сказав, що коли громадянин змушений так довго чекати на судові рішення, то це «ракова пухлина на тілі правової держави». За його словами, вирішення проблеми полягає не в збільшенні кількості суддів, а в скороченні тривалості судового процесу. [...]

Непряма мова (*paraphrase*) дає можливість стисло викласти сказане іншими. Тому її перш за все використовують щоб передати висловлювання, які не є надто важливими чи змістовними і не потребують докладного відтворення. Уживаючи непряму мову потрібно особливу увагу звертати на дотримання відповідних граматичних правил (див. розділ 5.3.5).

Журналістська робота значною мірою зводиться до обробки та передачі висловлювань різних осіб та організацій (див. розділ 2.4). Часто ці висловлювання навіть не фіксуються журналістами, а надаються у вже обробленому вигляді прес-службами.

У цьому криється певна небезпека. Адже в такому разі журналістика може перетворитися на «службу ретрансляції» чужих поглядів, тобто некритичного відтворення висловлювань офіційних та офіціозних джерел. Особлива небезпека криється при висвітленні офіційних подій на федеральному та земельному рівнях. Тут журналісти ризикують стати простими ретрансляторами цитат, а отже, перетворитися, на рупор політиків.

Проте через дефіцит часу не завжди можливо перевірити надану інформацію, зокрема й висловлювання, щоб внести, якщо треба, поправки й доповнення. Часто редакція виступає лише в ролі «транзитної станції» на шляху інформації до споживача. З іншого боку, це не означає, що редактори повинні займати пасивну позицію. Застосовуючи певні принципи складання цитатних повідомлень, у центрі яких стоїть відтворення чужих висловлювань, вони можуть обмежити негативні наслідки.

3.3. Композиція новин

3.3.1. Принципи побудови

Жорсткі новини» (див. розділ 6.2) складаються зі **вступу** (*lead*) та **основної частини** (*body*). У більш об'ємних новинах (кореспонденціях) друковані медіа часто виділяють ці частини тексту друкарським способом (вступ набирають у дві колонки і/або виділяється жирним шрифтом; основну частину набирають звичайним шрифтом в одну колонку). На відміну від цього, у коротких повідомленнях вступ часто не виділяють, тим паче, якщо основну інформацію можна помістити в одне речення.

У вступі найважливіша інформація подається у стислій формі, або принаймні тематизується; при цьому можна використовувати різні форми. На початку вступної частини (див. розділ 4.3), як правило, даються відповіді на питання «хто?» та «що?». Потім ідуть «містки» з відповідями на питання «коли?», «де?», «як?», «чому?» та перехід до подробиць. В основній частині подаються окремі важливі моменти у взаємозв'язку між собою.

Новини треба komponувати так, щоб вести читача від однієї інформації до наступної. Повинен бути зрозумілим взаємозв'язок між подіями; речення не мають містити занадто багато деталей.

У складних статтях з великою кількістю фактів та цитат бажано добре продумати композицію основної частини. Для цього можуть знадобитися речення-містки. У таких реченнях формулюється кожна наступна точка зору, що дає змогу читачеві підготуватися до сприйняття нової інформації.

У другому абзаці (приклад А) завдяки інтерпретаційному реченню «Великі банки реагували також неоднозначно» здійснюється перехід до наступного блоку інформації.

[А] ДЮССЕЛЬДОРФ (rtr). У вівторок дюссельдорфська біржа завершила роботу, отримавши неоднозначні результати. За повідомленнями дилерів, після продовжених у зв'язку з карнавалом вихідних курс більшості акцій перевершив заключний курс, зафіксований у п'ятницю. [...]

Великі банки реагували також неоднозначно. Якщо курс акцій «Дрезденер банк» (401 марка) майже не змінився, то курс акцій «Коммерцбанку» зріс до 305 марок, а «Дойче банк» — до 798 марок. [...]

У наступному прикладі (приклад Б) на початку подано інтерпретацію результатів дослідження. Потім викладаються факти і цитати, а вже далі інтерпретаційним реченням «Схожі результати виявили ...» здійснюється перехід до наступного інформаційного блоку.

[Б] ФРАНКФУРТ-НА-МАЙНІ. Здається, більшість німецьких виробників та продавців фармацевтичної продукції настільки захопилися реформою охорони здоров'я, що майже не зважають на інтернет як на новий канал збуту. Згідно з аналізом, проведеним професорським інтернет-об'єднанням «Профнет», лише 241 з приблизно 800 підприємств фармацевтичної галузі мають власне німецькомовне представництво в інтернеті.

За такими критеріями, як макет веб-сайту, практичність, зміст та можливість інтерактивного використання, усі ці 241 підприємство змогли набрати лише 31 відсоток від максимально можливого рівня. «Лише небагато підприємств уже зараз можуть показати, які можливості криються в інтернеті. У цілому, однак, результати слід визнати незадовільними, — сказав Курт Троль, науковий керівник дослідження. — Головний недолік полягає в тому, що концепція веб-сторінок не орієнтована на потреби цільових груп». [...]

Такий недолік стосується і використання інтерактивної функції, яка дозволяє прямиий зв'язок з клієнтами. [...] (FAZ)

Часто доцільним є розпочинати з інтерпретаційного речення, а вже потім викладати факти, при чому вони повинні підкріплювати сказане у вступі (приклади В, Г). У таких випадках слід уважно стежити за тим, щоб інтерпретація не переходила в коментар.

[В] МЮНХЕН (дра). У пошуках супутника життя німецькі жінки сподіваються знайти для себе надійне плече, на яке можна спертися. Згідно з опублікованим учора в журналі «Elle» дослідження, дві третини жінок мають слабкість до рішучих та турботливих чоловіків з діловим складом характеру.

Високою популярністю у так званої «слабкої» статі користуються також чутливі чоловіки. Майже кожній другій жінці подобається відчувати, що чоловік її розуміє. На противагу цьому, тип чоловіка-спокусника має в жінок набагато менші шанси на успіх — шістдесят відсотків жінок вважають, що вроджені спокусники мало придатні для тривалого подружнього життя. В опитуванні взяли участь 1000 жінок.

[Г] РИМ. Розпач і відчай охопили Італію після нового терористичного акту мафії, що стався в неділю в Палермо і коштував життя прокуророві Паоло Борселіно та п'ятьом поліцейським, серед них — одній жінці.

51-річний прокурор був близьким другом і колегою судді Джовані Фальконе, убитого 23-го травня в тому ж Палермо. Він, його дружина та три охоронці їхали по автостраді, коли здетонувала підкладена в машину бомба.

Борселіно і ще п'ять охоронців загинули від вибуху перед будинком матері прокурора, яка запросила його на каву. Припускають, що бомбу з дистанційним керуванням було закладено в автомобіль, припаркований неподалік. (SZ)

Особливо важливо продумати послідовність викладу, коли до тієї самої теми наводять цитати з різних джерел або цитують різних осіб. Було б невірним спочатку докладно цитувати одне джерело, потім наступне і так далі. Адже в такому разі читачеві надзвичайно важко порівнювати між собою окремі думки і збагнути взаємозв'язок між ними. Натомість доцільно розташовувати висловлювання залежно від поглядів, наприклад, коли з однієї теми висловлюються два різні джерела (приклад Д).

[Д] МЮНХЕН. Легковажність, переоцінка власних сил та відсутність достатнього досвіду є, на думку Німецького альпійського клубу (DAV), головною причиною збільшення смертельних випадків у горах. За словами представника довідкової служби DAV Курта Кеттнера, це знову продемонструвала загибель у минулі вихідні 48-річного альпініста та його сина з міста Кірххайм-Унтертек. Не зважаючи на несприятливий прогноз погоди, обидва чоловіки вирушили в гори на вершину Ватцмана. Курт Кеттнер: «Власне, цей маршрут не є надто складним. Спускатися можна, навіть засунувши руки в кишені. Але коли скелі намокають і покриваються льодом, то дуже легко послизнутися і впасти».

Піт Шуберт, референт з питань безпеки DAV, теж критично ставиться до таких необдуманих і непідготовлених походів у гори: «Коли горе-туристи раптом, втративши сили, зависають на скелі, а тут ще й дощ зі снігом намерзає, вони або втрачають контроль над собою, або впадають в апатію і сподіваються лише на допомогу гірських рятувальників» [...] (SZ)

У цьому прикладі зв'язок досягається завдяки тотожній думці обох цитованих осіб стосовно «необдуманих і непідготовлених походів у гори». Потім іде цитата, яка підкріплює цей перехід. Використання для зв'язки узагальнюючих формулювань або непрямої мови, що потім підкріплюються цитатами, є важливим принципом побудови цитатних (див. розділ 3.2.4).

Для компонування структури повідомлень можна вивести певні загальні правила, які, проте, не завжди доцільно застосовувати в повному обсязі. Але знати ці правила особливо корисно тоді, коли маємо справу з надто складними взаємозв'язками, які важко передати читачеві. Отже, існує шість загальних стадій планування структури повідомлень:

- Спочатку треба розпізнати і визначити ключову інформацію, яка б відповідала на центральне запитання. Тим самим ми вже вирі-

шимо, що буде стояти в «шапці» повідомлення (див. розділ 4.3). Загальне правило таке: краще починати з відповіді на запитання «хто?» або «що?», ніж «коли?» або «де?». Але в кожному конкретному випадку, в тому числі й залежно від виду медіа, необхідно поміркувати, з якого питання краще починати.

- Якщо повідомлення пишеться на основі готових матеріалів (напр., повідомлень інформаційних агентств, текстів доповідей), то найважливіші місця в них краще виділити. Завдяки такому виділенню (кольоровим олівцем, підкреслюванням, нумерацією і т. д.) можна попередньо спланувати структуру повідомлення.
- Вибраний матеріал, який увійде до тексту повідомлення, розташовують у певній послідовності, керуючись критеріями важливості інформації (див. розділ 1.4.1).
- У написанні повідомлень діє принципове правило — якомога коротші речення й абзаци. Коли вступна частина занадто перенасичена вступною інформацією, бажано вдатися до структурування за принципами модифікованого вступу (див. розділ 4.2.2). При цьому спочатку пояснюється найважливіше, а вже потім подається менш важлива інформація.
- Вступ і основна частина повинні мати розумне співвідношення. Іншими словами, розмір вступу залежить від розміру всієї статті. Короткі повідомлення часто мають лише одне вступне речення. У повідомленнях-викладах головна інформація узагальнюється в трьох-чотирьох початкових реченнях.
- В основній частині подальшу інформацію подають у логічній послідовності. Якщо є необхідність, окремі інформаційні блоки поєднують між собою за допомогою речень-зв'язок.

3.3.2. Часовий взаємозв'язок

В основній частині повідомлення часто виникає потреба не тільки вказати на змістову пов'язаність подій між собою, а й дати часову прив'язку якоїсь новини до подій, про які вже повідомлялось раніше. Нерідко зрозуміти новину можна лише тоді, коли в правильній часовій послідовності пояснюються події, які відбулися перед цією новиною (приклад Е).

[Е] ЛОС-АНЖЕЛЕС (rtr). Зіткнення транспортного літака з невеликим приватним літаком могло статися через серцевий напад в одного з пілотів. Як повідомили судово-медичні експерти з Лос-Анжелеса,

у пілота приватного літака, напевне, стався інфаркт. Крім того, перші результати розслідування вказують на те, що він піднявся у повітря без дозволу служби контролю за польотами. Але досі не ясно, чому повітряні диспетчери, не зважаючи на сигнали радара, не попередили пілота мексиканського транспортного літака про можливе зіткнення.

У повітряній катастрофі, що сталася минулої неділі, загинули 58 пасажирів «DC-9» авіакомпанії «Аеро Мексико», шість членів екіпажу, а також три пасажирки приватного літака. [...]

У цьому прикладі вже сам вступ («Зіткнення...») вказує на те, що автор посилається на подію, про яку повідомлялося раніше. У другому абзаці повторюється і відповідним чином розташовується стара інформація, потрібна для кращого розуміння нового повідомлення. Таку реконструкцію часової та змістової пов'язаності подій ми визначаємо як «прив'язку» (приклад Є).

[Є] ЛОЗАННА (rtr). Співробітника моргу із Швейцарії звинуватили у тому, що він порушує спокій мертвих. Швейцарський Федеральний суд залишив у силі винесене в четвер рішення про накладення грошового штрафу у триста франків.

Препаратор, готуючи небіжчика до поховання, без дозволу повноважних осіб вийняв у нього з рота золотий зубний протез і залишив його в себе на роботі, як він запевняє, — з чисто наукового інтересу.

На думку Федерального суду, незаперечним є те, що навіть штучна частина людського праху підпадає під захист кримінального кодексу і її вилучення кваліфікується як порушення спокою мертвих. Лиходій заслуговує на покарання навіть тоді, коли він не мав наміру збагатитися або осквернити труп. [...]

Після вступного речення та подальших подробиць у третьому реченні ми спостерігаємо прив'язку до попередніх подій, які і є основою для нової інформації. Після «шапки» журналіст посилається на обґрунтування судового рішення, вживаючи вираз «на думку...», а далі йде непряма мова.

Без відповідної прив'язки особливо важко зрозуміти новини, приводом для написання яких стала більш давня подія. Інколи доводиться навіть у вступному реченні давати прив'язку до подій, про які вже повідомлялося (приклад Ж).

[Ж] ТОКИО (дра). У восьми місцевих громадах провінції Хіросіма, що на заході Японії, після низки кривавих зустрічей з дикими ведмедями для місцевих мешканців запровадили спеціальне «ведмеже страхування». Воно частково покриває кошти на лікування жертв нападів ведмедів. Так, у четвер японське інформаційне агентство «Jiji» повідомило, що в середу ведмідь напав на 52-річного чоловіка, коли той вигулював свого собаку на гірській стежці. Він отримав тяжкі ушкодження обличчя та шиї. На північному заході провінції Хіросіма так звані чорні ведмеді живуть в умовах дикої природи.

У наступному прикладі на прив'язку вказує вже вступне речення («Вбивця...»), а в другому і третьому реченнях вона зазнає подальшого розвитку. Лише в четвертому реченні знаходимо подробиці новини, яка стала приводом для написання повідомлення (приклад 3).

[З] ЦЮРИХ (rtr). Убивцю керівника ліхтенштейнської поліції поранив Швейцарський поліцейський під час переслідування, після чого той згодом помер.

32-літній громадянин Німеччини застрелив керівника ліхтенштейнської кримінальної поліції, коли той у супроводі ще одного поліцейського збирався провести обшук на квартирі, де німець згвалтував подругу свого знайомого, у якого він зупинився. Зразу після скоєння злочину вбивцю оголосили в міжнародний розшук. Його вистежили біля містечка Рагац. Як свідчить поліція, на вимогу здатися властям він не відреагував, після чого один з поліцейських застосував зброю і смертельно поранив 32-літнього злочинця. Незадовго до цього між ним і поліцією вже відбулася перестрілка, але тоді німцеві вдалося втекти.

Послідовність розміщення нової та «старої» інформації відповідає принципу піраміди — найактуальніша інформація подається на початку, після цього вказують на зв'язок з подіями, які відбулися раніше, і в кінці подаються подробиці актуальної події, у даному прикладі — розслідування причин нещасного випадку (приклад 1).

[П] МЮНХЕН (дра). Нещасний випадок на «американських гірках» під час свята пива «Октоберфест» у Мюнхені стався через пошкодження гальмівного шланга. У п'ятницю поліція повідомила, що через несправність система не могла забезпечити тиск, необхідний для розблокування гальм. У результаті поїзд з вагончиками зупинився, а на

нього в цей час наскочив наступний поїзд. Унаслідок нещасного випадку 26 осіб дістали поранення.

Експерт, залучений прокуратурою, встановив, що шланг, який веде до гальмівного циліндра, був передавлений і отримав пошкодження. Тиск упав — і колодки гальм стислися. Через те, що запобіжний блок гальмування не спрацював належним чином, наступний поїзд не зупинився і наскочив на попередній. «Він проскочив гальмівний блок і вривався в поїзд, що застряв на останній ділянці гальмування», — сказав експерт.

3.4. Серії подій

Часто події мають подальший розвиток, що робить їх предметом повідомлень декілька разів. У такому разі виникає потреба таким чином структурувати новини — а мова йде про переважно повідомлення-події, — щоб поєднати актуальність і зрозумілість подій. Повідомлення повинні бути зрозумілі навіть для тих, хто не знайомий з початком подій.

Тому описуючи серії подій (*follow-up, running stories*) потрібно, поперше, ставити на початок останню, «свіжу» інформацію, і, по-друге, встановити її зв'язок із попередніми подіями. Як правило, це відбувається в другому або третьому реченнях.

При постійному висвітленні серії подій, які відбуваються за короткий час, на початок також завжди слід ставити найновішу інформацію. А далі через повторення вже відомої інформації вона вмонтовується в загальний контекст подій. «Прив'язку» застосовують кожного разу, коли це потрібно для кращого розуміння нової інформації.

Як належить працювати із серіями подій, продемонструємо на прикладі одного з найсенсаційніших злочинів в історії Федеративної Республіки Німеччини — «Гладбекської драми» із заручниками. Ця трагічна подія почалася з нападу двох гангстерів на банк у місті Гладбек і закінчилася через два дні поліційною операцією на автостраді біля Зігбурга та смертю однієї заручниці; до того була вже застрелена інша заручниця.

За два дні цієї драми мільйони телеглядачів стали свідками викрадення заручників, погоні за злочинцями і навіть убивства однієї з жертв — майже як у «детективі в прямому ефірі». Цей випадок увійшов в історію медіа; його вважають яскравим прикладом нехтування норм професійної етики, у першу чергу з боку тележурналістів.

Щоб ознайомитися з висвітленням серії подій, розглянемо спочатку, як повідомляло про цю подію Німецьке пресове агентство (dpa). Далі наведемо приклади повідомлень, які поєднують інформацію та інтерпретацію, а також приклади нарисів на тему драми з заручниками (див. розділ 6) і, насамкінець, звернемося до теми «Новини і етика» (див. розділ 8.3).

У вівторок, об 11 год. 07 хв. Німецьке пресове агентство в матеріалі, який складався з двох абзаців, уперше повідомило про захоплення заручників (приклад А). У вступному реченні знаходимо відповіді на п'ять запитань («як?», «де?», «коли?», «хто?», «що?»). Потім наводяться джерела і пояснюються причини захоплення заручників, а ще далі — подробиці події.

[А] ГЛАДБЕК (dpa). Зранку у вівторок під час нападу на філіал «Дойче банк» у місті Гладбек двоє озброєних злочинців у масках захопили в заручники двох службовців і сховалися в приміщенні банку. Як повідомила поліція, спочатку нападники поставили вимогу видати їм ключі від головного сейфа, що мав зробити поліцейський, одягнутий у самі лише плавки. Для більшої переконливості своїх вимог грабіжники зробили кілька пострілів бойовими патронами у різних напрямках, у тому числі й у напрямку дитячого садка, розташованого неподалік.

Через дві години після захоплення банку вони конкретизували свої вимоги і зажадали потужного автомобіля і 300 тисяч марок готівкою.

Поліція також повідомила, що свідки бачили, як о восьмій годині ранку двоє грабіжників разом із службовцями пробрались усередину банку. Ці свідки і викликали поліцію. Було викликано підкріплення з Дюссельдорфа, Дортмунда та Ессена.

У вечірніх новинах втеча гангстерів з їхніми заручниками становить «свіжий» привід; «прив'язка» подається у формі підрядного речення. У другому реченні серед іншого міститься заклик поліції до журналістів утриматися від погоні за машиною злочинців. Починаючи з третього речення, прив'язка уточнюється за допомогою деталей. При цьому відбувається хронологічна реконструкція перебігу захоплення заручників (приклад Б).

[Б] ГЛАДБЕК (dpa). Двоє озброєних грабіжників, які зранку у вівторок захопили у філіалі «Дойче банк» в м. Гладбек двох касирок як заручниць, після виснажливого чотирнадцятигодинного вічікування

ня разом із заручницями та щонайменше 420 тисячами марок сіли у наданий поліцією автомобіль і зникли з місця злочину.

На очах поліції та численних журналістів машина втікачів — «Ауді 100» світлого кольору з номерним знаком SHG-PE 42 — повільно розчинився у темряві.

Поліція звернулася до представників преси з переконливим проханням утриматися від переслідування, щоб не наразити на небезпеку обох заручників.

Здавалося, поліція нічого не робила для того, щоб перешкодити втечі. Проте через 15 хвилин потому прокурор Ессена Ганс-Кристіан Гутьяр заявив, що поліція тим часом почала переслідування.

Обидва замасковані нападники — один з них небезпечний 31-річний злочинець із Гладбека, особа його спільника поки що не встановлена — у вівторок зранку, близько восьмої години, зненацька напали на 23-річну консультантку відділу клієнтів та 34-річного касира, коли ті заходили в банк.

Один лікар, який із сусіднього будинку спостерігав за цим несподіваним нападом, відразу ж викликав поліцію. Поліція оточила будинок ще до того, як гангстери змогли добратися до жаданої здобичі.

У середині наступного дня *фра* розповсюдило огляд новин, у якому інформація поєднувалася з інтерпретацією. По обіді вийшла узагальнена інформація, що є типовим для інформаційних агенцій. Тут також уже у вступному реченні ми натрапляємо на прив'язку. За нею ідуть різні повідомлення, які вже оприлюднювалися, і лише далі (починаючи з третього речення) подаються деталі прив'язки (приклад В).

[В] ГЛАДБЕК (*фра*). За станом на другу половину дня середі ще не вдалося затримати двох озброєних грабіжників, які з вечора вівторка переховуються від поліції, захопивши з собою двох заручників — службовців філіалу «Дойче банк» в м. Гладбек — та близько 420 тис. марок здобичі. Щоб не загрозувати життю заручників, у середу поліція припинила стеження за злочинцями.

Вони поміняли вже третій автомобіль, і востаннє їх бачили в Рурській області.

Прокуратура і поліція звернулися до журналістів із закликом «бути максимально стриманими» у своїх повідомленнях. Вони також повинні бути свідомі своєї відповідальності за життя заручників, серед яких 24-річна консультантка відділу обслуговування клієнтів та 34-річний касир. [...]

У вівторок зранку, близько 8 години, незадовго до відкриття банку, озброєні автоматами злочинці в масках вистежили обох співробітників банку і заштовхали їх до приміщення. Завдяки тому, що один свідок нападу відразу ж викликав поліцію, банк було оточено ще до того, як грабіжники змогли викрасти бодай одну марку.

Після цього вони змінили свою тактику і взяли в заручники службовців банку. Щоб надати переконливості своїм вимогам — передати велику суму грошей та автомобіль для втечі — гангстери почали стріляти врізнобіч бойовими патронами.

У вівторок о 21.45, після багатогодинних переговорів про гроші й автомобіль, викрадачі сіли в автомобіль і під зливою фотоспалахів присутніх журналістів повільно вирушили у північному напрямку.

Розпочавши втечу після 14-годинного перебування у приміщенні банку, злочинці згодом поміняли автомобіль марки «Ауді 100», наданий поліцією, на інший. Уночі вони зупинилися біля однієї закускової і підкріпилися смаженою картоплею з пивом. Пізніше, погрожуючи зброєю, вони підряд поміняли дві машини, на яких продовжили втечу.

Вечірній огляд новин (приклад Г) починається з інтерпретації того, що відбувається. Адже тим часом відбулося багато подій, які неможливо втиснути в одне вступне речення. Цього разу прив'язка йде в другому реченні. У третьому абзаці згадується інтерв'ю, яке викрадачі дали журналістам у Бремені (див. розділ 8.3).

Після того події розвиваються дедалі стрімкіше, що змусило дра вже через 20 хвилин подати актуалізований випуск новин (приклад Д). Вважається, що хід подій уже відомий, тому на початку прив'язка видається не потрібною, вона з'являється лише в одному з наступних абзаців. Огляд подій складається з окремих повідомлень і тому має уривчастий характер.

У доповненні до цього огляду, яке з'явилося через півгодини (останній абзац), уперше називаються повні імена обох гангстерів. У подібних випадках це припустимо лише тоді, коли відповідає інтересам слідства (див. розділ 5.2.3).

[Г] БРЕМЕН (дра). Різко загострилася драма з заручниками. Двоє озброєних грабіжників із Гладбека, які з вечора вівторка перебувають у бігах разом із двома заручниками та 420 тисячами марок здобичі, у середу ввечері захопили рейсовий автобус з близько тридцятьма пасажирами.

При цьому вони зробили два постріли. Здається, ніхто не постраждав. У автобусі є також діти.

Увечері в Бремені грабіжники дали журналістам декілька інтерв'ю. Вони вимагають надати їм більш потужний автомобіль та ще 300 — 400 тис. марок.

Злочинці заявили про свою готовність обміняти всіх заручників на одного «легко одягненого» поліцейського в наручниках. Далі вони погрозували «висадити в повітря» автобус, бо їм «нічого втрачати».

[Д] БРЕМЕН/ГЛАДБЕК (дра). Після майже 24 годин їзди по країні обидва гангстери з Гладбека, погрожуючи зброєю, захопили увечері в середу в Бремені рейсовий автобус з тридцятьма пасажирами, вимагаючи в такий спосіб від поліції надати їм новий автомобіль для втечі. За деякими даними, з автобуса було випущено кілька заручників. За станом на вечір офіційного підтвердження цієї інформації ще не надходило.

Гангстери, які, за повідомленнями поліції, після обіду взяли до себе в машину ще одну жінку, швидше за все подругу одного з грабіжників, раннього вечора в'їхали в Бремен і кілька годин кружляли по місту. В Дельменгорсті, за десять кілометрів від Бремена, вони пересіли на нову машину, на якій знову повернулися в Бремен. [...]

Тим часом поліція з'ясувала прізвища злочинців, які у вівторок зранку здійснили напад на банк у Гладбеку і захопили в заручники 23-річну жінку та 34-річного касира. Мова йде про двох чоловіків у віці 31 та 32 роки, один з яких, як стверджують, є небезпечним злочинцем. [...]

Одного з гангстерів, який, за останніми даними, два роки тому не повернувся з короткотермінової відпустки до місця відбування покарання — в'язниці Верль у Вестфалії — звать Ганс-Юрген Рьоснер (31 рік), іншого, який на рік старший, — Дітер Деговски. Обидва вони з Гладбека. Рьоснер, який відбував тривале покарання, перебував у розшуку.

У другому вечірньому випуску (приклад Е), який дра передало приблизно через півгодини після першого, спочатку йде інтерпретуюче, узагальнююче речення. Після нього описуються останні події. У третьому абзаці йде прив'язка до більш віддалених подій того самого дня. При цьому цитується телевізійне інтерв'ю, яке й досі вважають прикладом нерозсудливості журналістики того типу, що під тиском конкуренції переступає норми професійної етики (див. розділ 8.3). Через кілька хвилин інтерв'ю в дослівному викладі потрапило в повідомлення агентства.

[Е] БРЕМЕН (дра). Пізно ввечері в понеділок у драмі із заручниками події почали розвиватися надзвичайно швидко. Обидва гангстери та їхня спілниця, що приєдналася до них у другій половині дня, пізно ввечері змусили водія рейсового автобуса, який вони захопили кілька годин до того, з двадцятьма п'ятьма пасажирами на борту, рухатися по автостраді в напрямку Гамбурга. За півтори години до півночі автобус минув автостоянку «Ойтен». Перед від'їздом п'ятьох пасажирів було звільнено. [...]

Озброєні злочинці захопили рейсовий автобус на зупинці в міському районі Гукельріде. Вони погрожували «вже дуже скоро розстріляти першу заручницю». А по тому виставили у двері автобуса дитину і поставили до її голови пістолет. У салоні пролунали постріли, але невідомо, чи хтось постраждав.

Перед тим, як автобус рушив, один із грабіжників — 31-річний Ганс-Юрген Рьоснер — дав інтерв'ю телеканалу ЦДФ: «Якщо наші вимоги не виконають, почнемо стріляти. Нам нічого втрачати — далі він продовжив: «Службовці банку дуже виснажені, особливо жінка. Вона хоче додому». Рьоснер розказує, як по дорозі вони думали звільнити обох заручників, але, за його словами, «не хотіли ризикувати».

Спочатку Рьоснер та його спілник були впевнені, що поліція їх не Переслідує, «але потім їх побачили». Рьоснер про себе: «Я відсидів одинадцять років, мені наплювати на моє життя. І це я серйозно». Питання до Рьоснера: «А невинні люди?» Відповідь: «Нічим не може зарадити». Вимоги до поліції: «Офіцера поліції сюди, з посвідченням із фотографією, руки за спиною і в наручниках. А ще — більше грошей, десь 300-400 тис. марок». Рьоснер упевнений, що йому вдасться виплутатися, так чи інакше. Гангстери впустили в автобус кількох журналістів, серед яких були й фотографи. Злочинці позували перед камерами без масок і навіть назвали свої імена.

І ще сказали, що в них «достатньо всього з собою, щоб висадити автобус у повітря». Вони готові на все, бо їм «нічого втрачати».

Впродовж дня злочинці, які у вівторок здійснили напад на банк у Гладбеку, разом із двома заручниками перебували в дорозі з Північного Рейну-Вестфалії до Бремена. [...]

Після короткого повідомлення (приклад Є) дра опівночі випускає третій вечірній огляд (приклад Ж), який знову складається з різних окремих повідомлень. У кінці йде коротка прив'язка до більш давніх подій, що трапилися того самого вечора. Тут знову виразно видно, наскільки близько перебували журналісти до подій протягом усього часу.

[Е] ГЛАДБЕК (дра). Гангстерам удалося змусити поліцію відпустити свою спільницю, яку заарештували ввечері в середу на автостоянці між Бременом та Гамбургом.

За повідомленням спеціальної поліційної комісії в Гладбеку, в автобусі один із злочинців приставив пістолета до голови дитини і погрожував натиснути на курок, якщо жінку не звільнять. [...]

[Ж] БРЕМЕН (дра). Готові на все злочинці з Гладбека в ніч на четвер здійснили свою погрозу, і в автобусі, який вони захопили напередодні в Бремені, застрелили першого заручника. За свідченнями очевидців, закривавлене тіло викинули з автобуса, не доїжджаючи автостоянки «Грундбергзее» у напрямку Гамбурга, після чого його негайно підбрала карета швидкої допомоги. Опівночі ще не повідомили був це чоловік чи жінка. У метушні одній заручниці вдалося втекти.

Тим часом автобус, який спочатку рухався у напрямку Гамбурга, розвернувся і прямує знову на Бремен.

За оцінками журналістів, які ввечора їдуть слідом за автобусом, злочинці, ймовірно, перебувають під впливом алкоголю, що робить їх особливо небезпечними.

Гангстери зупинилися перед стоянкою, щоб запитися їжею, алкоголем і сигаретами. Тут вони відпустили обох заручників — 23-річну консультантку відділу клієнтури та 34-річного касира банку, захопленіх зранку у вівторок під час нападу на банк у Гладбеку. Вільний журналіст Петер Майер запропонував обміняти їх на себе. Відразу ж після цього поліція схопила спільницю гангстерів, яка підсіла в їхній автомобіль по обіді. Проте обом злочинцям вдалося через посередництво одного журналіста змусити поліцію звільнити її. [...]

Роздаючи інтерв'ю журналістам у Бремені перед тим, як автобус вирушив, злочинці холоднокрівно заявили про свої вимоги. Вони додатково вимагають ще від трьохсот до чотирьохсот тисяч на додаток до тих 420 тисяч марок, які вони отримали ввечері у вівторок від поліції в Гладбеку. [...]

Пізніше агентство повідомляє, що заручниця, у яку стріляли, померла (приклад 3). Разом з цим іде пряма прив'язка до попередньої інформації. У повідомленні, не зважаючи на хаотичність інформації, робиться спроба впорядкувати хід подій.

Ту саму функцію виконує і ранковий огляд наступного дня (приклад 1), коли драма з заручниками наближається до своєї кривавої розв'язки. Цей огляд становить суміш інтерпретації, оперативних повідомлень та

речень-зв'язок. Він справляє враження не надто впорядкованого, мова інколи теж видається дещо незграбною — відчуються наслідки цілодобової роботи редакторів.

[3] БРЕМЕН (дра). За повідомленнями поліції, заручниця, у яку в ніч на четвер поблизу стоянки «Грундбергзее» на автостраді між Бременом і Гамбургом стріляли «гладбекські» гангстери, померла від отриманих поранень. Приблизно за годину до півночі готові на все злочинці смертельно поранили заручницю в автобусі, який вони захопили в Бремені в середу ввечері.

За повідомленнями очевидців, зараз автобус рухається на захід Німеччини.

Після опівночі автобус, у якому досі ще перебувають більш ніж 20 заручників, проминув Брінкум на околиці Бремена і їде в напрямку до Оснабрюка.

Група журналістів, що їхала за автобусом, не змогла продовжити свій шлях, бо поліція повністю перекрила автостраду. Тим часом явно сп'янілі злочинці вже протягом сорока годин знаходяться на ногах. Усі спостерігачі сходяться на тому, що це робить їх особливо небезпечними.

Захоплені у вівторок при пограбуванні банку в Гладбеку заручники — 23-річна консультантка відділу клієнтів та 34-річний касир — були відпущені злочинцями поблизу стоянки «Грундбергзее». А ще одна заручниця, скориставшись метушнею, змогла втекти.

Ситуація загострилася, коли біля стоянки поліція схопила спільницю обох гангстерів. Вона підісла в машину грабіжників після обіду. Гангстерам вдалося змусити поліцію відпустити її. Один з них сидів на задньому сидінні автобуса і весь час тримав пістолет біля скроні однієї жінки.

[1] БРЕМЕН/ОЛЬДЕНЦААЛЬ (дра). У найсенсаційнішій драмі із заручниками в історії Німеччини — через 48 годин після її початку у Гладбеку — ще не видно кінця. Тим часом автобус, у якому перебувало до тридцяти заручників, досяг Нідерландів. Двох людей було вбито.

Обидва гангстери, що вже мають судимості — 31-річний Ганс-Юрген Рьоснер та 32-річний Дітер Деговски, які, ймовірно, вживають наркотики, щоб не заснути, близько 2.30 ночі біля Нордгорна (Нижня Саксонія) перетнули на викраденому раніше у Бремені рейсовому автобусі голландський кордон. У автобусі на цей час перебувало близько 25 заручників. У зоні відпочинку Гульсбеєк біля міста Олденцааль, за п'ять кілометрів від кордону, вони зупинилися. [...]

Увечері в середу біля стоянки «Грундбергзее» між Бременом і Гамбургом у захопленому автобусі гангстери нанесли вогнестрільні поранення 15-річному підлітку з Італії. Через кілька годин він помер. [...]

Усю ніч за викраденим автобусом їхала ціла вервечка журналістів. [...] У четвер зранку ще не було жодної інформації про те, що в цей час відбувалося в автобусі. Поліція, як і раніше, виходить з того, що гангстери готові на все. Про це свідчить і випадок, який стався по дорозі в Голландію, коли автобус біля Оснабрюка раптом зупинився і з нього вісім разів вистрелили в напрямку машин, що їхали слідом. Три кулі потрапили в таксі, у якому сидів кореспондент Німецького пресового агентства. Журналіст отримав легкі поранення. Водій відбувся переляком. [...]

Тимчасом, як дра розповідає про пригоди своїх співробітників, злочинці знову в'їхали на територію Німеччини, тепер уже на викраденому автомобілі. Агентство інформує про їхній маршрут — спочатку на Кельн, а потім далі на південь — у кількох коротких та більш довгих повідомленнях (приклади І—Л). У них чітко простежується, наскільки гангстери за цей час ужилися в роль героїв медіа. Називається повне ім'я однієї з заручниць, Зільке Бішоф, яку потім убили. На додаток до всього дра подало матеріал, у якому вперше робить спробу принципової тематизації ролі медіа в цій драмі із заручниками (див. розділ 8.3).

[І] БАД БЕНТГАЙМ (дра). Обидва гангстери з Гладбека та Бремена, а також їхня подруга та дві заручниці знову перебувають на території Німеччини.

Як повідомив зранку представник поліції, зараз злочинці їдуть до лікарні на автомобілі марки BMW сьомої серії з голландськими номерами. Подруга одного з гангстерів отримала кульове поранення в ногу. Тим часом решту заручників везуть до лікарні в місто Ешеде. [...]

[К] КЕЛЬН (дра). Гладбекські гангстери Ганс-Юрген Рьоснер та Ді-тер Деговски, а також їхня подруга Маріон Льобіх на разі не бажають вести переговори з поліцією. [...] Вони повторюють, що «на все готові», вимагають дати їм «зелене світло» і наголошують, що в іншому разі «заручники помруть». Ось уже протягом кількох годин не було жодного контакту з поліцією. Вони готові говорити лише із журналістами. [...]

Гангстери весь час направляли зброю на своїх жертв. Самі заручники сказали, що вони «почуваються відповідно до обставин». Але од-

на з двох заручниць, 18-річна Зільке Бішоф, визнала, що вона «дуже боїться». Попри це, здається, більшості ласих до видовищ людей, усе це нагадує зйомки фільму із серії «Комісар поліції». [...]

[Л] КЕЛЬН (дра). У четвер, більш ніж через 52 години після початку в Гладбеку драми з заручниками, гангстери полишили центр Кельна.

Вони на великій швидкості промчали містом, при чому один з них розмахував пістолетом з вікна автомобіля. Поки що незрозуміло, куди вони прямують цього разу.

І ось настає розв'язка. Агентство повідомляє про це в терміновому повідомленні (приклад М) і зразу ж після цього подає нарис, у центрі якого — біографії злочинців. У вступному реченні ми знаходимо відповіді на три ключові питання («коли?», «хто?», «що?»); є також і вставка-прив'язка до початку драматичних подій. В одній деталі агентство припустилося негочності — від ранку вівторка до обіду четверга не могло пройти «78 годин». Знову повідомляється про «журналістську» погоню.

Повідомлення, написане в умовах жорсткого дефіциту часу, містить надзвичайно грубу помилку, адже заручниця Зільке Бішоф гине під час проведення поліційної операції (приклад М). Лише через годину надійшло уточнення, правда, без конкретизації обставин (приклад Н). У цьому повідомленні згадується також і той журналіст, який у Кельні запропонував свої послуги гангстерам і поведінка якого потім гостро критикувалася (розділ 8.3).

[М] ДЮССЕЛЬДОРФ/ГЛАДБЕК (дра). У четвер по обіді спецпідрозділ поліції землі Північний Рейн — Вестфалія поклав край сенсаційній драмі з заручниками, яка почалася 78 годин тому, у вівторок зранку в Гладбеку. Поліція нанесла удар в Семигір'ї, недалеко від кордону з землею Рейнланд — Пфальц.

В операції, подробиці якої поки що невідомі, обидва гангстери були поранені, одна заручниця дістала легкі поранення, інша залишилася неушкодженою. Після раптового нападу поліції на автомобіль грабіжників автостраду в обидва боки було перекрито. Трохи пізніше прибули карети швидкої допомоги та вертольоти.

За годину до цих подій гангстери вирушили з центра Кельна в напрямку Франкфурта. По їхньому сліду відразу ж вирушила ціла зграя журналістів, яких поліція перед початком операції відіклала.

[Н] ГЛАДБЕК (дра). Одна з жінок, яка дістала поранення на фінальній стадії кривавої драми, померла від отриманих ран. Про це повідомила на наш запит поліція міста Реклінггаузен. Представник поліції відмовився повідомити, про яку жінку конкретно йдеться. Не відомо також, чи загрожує смерть іншим потерпілим. За уточненими даними, друга заручниця також перебуває в тяжкому стані. Як повідомляють, кельнський журналіст Удо Ребель був відпущений гангстерами на автостоянці «Зігбург» безпосередньо перед початком поліційної операції. За останньою інформацією, обидва гангстери отримали тяжкі поранення.

Лише тепер, на третій день драми і більш ніж через годину після кривавої розв'язки, поступово вдається впорядкувати події і дати точні подробиці того, що відбулося. Це — ідентифікація загиблих та інформація про злочинців (прикладі О, П). Крім того, до обіду наступного дня агентство публікує два нариси про злочинців та про трагічну загибель однієї із заручниць, а також кілька статей, у яких доволі критично оцінюється роль медіа в цій драмі із заручниками (див. розділ 8.3).

[О] ДЮССЕЛЬДОРФ (дра). Увечері в четвер вдалося ідентифікувати загиблу заручницю. Її ім'я — Зільке Бішоф. Увечері ще не було відомо, чи загинула вона від куль поліції, чи була застрелена гангстерами. Її ровесницю і подругу по нещастю відправили в одну із кельнських лікарень. Як повідомило земельне міністерство внутрішніх справ у Дюссельдорфі, обидва небезпечні злочинці Ганс-Юрген Рьоснер (31 рік) та Дітер Деговски (32 роки), а також їхня подруга і мати трьох дітей Маріон Леблїх (34 роки) були направлені в різні лікарні району Рейн-Зіг. На вечір четверга ще не було інформації про тяжкість поранень цієї трійці.

[П] ГАМБУРГ (дра). 18-річна заручниця Зільке Бішоф, яка в четвер загинула на автомагістралі Кельн — Франкфурт під час поліційної спецоперації, отримала смертельні поранення зі зброї злочинців. На разі не ясно, хто зробив фатальний постріл — 32-річний Дітер Деговски чи його 31-річний спільник Ганс-Юрген Рьоснер. [...]

Через день, тобто в суботу зранку, дра додатково розповсюдило повідомлення-цитату (приклад Р), що базується на ексклюзивному інтерв'ю заручниці, яка залишилася живою, журналу «Шпігелъ». Тут уже в першому абзаці натрапляємо на прив'язки, які покликані полегшити розуміння матеріалу.

[P] ГАМБУРГ (дра). 18-річна Інес Вуатель, якій пощастило врятуватися в цій драмі із заручниками, пред'явила поліції серйозні звинувачення. Кореспондентів журналу «Шпігель» пані Вуатель сказала: «Я думаю поліцейські, що стріляли не звертали на нас, заручників, жодної уваги... Те, що трапилося із Зільке, не було неминучим...» 18-річну Зільке Бішоф було вбито під час проведення поліційної операції на автостраді Кельн — Франкфурт.

«Ми їхали 100 кілометрів за годину, я це точно пам'ятаю — заявила Інес Вуатель, яка сиділа на задньому сидінні. Раптом позаду з'явилась якась машина. Що її до того ніхто не помічав. Вони звернули на себе увагу пострілами та криками. А потім ця машина наскочила на нас. Ми вже стояли, коли наші поневолювачі почали відстрілюватися».

Очевидиця подій виключає, що зіткнення з іншою машиною могло бути простою транспортною пригодою: «Ні-ні, вони наскочили на нас із криками, як божевільні. Ми спочатку думали, що це хтось інший. Принаймні мені й на думку не спало, що це може бути поліція. Я подумала, що це якісь інші гангстери...» За словами жінки, до цього моменту ситуація в машині викрадачів була цілком спокійною: «Ми більше не боялися. Ми заспокоїлися. Ми пили пиво з банок — подруга Рьоснера, потім Деговски, який сидів разом з нами позаду, Зільке та я. Ми навіть випили разом за те, щоб усе добре скінчилося».

Це інтерв'ю було надане дра у відредагованому варіанті.

4. ВСТУПНА ЧАСТИНА НОВИН

4.1. Функції вступної частини

Вступна частина (*lead*) має виконувати одночасно декілька функцій: прикути увагу читача, дати йому перші орієнтири стосовно певної події чи ситуації та у яскравій, чіткій і зрозумілій формі узагальнити найсуттєвішу інформацію.

Для позначення всіх цих функцій використовуються такі метафори як «приманка», «збуджувач апетиту», «аперитив» або «ласо». Зважаючи на таку багатофункціональність, журналісти з особливою ретельністю підходять до формулювання вступної частини.

Більш довгі повідомлення (кореспонденції) мають навіть формально позначений вступ, який налічує не більше трьох-чотирьох речень. Головну інформацію виносять на початок, а подробиць подають рівно стільки, скільки потрібно для розуміння ситуації.

Після такого вступу з кількох речень наступна частина починається з абзацу, що оптично відділяє сам вступ від основної частини. А в замітках цю функцію виконує вступне речення, яке в «жорстких новинах» (див. розділ 6.2) містить найголовнішу інформацію.

У прикладі [А] головна інформація (обставини та результат втечі) містяться у двох реченнях. Після вступу йде детальний опис подробиць («Піший патруль поліції...»).

[А] КЕЛЬН (дра). Вчора рано-вранці 31-річний арештант утік із в'язниці в кельнському районі Оссендорф. Для цього він скористався 25-метровим підземним ходом, який прорив під тюремним муром за кілька тижнів нічної роботи.

Але вже через 80 хвилин засуджений до дванадцяти років позбавлення волі за подвійне пограбування югослав опинився знову за ґратами.

У центрі міста піший патруль поліції звернув увагу на підозрілого чоловіка і вирішив перевірити його документи. «Кріт» сам признався, що втік із в'язниці. Сама дирекція в'язниці визнала втечу «геніальною». [...]

У вступі дається відповідь на якомога більше запитань, які б поставила людина, коли б дізналася про якусь подію, — «хто?», «що?», «коли?», «де?», «як?», «чому?». Послідовність відповідей на ці запитання може варіюватися. Не завжди навіть можна відповісти на всі ці питання, проте завжди належить дати відповідь на найважливіші з них.

При цьому відповідь на запитання «що?» є центральною, але не так і легко відповісти на нього. Часто якась подія чи ситуація пропонує кілька варіантів відповіді на запитання «що?», і тоді журналіст має визначитися, на яке «що» відповісти. Особливо це стосується опису фактів (див. розділ 3.2.2) та описів-цитат (див. розділ 3.2.4), де може бути кілька варіантів відповідей.

Є ще й сьоме питання, до якого з особливою увагою ставляться в першу чергу інформаційні агентства. У Рейтер, наприклад, відповідь на це питання («яке джерело?») повинна з'явитися щонайпізніше в третьому реченні. У наступному прикладі [В] джерело називають уже в першому реченні, а в другому реченні його уточнюють. Завдяки цьому зразу ж стає зрозумілим походження узагальнених у першому реченні висловлювань про чотири причини шуму. Після вступу йдуть детальні пояснення ситуації («Швидкість 30 км/год...»).

[В] БЕРЛІН (rtr). На думку Федерального екологічного відомства, швидкість 30 км/год у житлових кварталах, сучасні двигуни, їзда на низьких обертах та мобільні лабораторії для перевірки «удосконалених» мопедів та мотоциклів є прийнятними заходами для того, щоб зменшити рівень шуму від транспорту.

Опубліковані в понеділок дані, це підтверджують дослідження та наукові розробки цього відомства.

Стверджують, що при швидкості 30 км/год значно знижується рівень шуму від автомобілів. [...]

Наступна замітка (приклад В) починається з відповіді на питання «що?» та «хто?». У другому реченні міститься чітке посилання на джерело. Першоджерелом є доповідь міністерства внутрішніх справ, оригіналу якої, проте, не було у розпорядженні редакції. Тому посилання робиться на одну англійську газету.

[В] ЛОНДОН. На думку експертної комісії, понад тисячолітній ритуал коронування в Британії необхідно замінити на поліконфесійну церемонію. У цитованій газетою «Дейлі Телеграф» доповіді, підготовленій на замовлення міністерства внутрішніх справ, говориться, що в

такій багатоконфесійній країні, як Великобританія, уже не є доречним формулювання, що зображують монарха як захисника протестантської віри. У доповіді наголошується, що чинний ритуал коронування дискримінує інші релігійні громади, зокрема католицьку церкву. [...] (SZ)

Залежно від профілю та виду медіа вступ може бути або суто «новинним», або більш розважальним. Це означає, що в одному випадку важливішою є орієнтація на інформування про суть події, а в іншому — на пробудження інтересу читача. Так, наприклад, вступна частина в ілюстрованих журналах практично завжди ґрунтується на «ефекті ласо», тобто через оригінальність та обіцянку захоплюючої історії автор сподівається «збудити апетит» у читача, щоб той дочитав довгу статтю до кінця. На відміну від цього, у новинній журналістиці завжди на першому місці стоїть оперативність інформації.

Від виду медіа залежить також, у якій послідовності у вступі даються відповіді на ключові питання. На думку критиків, у багатьох повідомленнях щоденної преси відсутні відповіді на питання «чому?» та «як?» стосовно тих чи інших подій. А, політичні тижневики, навпаки, саме на цих двох питаннях зосереджують свою увагу. З іншого боку, жовта преса цікавиться в першу чергу питанням «хто?» (знаменитості). Для регіональної газети важливою є відповідь на питання «де?», тимчасом для інформаційного агентства місце події не має принципового значення.

Принципово ж можна зауважити, що від самої події залежить те, відповідь на яке питання буде стояти на початку. При цьому має значення, що вже відомо про цю подію. Так, після вибуху на одному хімічному підприємстві спочатку описується суть події («що?», «де?», «коли?», «хто?») (приклад Г).

[Г] ЛЕВЕРКУЗЕН (rtr). Унаслідок потужного вибуху, що стався на сміттєспалювальному заводі «Байєр Верке АГ» у Леверкузені у вівторок увечері, загинув один 32-річний робітник. Ще вісім співробітників дістали поранення. За першими оцінками керівництва підприємства, завдана шкода становить мільйонну суму. Як повідомляє дирекція, причина вибуху, який, за свідченнями очевидців, можна було чути за декілька кілометрів і через який у навколишніх будинках повилітали шибки, поки що не відома. [...]

Наступний випуск цієї самої серії подій (див. розділ 3.4) містить більше інформації на питання «що?».

[Д]ЛЕВЕРКУЗЕН (rtr). За повідомленнями дирекції, вибух на сміт-теспалювальному заводі «Байер АГ» у Леверкузені, що стався 15 липня і спричинився до загибелі одного та поранення восьми робітників, завдав збитків у розмірі 15 мільйонів марок. У середу підприємство повідомило, що причина вибуху залишається нез'ясованою. Більш детальна інформація очікується через декілька днів, після завершення розслідування, що його на разі провадить прокуратура Дюссельдорфа та Відомство промислового нагляду Кельна. [...]

В останньому повідомленні серії йдеться про причини вибуху і відповідь на питання «чому?» ставиться на початок. Попередня інформація відсувається на задній план і йде вже у другому абзаці за вступом (приклад Е).

[Е]ЛЕВЕРКУЗЕН (rtr). Як повідомило керівництво підприємства, вибух на сміттеспалювальному заводі «Байер АГ» у Леверкузені міг статися внаслідок повторної хімічної реакції в резервуарах з рідкими відходами. На це вказують результати дослідження, оприлюднені в четвер дирекцією заводу. Під час вибуху 15 липня загинув один та дістали поранення вісім робітників; у 250 квартирах повилітали шибки. Лише матеріальна шкода, завдана двоконтурній спалювальній установці заводу «Байер», становить 15 мільйонів марок. Результати розслідування свідчать, що внаслідок хімічної реакції в установці утворилися гази, які за короткий час змішалися з повітрям і утворили вибухонебезпечну суміш, яка й вибухнула в спалювальній печі.

4.2. Форми вступної частини

Вступ можна поділити на два види: *узагальнюючий*, який пропонує узагальнений виклад події, та *модифікований*, який з міркувань зрозумілості містить виклад суті події, тобто відповідає на питання «що?». Окремо розглядають ще «анонімний вступ».

4.2.1. Узагальнюючий вступ

Зазвичай, інформаційні агентства починають «жорсткі новини» з узагальнюючого вступу (*summary lead*) (див. також розділ 6.2), який у стислій формі містить найважливішу інформацію. Тому правила та-

кого вступу вимагають уже в першому реченні подати щонайбільшу кількість відповідей на ключові запитання.

У наступному прикладі [А] — це питання «коли?», «як?», «де?», «що?» та «хто?».

[А] ДАРМШТАДТ (дра). У п'ятницю увечері під час розбійницького нападу на автозаправку в Дармштадт-Еберштадт трьома пострілами в живіт було небезпечно поранено її 49-річного власника. Нападника — 35-річного американського військовослужбовця — після драматичної погоні затримали і передали в руки поліції свідки злочину.

У суботу поліція Дармштадта повідомила, що зловмисник напав на власника заправки в момент, коли той збирався відвезти до банку денну виручку. [...]

Узагальнюючий вступ годиться для повідомлень, інформаційне ядро яких є зрозумілим по суті і його можна легко викласти у стислій формі. Це стосується насамперед опису подій (див. розділ 3.2.3) (приклади Б, В).

В інших типах описів, за винятком повідомлень інформаційних агентств, узагальнюючий вступ використовують значно рідше.

[Б] БРЕМЕН. Унаслідок вибуху газу в одному з бременських гуртожитків під руїнами загинуло дев'ять осіб. У четвер поліція повідомила, що дві особи вважаються такими, що пропали без вісти. Серед загиблих — три чоловіки і шість жінок.

Цілий день пожежники — часто самими лише руками — розбирали купу уламків, що утворилася на місці будинку. [...] (FAZ)

[В] ДІНСЛАКЕН (дра). Група з шести молодих правоекстремістів напала на вокзалі міста Дінслакен на 19-літнього африканця. За повідомленням прикордонної служби міста Ессена, нападники відпустили свою жертву лише після втручання співробітника служби безпеки.

На шістьох праворадикалів, серед яких була і 15-річна дівчина, подано заява в поліцію за погрози та нанесення тяжких тілесних ушкоджень. Органи безпеки в місті Ессені розпочали слідство.

Як повідомляє прикордонна служба, молодики спочатку всіляк дошкульними словами ображали 19-літнього африканця, який стояв на пероні, а потім дівчина завдала йому удару ногами в груди. [...]

4.2.2. Модифікований вступ

Альтернативною формою є модифікований вступ (*modified summary lead*). Він менш формалізований, ніж узагальнюючий вступ, який уже в першому реченні має якнайбільше відповідей на ключові питання, а тому часто важко сприймається.

Модифікований вступ у стислій формі подає квінтесенцію події. Перше речення дає відповідь на питання «що?». Як правило, в ньому не роблять чіткого посилання на джерело. Перехід до другого речення часто відбувається за допомогою фраз «Це виявило...» або «Це стало результатом...» (приклади Г, Д). Часто такий вступ не відділяють формально від усієї статті новим абзацом. Зазвичай, випускають відповідь на питання «коли?».

[Г] ГАМБУРГ. Усе більше дітей та немовлят потерпає від сінного нежитю та шкірних алергій. Це виявило опитування 631 дитячого лікаря, результати якого оприлюднив на прес-конференції «Фонд Німецької служби інформації про пилок» (PID). [...] (MoPo)

[Д] ЛОНДОН (дра). Жінки нижче оцінюють свої розумові здібності, ніж чоловіки.

Це виявило дослідження, проведене Единбурзьким університетом у Шотландії.

Як повідомила газета «Дейлі Мейл», 502 жінок і 265 чоловіків попросили оцінити коефіцієнт інтелекту (IQ) свій власний, свого батька і своєї матері. За нормальний показник було взято IQ в 100%. Жінки в середньому оцінили свої розумові здібності на 120%, а чоловіки — на 127%.

Крім того, більшість чоловіків вважають себе розумнішими за своїх матерів і такими ж розумними, як їхні батьки. На відміну від них, жінки оцінили свій IQ нижче від рівня свого батька, і приблизно так само, як IQ матері. Керівник дослідження психолог Галла Белофф вважає, що більш низька самооцінка жінок є однією з причин, чому жінки рідше від чоловіків роблять кар'єру.

Принципова відмінність модифікованого вступу від узагальнюючого полягає в його більшій зрозумілості (див. також розділ 5.4.1). Перше речення не повинне перевантажуватися великою кількістю ключових питань та різними подробицями. З іншого боку, є небезпека, що оцінки можуть потрапити на початок повідомлення. Особливо це стосується

випадків, коли вже в першому реченні з'являється таке судження, походження якого пояснюють лише у наступному реченні (приклад Є), що є неприпустимим, зокрема на радіо.

[Е] МЮНХНЕН. Запровадження курсу академічних лекцій у гімназіях значно погіршує здатність студентів до навчання. Цю думку одностайно висловили професори мюнхенських навчальних закладів. За їхніми словами, реформа вищого ступеню гімназій настільки погіршила загальноосвітній рівень випускників, що студенти медичного факультету не знають, що таке H_2O а студенти-математики не мають уявлення, що означає еліпс. [...] (SZ)

У модифікованому вступі вибудовується більш чітка ієрархія ключових питань і лише найважливіші з них потрапляють у перше речення або абзац, де їх якщо треба супроводжують поясненнями. Менш важливі питання переносять у наступні речення (приклад Є).

[Є] БОНН. З наступного року технічний огляд може подорожчати на десять відсотків. Для водіїв це підвищення виллється в майже 17 відсотків, що пояснюється вищою ставкою податку на додану вартість. З наступного року станції технічного огляду змушені будуть замість половини ставки (6,5%) перераховувати в бюджет повну ставку, тобто 13 відсотків. Це рішення ухвалив Бундесрат в рамках прийняття Закону про структуру бюджету. [...] (KstA)

Найкраще модифікований вступ підходить для складних повідомлень з великою кількістю інформації та цитат. Насамперед він дозволяє вичерпно відповісти на питання «що?». До модифікованого вступу часто вдаються бульварні газети для того, щоб перші речення звучали як сенсація (див. розділ 4.3.6).

4.2.3. Анонімний вступ

Окремий випадок становить анонімний вступ (*blind lead*). Іноді він дозволяє, відмовляючись від більш детальної інформації про дійових осіб, подати матеріал у стислій формі або ж заінтригувати читача.

В анонімному вступі дається відповідь на запитання «хто?» та «що?» (суть події) лише згадкою про якусь одну ознаку (напр., кількість/країна походження/професія/вік дійових осіб). Отже, у такому вступі не

називають прізвища та інших даних про дійових осіб; це роблять лише згодом, у другому або третьому абзаці.

До цієї форми вступу вдаються, як правило, тоді, коли дійова особа менш важлива, ніж сама подія. Якщо особа не має жодного значення, то її прізвища та інших особових даних узагалі не вказують (приклад Ж).

[Ж] АФІНИ (дра). Молоде подружжя з провінції Фтіотіс, що в Центральній Греції, провело свою шлюбну ніч у снігових заметах. Коли молодята разом з 25 весільними гостями після вінчання вирушили на тракторах від села нареченої до села нареченого, почалася хуртовина, яка й затримала їх у дорозі. [...]

Анонімний вступ використовують ще тоді, коли анонімною персоналізацією речей хочуть заінтригувати читача (приклад З). Такий вступ характерний і для нарису (див. розділ 7.3).

[З] ЕССЕН. Він дзижчить, наче машинка на атракціоні, у ньому поміщаються дві дорослі особи з багажем, його максимальна швидкість — 120 кілометрів за годину, а в щільному міському потоці машин — щонайменше 60. Але після цього йому треба підзарядитися від розетки — легковому електромобілю, розробленому Рейнсько-Вестфальською електричною компанією та конструкторським бюро «Пельманн» з Кульмбаха. Його представили публіці в середу, під час проведення зборів акціонерів електричної компанії. [...] (SZ)

У «жорстких новинах» (див. також розділ 6.2) інформаційні агентства та газети вдаються до анонімного вступу лише тоді, коли читачу, ймовірно, не відомі прізвища дійових осіб, або коли треба розвантажити вступну частину. Це буває тоді, коли учасників події багато і їх ідентифікація перевантажила б початок статті.

4.3. Початок вступної частини

Інформацію, якою відкривається новина, ми називаємо вступною. Її розміщують на початку, тобто в перших словах вступу. Для цього, з одного боку, доречною є відповідь на одне з найважливіших запитань, а з іншого — яскрава фраза або цитата.

4.3.1. Початок з питання «хто?» або «що?»

Найважливішими здебільшого виявляються відповіді на питання «хто?» та «що?» (приклади А та Б).

[А] ДЮССЕЛЬДОРФ (rtr). Німецький союз профспілок у своєму зверненні закликав приватних та державних працедавців запропонувати дівчатам справжні професійні шанси. [...]

[Б] УЛЬМ (dra). 37-річна жінка з Ульма була, ймовірно, вбита чоловіком. 40-річного чоловіка затримано у зв'язку з серйозною підозрою, — повідомляє поліція.

Такий вступ спочатку відповідає на запитання «хто?», а потім — на запитання «що?»: «хто» зробив або сказав «що»? Вступу з питанням «хто?» варто віддати перевагу, якщо людина, яка згадується в новині, цікава читачеві (визначна людина), або якщо згадка про певну організацію надає висловлюванню особливої авторитетності. Цей вступ формулюється реченням із ясною структурою.

Але важко зрозуміти зміст, якщо (як у наступному прикладі) вступна фраза обтяжена занадто великою кількістю інформації, як от: «Робоча група з питань підготовки кадрів асоціації керівників професійної пожежної охорони, у якій працюють представники майже 100 професійних пожежних команд з усіх 16 федеральних земель, а також по одному представнику австрійських професійних пожежних команд та Німецької спілки пожежної охорони, на своєму останньому засіданні в Брухзалі обрала своїм головою дипломованого інженера Ганса-Гельмута Діркса з Мюнстера».

На відміну від цього випадку, вступ з питанням «що?» одразу наближає до справи. Спочатку дається відповідь на запитання «що?», потім на запитання «хто?», тобто на найважливіше запитання: «що» зробив чи сказав «хто»? Здебільшого це відповідає інтересам читачів (приклад В).

[В] МІЛАН (dra). Коштовне каміння вартістю 1,5 мільярдів лір (2,1 мільйони марок) — 10 999 діамантів та 217 смарагдів — мала у своєму шлунку громадянка Бельгії, яку заарештовано в аеропорту Мілана за контрабанду. [...]

Недоліком описаного вступу є те, що він може спричинитися до нелогічної або безпорадної побудови речення.

4.3.2. Початок із питанням «коли?» та «де?»

Якщо питання «хто?» і «що?» вважаються найважливішими, то до питань «коли?» й «де?» ставляться скоріше як до другорядних. Деякі медіа взагалі часто випускають місце події, якщо воно зазначене перед новою.

Дедалі більше щоденних газет відмовляються від точної відповіді на питання «коли?».

Однак якнайраніше відповісти на питання «коли?» слід тоді, коли суттєве значення має точний час приводу інформаційного повідомлення (приклад Г) або коли повідомляють про *майбутні події* (див. розділ 3.2.2). Якщо треба дати поради щодо певних заходів, то повідомлення часто починають з відповіді на запитання «коли?».

[Г] МЮНХЕН. Починаючи з понеділка, швидка їзда стане дорогою: 850 марок штрафу муситиме заплатити той, хто в межах населених пунктів перевищить швидкість 70 км за годину. Досі штраф становив 450 марок. Окрім цього, права у вас заберуть на три, а не на два місяці. [...]

Нові заходи покарання, що запроваджуються з 1 травня, повинні закликати до порядку порівняно невелику групу любителів надто швидкої їзди. [...] (SZ)

У певних випадках відповідь на запитання «коли?» в новинах свідомо дається неточно або не дається взагалі. Це дозволяє журналістам (наприклад, наводячи повідомлення поліції у місцевій частині газети) не дуже сенсаційну інформацію тримати про запас кілька днів. Окремі розділи, такі як розділ економіки чи культури, часто взагалі відмовляються у своїх новинах від точного називання часу.

Вступ із питання «де?» обирається лише тоді, коли місце має особливе значення для змісту новини (приклади Д, Е).

[Д] ДУЙСБУРГ (дра). У туалеті поїзда Кельн — Гамбург грабіжник напав на 57-річного пасажира та завдав йому тяжких ушкоджень. Як повідомила поліція, грабіжник чекав на свою жертву біля туалету першого класу. Коли пасажир замкнувся в туалеті, грабіжник вибив двері та, загрожуючи пістолетом, забрав у чоловіка гаманець. [...]

[Е] АМСТЕРДАМ (дра). В одній з амстердамських галерей прибиральник позамітав твір мистецтва, створений із сигаретних недопалків і попелу. В останню мить прибиральникові завадили ви-

кинути до сміття вміст кількох попільничок, дбайливо розкладений на підлозі, — повідомила газета «Де телеграф» у вівторок. Напередодні у галереї відбувся прийом за участю близько 200 осіб. Тому прибиральник вважав, що присутні просто кидали недопалки на підлогу. Сміття являло собою твір художниці Кейко Сато.

Відповідь на запитання «де?» має бути особливо точна, якщо в новині йдеться про розкриття злочину (приклад Є).

[Є] МЮНХЕН. На незабудованій ділянці на вулиці Нойбіберштрассе в Мюнхені, приблизно за 300 метрів на захід від станції метро «Нойперлах-південь», у п'ятницю було знайдено тіло вбитої проститутки Корнелії Трег. У районі Штайнгаузен вона сіла до машини невідомого чоловіка, який задушив її, залишивши труп у районі Нойперлах. (SZ)

4.3.3. Початок із питання «як?»

Якщо обставини події мають особливе значення, новини можна почати з відповіді на запитання «як?». Завдяки цьому підкреслюється, яким чином щось сталося (приклад Ж).

[Ж] ЛОНДОН (AFP). За допомогою передачі думок та накладення рук англійський екстрасенс збирається лікувати хвору спину лева Мейджера.

Оскільки традиційна медицина неспроможна допомогти тварині, директор зоопарку у графстві Корнуел покладає надії на екстрасенса Лена Севі.

Мейджеру доведеться раз на тиждень приймати процедури. Від передачі думок Севі переходитиме до накладення рук лише в тому разі, якщо лева перед цим будуть присипляти. Директор зоопарку не має ілюзій: «Звичайно, так ми не вилікуємо хижака, але, можливо, дещо зменшимо його біль».

Коли повідомлення присвячено певним діям, вступ із питання «як?» часто є найбільш доцільним (приклади З—І).

[З] КЕЛЬН (AFP). Ополоником кухареві однієї з кельнських лікарень удалося вигнати грабіжника. Злочинець підсунув працівниці їдальні записку: «Гроші або будуть мертві». 23-річна жінка покликкала кухаря, який, озброївшись ополоником, вигнав грабіжника з кухні.

[І] МЮНХЕН. Добрими словами 51-річний таксист зумів переконати 21-річного молодика відмовитися від спроби розбійного шантажу. Злочинець, одягнений у сіру куртку, взяв таксі біля головного вокзалу, назвав адресу в районі Гартгоф і, доїхавши туди, змусив водія зупинитися на безлюдній боковій вулиці. (SZ)

[І] МЕЛЬБУРН (dpa). Тримаючи в руці змію, грабіжник здійснив напад на заправку в Австралії. Як повідомила поліція в Мельбурні, купивши кілька журналів та воду, чоловік ткнув під ніс заправнику метровою змію. З украденими грошима він втік на машині. Грабіжника та змію поліція ще шукає.

4.3.4. Початок зі словами «під час»

Повідомлення про нещасні випадки, катастрофи або акції поліції чи пожежників часто починаються словами «під час» (приклади К та Л).

[К] ПАРИЖ (rtr). Під час облоги французька поліція в середу зранку затримала близько 50 осіб, що походять із Близького Сходу, у зв'язку з останніми терористичними актами. [...]

[Л] ФРАНКФУРТ (rtr). Під час аварії з хлорним газом у Франкфурті, що сталася в понеділок зранку, за даними прокуратури, постраждало 15 людей. Аварія сталася на території однієї з фірм у франкфуртському порту. Через поки що невідомі причини з однієї бочки почав виходити хлорний газ.

У цьому прикладі в трьох реченнях дається відповідь на всі найважливіші запитання. Після вступу, що відповідає на з питання «як?» даються відповіді на питання «де?», «коли?», «яке джерело?», «хто?» та «що?». В останньому реченні міститься інформація про причину («чому?»), яка на той час була ще невідома.

4.3.5. Початок із питання «чому?»

В інформаційній журналістиці частіше ставиться питання «що?», ніж питання «чому?».

Однак, якщо причини подій відомі та здаються важливими, вони можуть правити за вступ. У таких випадках (приклади М, Н) насамперед повідомляють причину події.

[М] БРЕШІЯ (АР). У зв'язку з хропінням серед публіки, за повідомленнями італійських газет, на сцені «Театро Гранде» в італійському місті Брешія виставу за драмою Шекспіра «Макбет» було перервано ще перед заключною сценою.

Сміх глядачів із хропуна настільки розгнівав режисера та виконавця головної ролі Габріеля Лаву, що під час сцени смерті леді Макбет він розлючено повернувся й пішов зі сцени.

Леді Макбет, роль якої грала Моніка Геррїторє, тому залишилася живою; завіса впала та попри оплески більше не піднялася.

[Н] БРЕМЕН (АР). Через скрипку Страдиварі, що коштує два мільйони марок, загинула 60-річна професорка музики Мара Гревесмюль із Бремена. Про це повідомив бременський прокурор Франк Репманн.

Поліція затримала 31-річного румуна, який визнав, що на одному з вокзалів зіштовхнув жінку зі сходів, щоб викрасти скрипку. При цьому жінка зазнала смертельних травм. Скрипку вдалося врятувати неушкодженою.

У наступних випадках (приклади О—Р) інформаційне агентство та щоденні газети — з відмінностями у деталях — також віддали перевагу вступу з питанням «чому?». Завдяки цьому головну інформацію було презентовано якнайраніше.

[О] ФРАНКФУРТ (дра). Самовладання пілота «Люфтганзи» допомогло уникнути тяжкої аварії у франкфуртському аеропорту. [...]

[П] ФРАНКФУРТ. Завдяки щасливим обставинам зіткнення двох літаків у франкфуртському аеропорту не мало тяжких наслідків. [...] (FAZ)

[Р] ФРАНКФУРТ. Швидка реакція пілота «Люфтганзи» запобігла тяжкій катастрофі в аеропорту Рейн — Майн. [...] (SZ)

4.3.6. Початок, що нагадує гучний заголовок

Для підігрівання читацького інтересу бульварні газети часто вдаються до форми вступу, яку ми назвали «вступ, що нагадує гучний заголовок». При цьому відповідь на питання «чому?» зводиться до короткої формули, а новина опиняється на початку (приклади С, Т).

[С] Гіркий кінець палкої любовної ночі: парочка з Норт Шілд (північно-східна Англія) була змушена звернутися до поліції, яка відвезла коханців голими до пожежної команди. Вони прикували себе одне до одного наручниками, але загубили ключі. (Bild)

[Т] ФІЛАДЕЛЬФІЯ. Незвичний пасажир у першому класі: здійснюючи політ з Філадельфії до Сіетла, дві жінки взяли з собою свиню як «супроводжуючого терапевта». Збентеженому персоналу вони показали лікарське свідоцтво, згідно з яким тварина відіграє таку саме важливу роль, як собака-поводир.

Спочатку свиня спокійно лежала між сидіннями, але під час посадки зчинила крик. Представник авіакомпанії: «Подібне більше ніколи не трапиться». (AZ)

Це найкоротша форма вступу, причому після початкової фрази, як правило, ставиться двокрапка. Далі йде докладніше тлумачення вступної інформації (приклад У).

[У] АТЛАНТИК-СІТІ (AP). Керівництво конкурсу на звання «Міс Америка» відмовилося від правила, якому було вже 49 років: починаючи з наступного року, у конкурсах краси матимуть право брати участь розлучені та жінки, які зробили аборт. З 1950 року учасниці мусили підписувати заяву, згідно з якою вони ніколи не були вагітними або одруженими. Правила зазнали змін, оскільки відповідальні особи побоювалися, що зі штату Нью-Джерсі надійдуть позови щодо дискримінації. [...]

Використання вступу, що нагадує заголовок, залежить не лише від типу медіа, а й від теми повідомлення.

Особливо він доречний у повідомленнях про якісь дії, причому слід зважати на те, щоб подальший стиль відповідав формі заголовка (приклад Ф та Х).

[Ф] СЕНТ-ЛУІС. Смертельна суперечка двох братів через вісім рулонів туалетного паперу: робітник Натан Гікс (35 років) застрелив свого брата Герберта (33 роки), тому що той, на його думку, за короткий час використав надто багато «коштовного» паперу!

У неділю Натан Гікс, який уже вісім років мешкає разом з безробітним братом у невеличкій квартирі в місті Сент-Луїс, зробив багато покупок у супермаркеті. У тому числі він придбав вісім рулонів туалет-

ного паперу. А в понеділок із гнівом виявив, що шість рулонів уже використано. Розлючений Натан Гікс схопив рушницю і вбив брата двома пострілами в груди.

Щоправда, одразу після цього він викликав «швидку допомогу», проте надто пізно. Герберт Гікс помер через три години в лікарні.

Убивця сам віддав себе в руки поліції. Звинувачення вже готове. Однак немає підстав побоюватися смертної кари. Поліція: «Ці двоє багато років лялялися через туалетний папір». (exp)

[X] ГЕТТИНГЕН (дра). Через довжину волосся дві жінки посварилися: після того, як майстриня-перукарка з Оффенбаха на показовому виступі підкоротила волосся своїй 24-річній колезі з міста Дудерштадт на 20 сантиметрів, охоплена жахом жінка звинуватила її в завданні тілесних ушкоджень. Нібито було домовлено не змінювати довжини волосся, а лише підстригти його сходинокми. Як повідомила поліція, перукарка сама запевняла публіку, що довжина волосся залишиться незмінною. Під час стрижки жертва не мала змоги дивитися в дзеркало і лише в роздягальні виявила, що чемпіонка Європи відрізала більшу частину її зачіски. 24-річну жінку, за її словами, охопила істерика, а після цього випадку вона вже не може добре почуватися.

4.3.7. Початок із цитати

Розпочинати повідомлення з цитати — це останній варіант на той випадок, коли важко знайти інший вступ. Але такий початок може бути по-своєму елегантним. Часто при відтворенні висловлювання певної особи чи організації можна рекомендувати вжити конструкцію зі словом «як» у поєднанні з головною цитатою з висловлювання; після цього наводять подальші відомості.

У наступному прикладі Ц вступ містить узятє в лапки ядро висловлювання. Далі йде інша інформація.

[Ц] ФРАНКФУРТ (дра). Як «очевидний цинізм» голова правління профспілки працівників освіти та науки схарактеризував у середу у Франкфурті рішення узгоджувальної комісії бундесрату та бундестагу скоротити в майбутньому доходи претендентів на посади державних службовців на 241 марку. Особливо тяжко ця пропозиція позначиться, на думку профспілки, на молодих учителях, які втратять найбільші суми та й, крім, того мають освіту, яка часто призводить до безробіття.

Варіантом такої конструкції є опис реакції особи чи організації (відповідь на запитання «як?» — див. розділ 4.3.3) у вступі (приклад Ч).

[Ч] ЛЕВЕРКУЗЕН (rtr). З «подивом» та «безпорадністю» фірма «Байєр» реагувала на блокаду своїх складів членами кількох екологічних організацій. Як повідомив речник фірми в понеділок, вона не збирається звертатися до поліції та зачекає на подальший розвиток подій. [...]

4.4. Вступ із містками

4.4.1. Функція містків

Про новини треба писати якомога стисліше й виразніше. Однак це не означає, що слід вдаватися до телеграфного стилю. Головне полягає в тому, щоб створити логічні переходи між окремими реченнями та відомостями, що в них містяться.

Особливе значення має перехід від головної інформації до подальшої. Тут не повинні виникати прогалини, не можна допускати, аби створювалося враження, що повідомлення починається знов і знов. А запобігають виникненню прогалин та розривів своєрідні «Містки» (приклад А).

[А] МІЛАН (AP). Міланський суд засудив 32 особи як ліворадикальних терористів до різних покарань. Обвинувачені, котрі були членами «Бригади 28 березня» та «бойових комуністичних груп», були визнані винними у здійсненні серії терористичних актів. [...]

Містки можуть використовуватися і в самому вступі, і при переході від вступу до основної частини. Вони встановлюють зв'язок між окремими інформаціями і мають сприяти тому, щоб стисло сформульовані повідомлення органічно поєднувалися між собою.

4.4.2. Питання як містки

У вступі з містком, що забезпечує змістовний та мовний зв'язок між вступом та подальшою інформацією, часто розміщують відповіді на такі запитання:

- коли й де щось сталося?
- коли й де хтось щось сказав?
- як / з якої нагоди / у якому зв'язку відбулися якісь події?

Відповіді на запитання, які загалом вважаються не надто важливими («коли?», «де?», інколи «як?»), найчастіше вдало використовують як містки.

Перехід здійснюється на початку другого речення за допомогою висловів на зразок «під час заходу» чи «на зустрічі» (приклад Б).

[Б] ФРАНКФУРТ. Ефективнішої допомоги двом мільйонам російських німців зажадав від федерального уряду голова Міжнародного товариства з прав людини (МТПЛ) Райнгард Гнаука. На заході МТПЛ до дня російських німців у Франкфурті Гнаука звернув увагу на приклад заангажованої турботи Ізраїлю про євреїв у Радянському Союзі. [...] (DW)

4.4.3. Джерело в ролі містка

Інформаційні агентства приписують своїм співробітникам не пізніше, як у третій фразі, повідомляти, звідки походить їхня інформація (виняток: репортер виступає свідком подій).

Тому використання джерела як містка часто виявляється особливо доречним у вступі. Тут містяться дані про те, хто є автором тих чи інших висловлювань або звідки журналіст одержав свою інформацію.

Як правило, джерело називають на початку другого речення за допомогою відповідних вставних словосполучень, як от: «за повідомленням...», «згідно з твердженням...» або «за словами...» (приклад В).

[В] СІДНЕЙ (rtr). У Сідней грабіжник скористався вчора (у вівторок) ввечері страхом перед досі невиліковною хворобою СНІД. За повідомленням поліції, 20-річний чоловік увійшов до магазину залізних товарів, показав його власниці шприц і став вимагати віддати йому денну виручку.

«У мене СНІД, — вигукнув він — «Відкривай касу, або я вколю тебе». Грабіжник утік, забравши приблизно 115 марок.

Використовуючи джерело в ролі містка у вступі, часто обирають конструкцію зі словом «як» (приклад Г), хоча деякі інформаційні агентства й газети відмовляються від цього зі стилістичних міркувань.

[Г] ПАРИЖ (rtr). Проводячи розслідування терористичних актів, що сталися в Парижі минулого тижня, французька поліція вийшла на дев'ять осіб із Близького Сходу, скориставшись вказівками німецьких та швейцарських колег. Як сьогодні стало відомо з кіл поліції, у п'ятницю сімох сирійців та ліванців було заарештовано і допитано у зв'язку з третім бомбовим замахом. [...]

Конструкція зі словом «як» часто також дозволяє безпосередньо перейти від однієї інформації до наступної інформації, яка найчастіше відповідає на питання «що?». Так (приклад Д), за допомогою містка поєднуються дві інформації (затримання солдата, повернення іншого солдата).

[Д] ГЕЛЬСІНКИ (дра). Фінська поліція затримала радянського солдата, який разом із товаришем залишив свою частину біля фінського кордону. Як повідомив представник поліції у Гельсінкі, другий солдат тим часом з'явився в радянському посольстві в столиці Фінляндії і був відправлений до Радянського Союзу. За даними поліції, громадянин Радянського Союзу, затриманий недалеко від Лахті, ще не просив політичного притулку. [...]

Ще одним варіантом є перехід зі словом «як» у третій фразі, коли в другій спочатку називають джерело (приклад Е).

[Е] НЬЮ-ДЕЛІ (дра). Лише протягом останніх двох місяців браконьєри забили в національному парку Казіранга 30 носорогів, щоб нажитися продажем рогу тварин, що перебувають під захистом. Про це повідомили працівники органів захисту тварин у неділю. Як зазначають далі, попит на ріг дуже великий, передусім через його ніби то ефективну дію як афродізику: ціна на чорному ринку зросла від 14 до 16 тисяч марок за кілограм.

Інколи джерело згадується просто на початку другої фрази без жодного мовного сполучення. Далі наводяться подробиці щодо головної інформації про яку йшлося в першому реченні (приклад Є).

[Є] ЛОНДОН (AP). Двоє безробітних британських малярів, які в рамках програми з працевлаштування повинні були відремонтувати історичну церкву в Уельсі, вкрили фарбою старі фрески й гордо підписали свій «вір». Однак представник королівської комісії з охорони

пам'яток не визнав цей твір художнім і назвав його «історичною катастрофою».

4.4.4. Розмежування організації та особи

Часто вживаний варіант вступу з містком становить розмежування організації та особи (приклад Ж).

[Ж] НЬЮ-ЙОРК (rtr). Швейцарське банківське товариство (ШБТ) готується взяти участь в емісійній операції з урядовою позицією США. Віце-президент дочірньої фірми ШБТ UBS Securities Inc. Пол Девлін заявив у середу, що розраховує протягом року отримати необхідні дозволи. [...]

У першому реченні такого вступу представляють організацію, подаючи загальну інформацію («що?»). А в другій фразі тему підхоплюють, розвивають згадуючи особу, яка від імені організації зробила чи сказала щось конкретне (приклад З). Здебільшого при цьому йдеться про керівну особу, яка ідентифікується з організацією.

[З] МАНІЛА (rtr). Комп'ютерний вірус «I love you», за повідомленням філіппінської поліції, був задуманий як жарт. Провідний слідчий поліції в цій справі Нельсон Бартоломе заявив у Манілі, що підозрювані не знали про те, що скоюють злочин. Разом з цим, вони розробили вірус навмисно, хоч і не задумувалися про наслідки. Бартоломе сказав, що його установа вивчає участь у справі десяти студентів, імена яких були знайдені в програмі. Виявлений 4 травня вірус завдав у всьому світі збитків на мільярди доларів.

4.4.5. Повторення питання «хто?»

Містком після вступу може бути також повторення відповіді на запитання «хто?». При цьому на початку другої фрази знову називають дійову особу, але добирають для цього контекстуальний синонім. (приклад І).

[І] ТУРИН (dra). 34-річний водій вантажівки Джанкарло Джудіче визнав, що вбив вісім проституток у Туріні та його околицях. Чоловік склав визнання, за даними юридичних органів північно-італійського промислового міста, під час допиту, що тривав вісім годин. [...]

Повторення відповіді на запитання «хто?» можливе й у тому випадку, коли згадується організація (приклад І).

[І] БЕРЛІН (rtr). Відомство з охорони довкілля виступило з застереженням щодо використання пристроїв для зменшення жорсткості води у приватних господарствах. Установа повідомила у середу в Берліні, що такі пристрої, які зменшують жорсткість усієї води незалежно від мети її використання, «завдають шкоди довкіллю та шкідливі для здоров'я». [...]

4.4.6. Ідентифікація в ролі містка

Докладніша ідентифікація дійової особи (вік, професія або посада, місце проживання) також може виконувати роль містка після вступу (приклад К).

[К] ПАРИЖ (dra). Рада Європейського космічного агентства (ЄКА) призначила німецького інженера Йорга Фойстель-Бюхля новим директором управління космічних транспортних систем. 46-річний інженер із Мюнхена стане наступником француза Мішеля Бінье, що виходить на пенсію. Фойстель-Бюхль раніше очолював у концерні MAN відділ розробок, виробництва та якості. Він також є членом наглядової ради товариства «Аріанспейс», яке займається комерційними польотами європейської ракети «Аріан». Свою роботу в ЄКА він розпочне восени.

У цьому повідомленні особу було ідентифіковано за допомогою численних відомостей. Вказівка на вік виступила в ролі містка.

4.4.7. Розподіл відповідей на питання «що?»

Наступний варіант використання містка у вступі, що залишає дуже професійне враження та часто вживається, є розподіл відповідей на запитання «що?» у перших двох реченнях. Такий вид містка можна зустріти як у повідомленнях, побудованих на цитатах, так і в повідомленнях про факти. У такому випадку в першому реченні знаходимо резюме якогось виступу або результат події. У другому реченні подаються доповнення. Як правило, у першій фразі відповідь дається узагальнено, а важлива конкретизація виступає містком на початку другого речення (приклад Л).

[Л] КІЛЬ (дра). Геофізики попереджають про кліматичну катастрофу після світової атомної війни. «Температура знизиться на 15 градусів», — сказав бельгійський науковець Андре Бергер у Кілі на заключній прес-конференції після спільного засідання Європейського геофізичного товариства та Європейської сейсмологічної комісії. [...]

У наступному випадку (приклад М) після відповіді в початковому реченні на запитання «що?» йде додаткова інформація, яка править за місток, який одночасно несе відповідь на запитання «коли?».

[М] РИМ (дра). Італійські профспілки збираються відмовитися в період відпусток від страйків на залізниці, у сфері авіаперевезень, на поромних переправах та на громадському транспорті. Відповідне зобов'язання набрало чинності в суботу.

4.4.8. Формальний перехід

Менші труднощі викликає формальний перехід, який вживається у модифікованому вступі (див. розділ 4.2.2). При цьому у першій фразі зміст коротко узагальнюється; місток започатковується мовними формулами типу «це сказав», «це стало результатом» або «це рекомендує» (приклади Н та О).

[Н] ДЮССЕЛЬДОРФ. Кілька мільйонів баночок із дитячим харчуванням, у якому торік виявили синтетичний остроген, було знищено. Це повідомили фірми, що випускають цю продукцію. (NRZ)

[О] БЕРН (АР). Той, хто одружений, живе довше. Це стало результатом дослідження швейцарського статистичного відомства. Згідно з ним 86% одружених чоловіків досягають 65 років, однак лише 75% холостяків. Менш різкою, але досить відчутною є різниця в жінок. 93% одружених та 89% самотніх жінок можуть розраховувати на те, що відсвяткують своє 65-річчя. Проте відомство не повідомило, що саме продовжує життя одружених людей.

5. СТАНДАРТИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ

5.1. Журналістське дослідження та джерела інформації

В новинній журналістиці відомості розташовують та подають за певними правилами. Повідомлення спираються частково (причому здебільшого) на отриманий матеріал, частково на матеріал, здобутий самостійно. *Якість* цього матеріалу має особливе значення, адже самостійне збирання, упорядкування та оцінка інформації становить основу для функціонування журналістики в суспільстві.

Процес збирання інформації називають «журналістським дослідженням». При цьому йдеться про верифікацію, фальсифікацію або модифікацію висловлювань і фактів.

Професійне застосування правил журналістського дослідження є важливою передумовою серйозної новинної журналістики. Дослідження має довести ось що:

- для повідомлення про подію (див. розділ 2.2) є непереконливі причини (суттєвість, актуальність),
- наявні достовірні відомості з даної теми (надійність, солідність),
- інформація про подію зібрана та перевірена точно й детально, що дозволяє впорядкувати її так, аби вона добре сприймалася (зрозумілість).

З огляду на *суттєвість та актуальність* теми журналісти часто виходять — хоча часто несвідомо — з інформаційної цінності події (див. розділ 1.4.1). Стосовно надійності інформації діє правило, згідно з яким слід уважно перевіряти як факти, так і джерела; достовірність особливо «гарячих» відомостей найкраще забезпечує використання кількох джерел.

Проблему джерел неможливо розв'язати лише в кількісному плані. Великого значення набуває *достовірність та надійність* джерела, можливість *довіряти* йому. Для цього випадку важливо знати також, чи джерело особливо зацікавлене в оприлюдненні інформації. У принципі достовірність джерела залежить від його дистанції до події.

Коли говорять про *надійність та солідність* інформації, мають на увазі вивчення відповідей на сім запитань (див. розділ 4.1): поряд із джерелами вивчаються «хто?», «що?», «коли?» та «де?» події. Особливі проблеми для журналістського дослідження становлять відповіді на запитання «як?» та «чому?». Саме ці відповіді часто виявляються основою для такого викладу повідомлень, щоб він задовольняв вимоги постулату про *зрозумілість* (див. розділ 5.4.1).

У який саме спосіб проводиться журналістське дослідження, залежить від теми та ресурсів. В одному випадку ведеться більш-менш цілеспрямований пошук інформації, в інших — інформацію лише перевіряють. Великі й складні події вимагають іншого підходу, ніж порівняно просто структуровані явища. Достатні ресурси часу та коштів дозволяють деяким медіа отримувати солідніші результати журналістських досліджень, ніж іншим.

5.1.1. Отримання інформації

Є широкий спектр форм журналістського дослідження, причому кожна з них передбачає певний спосіб пошуку інформації за власними правилами:

- дослідження матеріалів: пошук за оригінальними документами;
- дослідження на місці: базу утворюють власні враження;
- дослідження публікацій: вивчається інформація вже опублікована в газетах, журналах і книжках;
- дослідження-розслідування: йдеться про інформацію, яка має свідопомо приховуватися від громадськості;
- дослідження за допомогою чекової книжки: інформація виявляється доступною лише за гроші;
- дослідження онлайн: розглядається інформація, наявна в Інтернеті (включаючи зазначені там форуми та служби), а також доступна через комерційні онлайн-служби.

Усі ці форми журналістського дослідження, що частково можуть змішуватися, вимагають врахування етичних правил та правових меж, встановлених для захисту особистих прав людей та їхньої інтимної сфери (див. розділ 8.2.3). Передусім при дослідженні онлайн слід пам'ятати, що достовірність інформації треба дуже ретельно перевіряти.

Особливі правила журналістського дослідження чинні щодо інформації про діяльність уряду. Часто відомості походять із «заштатних розмов» з «інформованими колами». При цьому досягають домовленос-

ті про те, чи можна цю інформацію оприлюднювати і в якій спосіб вона може бути опублікована. Спілка федеральної прес-конференції (раніше Бонн, тепер Берлін) розробила на такі випадки власну мову. Згідно з таким підходом, політики та їхні речники можуть висловлюватися «під номером один» (інформатор може бути названий повним іменем), «під номером два» (джерело дослівної цитати анонімізується за допомогою виразів «урядові, партійні або фракційні кола») та «під номером три» (інформація, яка поки що залишається конфіденційною).

У принципі «заштункова інформація», зібрана під час розмов з політиками, повинна в будь-якому разі публікуватися лише тоді, коли можна очікувати, що громадськість має виразну зацікавленість у цьому. Перед цим журналіст має докласти неабияких зусиль, аби перевірити, наскільки відповідають дійсності відомості, джерела яких він не має права назвати (обмежившись «колами» чи «інформованими джерелами»).

Порушення обіцянки зберегти анонімність джерела неприпустиме та несумісне з професійною етикою. Зрозуміло, що конфіденційності інформації, поданої «під номером три», потрібно суворо додержуватись. Окрім цього, обмануте чи розчароване джерело більше ніколи не надасть жодної інформації.

З іншого боку, журналіст не може завжди погоджуватися з тим, щоб інформатори, тобто політики, вирішували, що саме надається до оприлюднення, а що ні. Ось чому парламентським кореспондентам доводиться особливо часто «ходити по лезу». Журналісти також мусять протистояти спокусі надати незначним подіям інформаційної цінності шляхом перебільшення при їхньому відтворенні.

У столиці ФРН Берліні загострення конкурентної боротьби призвело до зміни умов у ставленні до інформаторів та інформації (приклад А).

[А] БЕРЛІН (дра). [...] Практика журналістських досліджень також адаптувалася Берліні до нових тенденцій. Прес-конференції стали нуднішими, тому що й журналісти, і політики тримаються дуже обережно. Чимало кореспондентів спостерігає за подіями використовуючи внутрішні теле- та радіоканали бундестагу та федеральної прес-конференції. Багато хто бере інформацію з повідомлень станцій «Phoenix», «p-tv» або «N24». Додаткові дослідження, які надають матеріалам завершеності, проводяться через інші канали. [...]

Кількість «заштункових» зустрічей, на яких розмова ведеться у конфіденційному тоні, збільшилася. Деякі провідні політики мають від

трьох до чотирьох подібних «гуртків», які вони залежно від складу порізно «годують» новинами. [...]

Федеральне відомство преси збирається розширити присутність урядових установ в Інтернеті, що має принести додатковий ефект: кращою стане координація досі «незалежних королівств» у роботі міністерств із пресою. Попри все це діяльність кореспондентів у Берліні вже ніколи не буде такою, як у затишному Бонні. «Робота стала жорсткішою, швидшою, але й більш хвилюючою», — в унісон стверджують майстри медіа та їхні джерела.

5.1.2. Робота з джерелами

Свої помилки у поданні інформації журналісти часто виправдовують сцейтнотом (див. розділ 5.3.1). Справді, важко уникнути помилок у репортерській професії, сповненій поспіху та гонитви за новинами. Тим важливіше не демонструвати певності, якщо маєш лише неповні або недостатньо перевірені відомості.

Тільки сумлінне дотримання професійних стандартів допоможе тримати рівень помилок у медіа в певних межах. Особливо необхідно при цьому намагатися, щоб інформація була точною і щоб її можна було перевірити. В окремих випадках можна навіть рекомендувати детально повідомляти читачів, слухачів або глядачів про виникнення інформації, щоб вони самі оцінили ступінь її достовірності.

[Б] ТРИПОЛІ (rtr). Згідно з поширеним учора повідомленням офіційного лівійського інформаційного агентства JANA, Федеративна Республіка Німеччина виявила готовність переглянути вимоги Лівії щодо компенсації за цінності, знищені під час Другої світової війни. Німецький посол у Тріполі надав відповідну інформацію лівійському бюро зв'язків із закордоном.

У Бонні речник Міністерства закордонних справ заявив, що федеральний уряд вивчає подання Лівії, у якому висловлюється прохання про допомогу в розмінуванні протипіхотних мін із часів Другої світової війни.

У даному випадку (приклад Б) уже у вступному реченні точно зазначається, звідки походить інформація про те, що ФРН збирається вивчати лівійські вимоги. Ця точна вказівка має особливе значення, тому що пізніше, у третьому реченні з'являється інформація з другого джерела, що звучить дещо інакше.

Журналісти повинні перевіряти інформацію на її *точність* (accuracy of information), а джерела — на їхню *надійність* (credibility of sources). «Якщо твоя мати каже, що любить тебе, перевір це», — так звучить відповідна — звичайно, не зовсім серйозна — інструкція в американській журналістиці.

Джерело інформації завжди слід називати в тих випадках, коли журналіст сам не був свідком подій. Винятками з цього правила є загально відомі факти (учорашня погода, столиця ФРН).

Неточну або неймовірну інформацію треба перевіряти особливо ретельно. Особливі труднощі виникають тут з даними про джерела, які неможливо перевірити (неточні, відсутні). Це стосується й так званих «кіл», які часто постачають медіа інформацією, що подається анонімно. Ясна річ, від такої «милиці» багато журналістів не хочуть або не можуть відмовитися, адже подекуди — наприклад, коли йдеться про кримінальне середовище, — необхідно захищати інформаторів загальним посиленням на джерела (приклад В).

[В] ЛАС ПАЛЬМАС (дра). Синдикат торгівців жінками з ФРН, Австрії та США було цими днями викрито на острові Гран-Канарія. Як дізналося агентство дра з надійних джерел, минулого тижня вісім німців і майже стільки ж австрійців та американців було заарештовано та доставлено до слідчого судді. Як зазначають, сутенери мали під своєю владою близько 200 проституток, у тому числі чимало жінок, які потрапили до рук торгівців людьми під час відпустки на Канарських островах.

Поштовх лавині дала 21-річна жителька Берліна, що прибувши на острів Гран-Канарія, 22 лютого познайомилася в дискотеці з чотирма чоловіками, які запаморочили її наркотиками та змусили до сексу. Коли за кілька днів вона дізналася, що її нібито «продали» за 10 тисяч марок, за допомогою друзів їй вдалося втекти.

Як далі дізналося агентство дра, у такий спосіб невідому кількість самотніх молодих туристок, схильних до пригод, ув'язнювали на острові, кораблями переправляли до Марокко, а звідти нелегально перевозили до Німеччини.

Часто співрозмовники кажуть: «А це я розповідь не для запису» (*off the record*). Якщо журналіст не заперечує, вважається, що конфіденційність гарантована. Інколи журналіст опиняється перед дилемою: з одного боку, він пообіцяв зберігати конфіденційність, а з іншого — змушений притримувати інформацію, придатну для публікації. У такому

разі він повинен потурбуватися про отримання додаткового дозволу на оприлюднення інформації. Якщо інформатор на це не погоджується, журналістові треба шукати інше джерело цієї важливої інформації.

Бажання джерела залишатися анонімним треба поважати. Водночас, виникає питання, чи потрібно оприлюднювати такоу інформацію взагалі. Інформацію, джерело якої ви не маєте права назвати, слід у будь-якому разі перевіряти особливо ретельно. Якщо джерела на бажать бути розкритими, проте зацікавлені в оприлюдненні своєї інформації, треба виявити мотиви такого інтересу.

Якщо йдеться про організації, від імені яких мають право виступати певні особи, вказівки на джерела часто мають загальний характер: «поліція», «речник фірми Х» (приклад Г). Такі джерела — принаймні, коли мова йде про державні установи, — можна вважати надійними або щонайменше такими, що їх можна цитувати.

[Г] КЕЛЬН/ГАМБУРГ (rtr). У справі викрадення Ерлеманна, за даними кельнської поліції від понеділка, були затримані останні із загалом п'яти підозрюваних викрадачів. Напередодні в Гамбурзі на вулиці були заарештовані 32-річний робітник Горст Дутц і 35-річний Дітер Гріффель. Їх підозрюють у тому, що вони брали участь у викраденні разом із заарештованими у травні Дітером та Вернером Дутцями, а також Карлом-Гайнцом Оденталем.

Журналісти полегшують собі завдання перевірки джерел, визначаючи наперед, які джерела вважати надійними, а які ні. Такий розподіл спирається на досвід самого журналіста й репутацію джерела. Однак такий підхід призводить до того, що журналісти надто швидко сповнюють довіри до ніби то надійних джерел — скажімо, великих організацій політичної чи економічної сфери з професійними прес-службами. А з іншого боку — приділяють менше уваги ніби то ненадійним джерелам, — наприклад, «пересічному громадянину».

Певні сумніви викликає також практика медіа, які отримують інформацію від інших медіа (журналістів), не перевіряючи її. Недопустимо запозичувати матеріали з інших джерел без дозволу. Однак, як засвідчують наукові дослідження, для редакцій новин на багатьох радіостанціях найважливішим джерелом виступає щоденна преса. Опубліковані в такий спосіб невірні повідомлення потрапляють до «каруселі цитат» і внаслідок повторення перетворюються на «факти».

Факти та висловлювання про факти завжди слід чітко відмежовувати. Завдяки авторитетності джерела висловлювання не стають фактами; на

це треба особливо зважати в тих випадках, коли самі джерела висувують припущення щодо певних подій та їх причин. Тому в наступному прикладі [Д] достовірність даних поліції виразно обмежується словами «як припускається».

[Д] ФЛОРЕНЦІЯ (rtr). Колишній мер Флоренції Ландо Конті був застрелений у понеділок увечері невідомими особами. За даними поліції, виконавці замаху, як припускається, належать до терористичної групи «Червоні бригади». Хоча після злочину на околиці Флоренції ніхто безпосередньо не взяв на себе відповідальності за нього, біля тіла Конті було знайдено листівку «Червоних бригад». Як припускається, двоє злочинців утекли на автомобілі.

5.1.3. Дані про джерела

Точність та прозорість являють собою головні передумови якісної новинної журналістики. Особливою мірою це стосується даних про джерела. Журналісти повинні завжди чітко показувати, звідки походять факти та думки, про які повідомляється. Тому слід із можливою точністю вказувати, з яких джерел з'явилася та чи інша інформація. Джерела треба називати так часто, як це здається необхідним (приклад Е).

[Е] МЮНСТЕР (фра). Одна жінка з Мюнстера (район Дармштадт-Дібург) уночі на понеділок зателефонувала до поліції, тому що в її ліжку лежав чужий чоловік. Після цього їй на допомогу поспішили двоє поліцейських, які розбудили незваного гостя та стали вимагати пояснень, — повідомила поліція міста Дармштадт.

Сюрпризом для поліцейських виявився той факт, що «чужинець» спав під власною ковдрою: це був законний чоловік 18-річної жінки. «Перед сном вона настільки добряче хильнула, що певний час не впізнавала свого чоловіка», — говориться в повідомленні поліції.

При описі самого процесу висловлювання теж треба бути обережним. Синоніми до слова «сказав», які мають надавати викладу жвавості, не завжди виявляються влучними. В цілому можна зупинитися на дієслові «повідомив».

Однак слова «висловив думку» або «підкреслив» можна вживати лише тоді, коли дійсно відтворюється якась оцінка або щось, зазначене з наголосом.

В разі існування сумнівів краще залишити дієслово «сказав».

Слово «сказав» можна без загрози виникнення оцінної інтонації замінити, наприклад, виразами «за даними», «за словами» тощо (приклад Є).

[Є] ЛОНДОН (rtr). За словами видавця Руперта Мердока, профспілки, представлені в редакції у видавництві щоденної газети «Таймс», погодилися на скорочення 100 робочих місць на друкарському виробництві. У зв'язку з великими збитками «Таймс» та її дочірньої газети «Санді таймс» австралійський видавець хоче зменшити кількість працівників до двох тисяч осіб. Він загрожував припинити видання обох газет, якщо цієї мети не буде досягнуто. Мердок сказав, що обидві газети будуть урятовані, «якщо ми зможемо довести до кінця ці неприємні переговори».

Джерело слід називати прямо з можливою точністю особливо тоді, коли передаються судження, оцінки та інші висловлювання думки. Тому в наступному випадку (приклад Ж) джерела наводяться кілька разів поряд з відповідною інформацією.

[Ж] БРЮССЕЛЬ (dpa). В одного бельгійського осквернителя трупів поліція знайшла 30 тисяч фотографій мертвих дітей. Як повідомила газета «Де морген» у п'ятницю, 59-літній холостяк був заарештований в Антверпені. Згідно з розслідуванням поліції, на 40 цвинтарях він викопував та фотографував дитячі трупи. За даними поліції, чоловік спав у труні. Багато років він володів магазином релігійних товарів. На нього неодноразово подавалися заяви до поліції. Поліція вже провела обшук його будинку, проте не вдалася до жодних заходів. За некрофілію в Бельгії передбачається максимальне покарання терміном на один рік.

Інколи найкращим виявляється назвати джерело вже на початку, наприклад, у випадках, коли особливо важливими є компетентність або надійність джерела (приклад З).

[З] ЛОНДОН (rtr). На думку брокера Ральфа Кестенбаума, подолання світової олов'яної кризи можливе до кінця цього тижня. «В цьому разі торгівля оловом на Лондонській біржі металів зможе відновитися на початку травня», — сказав Кестенбаум у середу в Лондоні. Брокер, який є співавтором плану санації торгівлі оловом, раніше заявив парламентській комісії, що у випадку відновлення торгівлі протягом місяця олово буде котируватися з початковою ціною близько 7 500 фунтів

за тонну. На вільному ринку ціна на олово зросла майже на 350 фунтів і досягла 6 тисяч фунтів за умови короткотермінової поставки.

Якщо в інформаційному повідомленні використовують відомості з кількох джерел, то ці відомості також слід точно розподіляти за джерелами. У наступному (прикладі I) звіт спирається на три різні джерела (уряд, свідки, мешканці Трікомале). Ці джерела наводяться разом із відповідною інформацією.

[I] КОЛОМБО (AP). Щонайменше 20 осіб стали жертвами акту помсти у Шрі-Ланці. Як повідомляється урядом та свідками, озброєні таміли застрелили або вбили щонайменше 15 сингальських цивільних, які на трьох вантажівках намагалися втекти з охопленого заворушеннями району Трікомале на сході Цейлону. За свідченням мешканців, після того, як стало відомо про масове вбивство, у місті Трікомале п'ятеро членів однієї тамільської родини на знак помсти були вбиті та спалені молодими чоловіками.

Точна вказівка на джерела конче потрібна тоді, коли висловлювання можуть потягти за собою правові наслідки. Якщо, наприклад, у повідомленні поліції після нещасного випадку зачіпається питання про винних, то твердження з цього приводу треба чітко визначати як дані поліції (приклад I); таку відповідальність журналісти не повинні брати на себе.

[II] КАРЛСРУЕ (AP). Унаслідок тяжкої аварії трамвая в Карлсруе 22 пасажирів зазнали ушкоджень, деякі з них тяжких. Як повідомив речник поліції Карлсруе, водій трамвая, за його власним твердженням, не помітив, що трамвай, який рухався назустріч, збирався повернути ліворуч. [...] Водій заявив, що його увагу відвернув один із пасажирів.

Точні дані про джерела необхідні й тоді, коли питання про винних здається вирішеним через визнання. Це так само стосується транспортної пригоди, як і масового вбивства. Доки немає висновків суду підозрювані залишаються «ймовірними злочинцями». В інформаційних повідомленнях журналіст мусить відмовитися від власних оцінок.

Журналісти несуть відповідальність за якість новин. Вони повинні бути певними в тому, що їхня інформація коректна. Вони повинні адекватно презентувати свою інформацію, вони повинні розкривати джерела своїх знань і точно називати їх разом із відповідними відомостями.

5.2. Люди та імена

5.2.1. Наведення імен та ідентифікація

Багато медіа та журналістів новинами вважають передусім імена. Повідомлення про певних — особливою мірою про відомих — осіб наперед має високу інформаційну цінність.

Щоправда, різні медіа мають свої, відмінні підходи до «інформаційного використання» людей. Разом з цим, можна сформулювати деякі обов'язкові правила, чинні в усій новинній журналістиці. Вони спираються на професійні звичаї, особисті права людини та професійно-етичні стандарти.

Якщо можливо, у новинах людей слід називати їхніми повними іменами. Винятки через правові причини допустимі чи навіть необхідні для захисту громадянина, становище якого (випадково) опинилося в центрі уваги громадськості. Як правило, від називання імені треба відмовлятися також у тому разі, коли можна очікувати негативних наслідків для особи, згаданої в повідомленні.

У наступному прикладі [A] особисті права людини (див. розділ 8.2.3) мають пріоритет над зацікавленістю громадськості в отриманні інформації, оскільки йдеться насамперед про справу, а не про особу; тому називають лише першу літеру прізвища поштового службовця.

[A] ГАННОВЕР. Після двох років блукання по законах про державну службу та відпустки — він хотів отримати відпустку без збереження заробітної платні, — у 53-річного поштового службовця Гергарда С. із Ганновера саянула незвична ідея: до земельного уряду Нижньої Саксонії він подав прохання про те, щоб його, поштового службовця федеральної державної служби, перевели на державну службу землі та одразу відправили у відпустку без збереження заробітної платні. [...] (SZ)

Якщо немає жодних правових або професійно-етичних застережень, в інформаційних повідомленнях називають імена та прізвища осіб, що згадуються. Тут слід особливо зважати на правильність написання власних імен. Гра слів з комічними чи незвичними власними іменами не дозволяється.

На відміну від англосаксонської журналістики, у Німеччині перед іменами не вживають слів «пан» або «пані». **Титули та звання** (на-

приклад, «д-р» чи «проф.») у деяких медіа подаються, в інших ні. Але в принципі їх варто згадувати лише в тому разі, якщо вони безпосередньо пов'язані зі змістом повідомлення (приклад Б).

[Б] МЮНСТЕР (дра). Лікарі та санітари-рятувальники у ФРН у разі катастрофи, подібної до Чорнобильської, були б абсолютно безпорадні. Ані лікарі, ані санітари не підготовлені до таких ситуацій. Це вчора сказав проф. д-р Петер Лавін із клініки Мюнстерського університету з приводу шостого конгресу санітарів та лікарів рятувальної служби, який наприкінці тижня відбудеться в Мюнстері. [...]

Якщо ім'я певної особи невідоме, вистачить прізвища і вказівки на функцію. Проте завжди треба ставити людей, що згадуються, у виразний зв'язок зі змістом повідомлення. Це називають «ідентифікацією» людини. Ідентифікація повинна бути максимально точною та інформативною. До неї може належати й згадка про вік.

Однак завжди треба ставити питання про зміст і доречність відомостей. Так, наприклад, не рекомендується називати професію та особливо національність особи у зв'язку із злочинном.

Людей, яких не знають, слід ідентифікувати точніше, ніж людей відомих. Іноді доцільно подати ідентифікацію перед іменем, тому що, наприклад, функція може бути важливішою, ніж сама людина (див. розділ 4.2.3). Якщо імена мають другорядне значення, спочатку варто докладніше розповісти про те, що зробили чи сказали ці особи (приклад В).

[В] ТОКІО (дра). Два університетські професори з Токіо вирішили ліквідувати відставання японської науки порівняно з іншими промислово розвиненими країнами у досить другорядній спеціальній галузі: вони збираються досліджувати кульову блискавку та мертві душі.

Кульові блискавки з давніх давен вважаються в Японії мертвими душами, які, з'являючись у подібній формі, віщують свідкам лихо. Кульову блискавку японською мовою називають «хітоама», мертву душу — «хітоама», але ці два слова практично майже не розрізняють.

Професори фізики Йошихіко Отсукі та Таро Матсуно у своєму «центрі спостереження «хітоама» хочуть збирати й аналізувати точні повідомлення свідків — адже ці феномени наділені неприємною властивістю ухилитися від прямого спостереження науковців, а чимало фізиків узагалі піддають їхнє існування сумніву.

5.2.2. Особистості сучасної історії

Загальна стриманість у називанні імен в інформаційних повідомленнях у принципі не поширюється на осіб, які постійно знаходяться в центрі уваги громадськості, — тобто, вважаються визначними (політичні діячі, відомі митці, спортсмени). Вони є **абсолютними** особистостями сучасної історії і мусять змиритися з тим, що їхні імена часто з'являються в новинах, — байдуже, у приємному чи неприємному для них контексті (приклад Г). До кола таких осіб можна зарахувати й тренера бундеслиги.

[Г] ЕССЕН (дра). Суд другої інстанції в Ессені вчора на два з половиною роки відправив югославського тренера з гандболу Маринко Андрича (44 роки) до в'язниці. Суд визнав наявним склад злочину тривалого жорстокого поводження з малолітніми та примусу до сексуальних стосунків. Дипломований учитель фізкультури Андрич, який тренував деякі команди бундеслиги, був виправданий від звинувачення у згвалтуванні.

Люди, якими особливо цікавиться громадськість, у цілому не можуть захищатися проти повної ідентифікації в слові та зображенні. Проте це не поширюється автоматично на їхніх рідних і взагалі не поширюється — як вирішив Федеральний конституційний суд — на їхніх дітей. Рідні жертв нещасного випадку мають право на захист своєї інтимної сфери й на те, щоб проти їхньої волі їх не витягали на публічний огляд (див. розділ 8.2.3).

Як «особистості сучасної історії» можна розглядати й «величини місцевого значення», тобто людей, які мають певний рівень популярності лише в обмеженому географічному просторі. Тому їхнє повне ім'я може бути назване у зв'язку з підозрою у скоєні злочину (приклад Д).

[Д] МЮНХЕН. Власник аукціонної галереї Гус Шіле на вулиці Оттоштрассе, 7 зник і розшукується за допомогою публікацій. 57-річного бізнесмена звинувачують у махінаціях із позиками, причому збитки становлять 148 тисяч марок. Його дружину Габі (21 рік) у зв'язку з обманом зараз попередньо ув'язнено в жіночій тюрмі Айхах. Її звинувачують у тому, що деякі експонати з галереї вона застала в одному з мюнхенських банків для отримання позики, а самі експонати продала. (SZ)

За пропозицією юриста Горста Нойманна-Дусберга проводиться межа між «абсолютними» та «відносними» особистостями сучасної іс-

торії. Ці поняття, які не походять ані з конституції, ані з законів про пресу, він уперше висунув 1960 року в статті, опублікованій у газеті «Юристенцайтунг». Пізніше Федеральний конституційний суд також ужив термін «абсолютна особистість сучасної історії». Це «скорочене визначення осіб зображення яких громадськість вважає вартим уваги заради зображеної особи», — говорилося у рішенні суду в справі принцеси Кароліни (див. розділ 8.2.3). Така особа, наприклад, не повинна заперечувати проти публікації її фотографій без попереднього дозволу.

Відносна особистість сучасної історії лише на певний час викликає інформаційний інтерес громадськості (наприклад, переможниці конкурсів краси, рятівники життя, жертви злочину та ін.). Якщо подія, з якою пов'язується людина, перестає бути предметом публічного обговорення, то й ця особа здебільшого знову зникає в анонімності та повністю користується особистими правами.

5.2.3. Імена злочинців

Називання імен підозрюваних у скоєні злочину в принципі виправдане лише тоді, коли воно може допомогти розкриттю злочину. Особливо це стосується великих за розмахом пошуків за підтримки медіа (приклад Е).

[Е] БЕРЛІН. Небезпечний злочинець-утікач Дітер Цурвеме, можливо, переховується в Берліні. Близько 300 поліцейських у п'ятницю від 14-ї до 21-ї години обшукували район Грунвальд, але не знайшли його.

Територію розміром 1,5 на 0,5 кілометра було перекрито, було задіяно десять поліцейських собак. 35-річний чоловік, що бігав по парку, бачив 57-річного Цурвеме близько 10.30 у Груневальді й через кілька годин повідомив про це поліцію, — сказав речник поліції Гансйорг Дрегер.

Цурвеме йшов пішки, на ньому була коричнева куртка, в руках два кульки. Він мав вигляд волоцюги, — каже свідок, якого поліція вважає надійним. Поліція підозрює Цурвеме в тому, що в березні він убив у місті Ремаген дві подружні пари. [...] (DW)

Осіб, законно засуджених судом, можна називати повним іменем лише в тому разі, коли злочин особливо тяжкий. У таких випадках після зважування усіх обставин інтерес громадськості має бути більший, ніж захист особистих прав злочинця.

Про обережність не можна забувати і під час розслідування злочинів, які здаються однозначними. Навіть якщо офіційні інстанції (прокуратура, поліція) уже виступили зі звинуваченнями, журналіст не має права їх просто повторювати, адже це може призвести до попереднього засудження особи громадськістю. Питання вини остаточно вирішує лише відповідна ухвала суду, *яка набрала законної сили*. Якщо термін оскарження ще не закінчився, слова треба добирати обережно (наприклад, «Суд вважав доведеним, що ...»).

[Є] КАРЛСРУЕ (ddp). Засудження Моніки Бьотхер до довічного позбавлення волі за вбивство двох її дітей набрало законної сили. Верховний федеральний суд своїм рішенням, оприлюдненим у понеділок, відхилив як необгрунтовану касаційну скаргу обвинуваченої на вирок суду другої інстанції у Франкфурті-на-Майні від 22 грудня 1999 року.

У цьому випадку (приклад Є) ім'я підозрюваної вбивці — через тяжкість злочину та особливо у зв'язку з великим громадським інтересом — протягом кількох років завжди повністю називалося в публікаціях. Проте в окремих випадках може виявитися необхідним називати дійові особи повними іменами вже тому, що тільки в такий спосіб можна захистити від підозри людей з подібними ознаками. Якщо, наприклад, у невеличкому місті працюють лише троє адвокатів і одного з них підозрюють в обмані, то його ім'я варто згадати для захисту інших. Разом з тим, у даному разі можна обмежитися й ініціалами.

Коли мова йде про **неповнолітніх** підозрюваних або неповнолітніх злочинців, то ситуація має принципово інший вигляд. Їх *ніколи* не називають по іменах. Це правило зберігає свою чинність і за умови, якщо на момент повідомлення ці люди вже давно досягли повноліття. Так у наступному прикладі [Ж] імені подвійного вбивці не називають, тому що він відбуває покарання, до якого був засуджений як неповнолітній.

[Ж] МЮНХЕН. Подвійний убивця, який утік із психіатричної клініки в нижньобаварському місті Майнкофен, після дводенного переслідування у вівторок здався поліції. 29-річний слюсар утік під час прогулянки на території лікарні разом з іншим пацієнтом, засудженим за численні насильницькі злочини. Другий чоловік здався поліції вже в понеділок. Подвійний убивця, родом з Аугсбурга, відбуває десятилітнє покарання за вбивство свого брата і його дружини, причому засуджений він був як неповнолітній. (SZ)

5.3. Граматичний час у подачі новин

5.3.1. Журналістика і час

Мабуть, немає іншої царини, у якій час відігравав би таку велику роль, як у журналістиці. Сам процес підготовки кореспонденцій (та кореспонденти) знаходиться під постійним тиском часу; підписання номера до друку становить при цьому лише один із численних чинників, які зумовлюють тиск. Журналісти гаяються за цікавими історіями, щоб заволодіти ними раніше від колег. Якщо їм вдається опинитися в належному місці в належний час, то результатом буде ексклюзивність і гучний успіх публікації. Та й для кар'єри це корисно.

Але постійний тиск часу, поспіх, нерозсудливість можуть і зашкодити журналістам, стати причиною помилок у їхніх матеріалах. Замість змагання за якість журналістики влаштовують перегони на кращий час, гонитву за новинами.

Справді, час є домінуючим чинником у журналістиці. Однак, якщо придивитися ближче, його значення виявляється в різних гранях. У всякому разі його можна однозначно витлумачити як визначальний аспект для журналістського поняття **актуальності**. Ясна річ, для конкурентної боротьби медіа між собою час має більше значення, ніж для публіки, для якої механізм галузі здебільшого залишається непрозорим.

Повідомлення завжди стосуються минулих подій; навіть аматори легко розпізнають останні вісті, якщо їхній зміст складається з жорстких фактів, містить новини та піддається чіткому відмежуванню; якщо між подією та повідомленням про неї пролягає лише короткий проміжок часу та якщо часова форма повідомлення становить минулий час.

Разом з тим за межами традиційних повідомлень про останні події взаємні стосунки журналістики й часу стають дедалі складнішими та заплутанішими:

- Що є новим і через це важливим — цьому неможливо дати однозначну дефініцію; для цього немає формул, існують лише звичаї та стереотипні прийоми (див. розділ 1.4).
- Питання про те, чи якийсь явище є новим, часто вирішує така обставина: чи вже повідомляв про нього власний (або інший) медіа.
- «Відчуття часу» журналістики лише на перший погляд орієнтується виключно на злободенність, тобто на початок і закінчення якихось подій; приводи для інформаційних повідомлень значною мірою дають і часові цикли.

- Часто журналісти операціоналізують «час» за допомогою питання про те, чи відхиляється щось від того, що було раніше, — наприклад, висловлення думки в промові.
- Циклічні приводи для інформаційних повідомлень визначаються ритмом виходу певних рубрик (наприклад, щопонеділка домінує спорт, щовівторка видається додаток про техніку, щосередини виходить частина, присвячена науці, тощо) та святковими днями (Різдво, Великдень), а також днями народження, ювілеями (у тому числі власного медіа) та, наприклад, театральними прем'єрами.

На традиції та звичаї журналісти орієнтуються також, обираючи часові форми для своїх інформаційних повідомлень. Новини завжди пишуть у формі минулого часу, проте заголовки, — так би мовити, як резюме повідомлення, — здебільшого подаються в теперішньому часі.

Майбутній час у медіа використовують рідко; очевидними винятками є гороскопи й прогнози погоди. Проте в підтексті повідомлень про події зазвичай у журналістиці чимало спекуляцій щодо майбутнього: про значення явищ і висловлювань, наприклад, у царині політики, про питання, хто стане чемпіоном з футболу або чи позашлюбний син президента клубу сприятиме підвищенню форми гравців.

Передусім тоді, коли медіа прагнуть справити вплив, досягти результатів, вони займаються майбутнім. У цьому разі вони вгадують наперед (передбачають, випереджають) і намагаються винести якусь тему на порядок денний для обговорення громадськістю та втримати її на цьому рівні. Саме в таких випадках журналістика сама визначає час, тоді як взагалі вона здебільшого надто рідко може власну автономію протиставити ритму об'єктів повідомлень зі сфер політики, економіки, спорту та культури.

Часова автономія у принципі незначна при поданні інформаційних повідомлень. Свобода маневру збільшується, якщо за допомогою такої форми викладу, як нарис (див. розділ 6.1), характерні ознаки подій та процесів домінують стосовно цінності новин.

За доби Інтернету необмеженим стає простір, що існує для публікацій. Претензії газети «Нью-Йорк таймс» на вміщення всіх придатних новин («Усі новини, придатні для публікації»), незважаючи на солідний обсяг цього видання, завжди знаходили свою «природну» межу. Тому (хоча і не тільки) співробітники газети дали подвійне тлумачення цього девізу: «Усі новини, які ми здатні опублікувати».

Однак світова мережа (Інтернет) руйнує не лише просторові, а й часові межі в журналістиці: з цієї причини «час» може отримати нове визначення для медіа. Це означає разом і шанси, і ризики. Якщо номер більше

не підписується до друку або якщо теоретично підписання відбувається щосекунди, то вже немає жодної причини встановлювати якісь часові обмеження для інформаційних повідомлень різного виду та обсягу. У цьому разі зникає безпосередня залежність від часу для тих новин, можливість публікації яких залежить від ритму медіа. Цей ритм медіа більше не може використовуватися різноманітними інституціями, що працюють із громадськістю, для виступів тих «дійових осіб», які ними опікуються. Це має створити нові умови особливою мірою для «символічної політики», адже досі через свою часову передбачуваність журналістика часто перетворювалася на заручницю акторів на політичній сцені, котрі прагнули висунути на передній план певну стратегічну тему.

Отже, інтернет пропонує гарні передумови для того, щоб переглянути співвідношення журналістики, з одного боку, та, з другого боку, часу і простору як орієнтовних показників для відбору й презентації новин. А це може збільшити значення аудиторії як чинника, визначального для способу подання інформаційних повідомлень, порівняно з конкуренцією медіа.

Однак, з іншого боку, медіа опинилися на глобальних інформаційних ринках під тиском нового ґатунку. Тут вони ведуть конкурентну боротьбу не тільки між собою, а з немедійними джерелами, які віднедавна «браконьєрствують» у журналістиці. Це не лише означає втрату монопольної позиції, а й може примусити адаптуватися до нових, непрофесійних правил: оприлюднювати новини й у тому разі, якщо їхній зміст ще не перевірений достатньою мірою. Загрози, пов'язані з такими тенденціями, стали особливо очевидними під час скандалу Клінтон — Левінськи: доки традиційні медіа вагалися, чи варто розкривати цю уявну аферу, «інтернет-журналістика» вирвалася вперед і змусила пресу, радіо й телебачення наздоганяти себе (див. розділ 8.5).

Свій шанс на зникнення просторових та часових меж аудиторія здобуває за рахунок проблеми заплутаності та втрати довіри до тих пропозицій, які медіа дають у світовій мережі. З огляду на фактор часу це означає, що часто незрозуміло, якою актуальністю наділені запропоновані інформації, особливо тоді, коли до них потрапляєш завдяки вказівкам *лінок* в актуальних матеріалах.

З огляду на свою інформаційну цінність щоденна газета була і залишається монолітною; ті події, про які варто повідомляти у формі «суворих новин» (див. розділ 6.2), здебільшого відбулися протягом останніх двадцяти чотирьох годин. Та цей старий порядок зникає. В Інтернеті «журналістика і час» означають розмивання меж як назад, так і вперед.

5.3.2. Перфект у вступі

Цей розділ розглядає вживання в новинах різних форм минулого часу, що наявні в німецькій мові (імперфект, перфект, плюсквамперфект), але мають інші відповідники в українській.

5.3.3. Теперішній час у вступній частині

Повідомлення про події, що мають відбутися, завжди пишуться в майбутньому часі. Проте в інформаційних матеріалах і тут зрозумілість бере гору над точністю. В цьому разі вступне речення подають у теперішньому часі, простішому в мовному розумінні (приклад А). Особливо це стосується великих заголовків у щоденних газетах, які здебільшого витримані в теперішньому часі — якщо взагалі мають часову форму.

[А] ГАМБУРГ (rtr). Промислова профспілка Метал прагне на майбутніх тарифних переговорах у Гамбургу досягти для 81 тисячі зайнятих збільшення доходів на сім відсотків. Рішення про цю вимогу тарифна комісія профспілки, за даними представника профспілки, ухвалила в Гамбурзі у вівторок. [...]

Теперішній час необхідний у вступному реченні, коли повідомляється про події, які тривають на момент повідомлення (приклад Б).

[Б] ГАМБУРГ (rtr). Тривалі морози і далі перешкоджають судноплавству в Північній Німеччині. Дирекції судноплавства в Ганновері й Кілі повідомили у понеділок, що внутрішні перевезення фактично паралізовані.

Так само в теперішньому часі інтерпретують подію з огляду на її наслідки (приклад В).

[В] БЕРН (dra). Швейцарці приходять на допомогу ретороманській меншості в боротьбі за збереження її мови. На референдумі про надання їй статусу частково офіційної ділової мови після підрахунку по перших кантонах майже три чверті поданих голосів підтримали посилення занедбані мови «руманч», що нею розмовляють лише 0,6% населення. Зміна в конституції може дозволити меншості спілкуватися з федеральними установами ретороманською мовою. Окрім цього, во-

на зобов'язує Федерацію та кантони сприяти порозумінню та взаємному обміну між мовними групами. Поряд з писемною мовою «руманч гришун» є п'ять діалектів, якими розмовляють у кантоні Граубюнден. Разом з німецькою, французькою та італійською ретороманська мова 1938 року була визнана державною, проте не стала офіційною діловою мовою.

5.3.4. Черговість уживання часових форм

У розділі розглянуто черговість уживання в новинах різних форм минулого часу, що наявні в німецькій мові (імперфект, перфект, плюсквамперфект), але мають інші відповідники в українській.

5.3.5. Дійсний та умовний способи

Велике значення в новинах має не тільки вживання відповідних часових форм, а й відповідного способу дієслова. Йдеться передусім про те, як правильно вживати дійсний та умовний способи щоб відтворити дані або висловлювання, певних інституцій чи окремих людей.

Важливу роль відіграє пряма і непряма мова. Пряму мову слід використовувати дуже ощадливо, дослівно варто передавати лише ключові висловлювання.

(Частина розділу присвячено специфічному для німецької мови засобу передачі непрямої мови за допомогою умовного способу дієслова.)

Дбайливо дібрані часткові цитати та цитати в комбінації з непрямою мовою і засобами, які передають загальний зміст висловлювання, підвищують зрозумілість. Відтворення одного, але ключового речення — в деяких випадках (приклад Г) може бути промовистішим, ніж великий фрагмент виступу.

[Г] СААРБРЮККЕН (дра). Сучасний рух емансипації, який створив для жінки нові можливості ствердити себе в професійній діяльності та громадському житті водночас, на думку ерлангенського соціолога проф. Гергарда Вурцбахера, проклав їй шлях до наркотиків. «Раніше значно відчутнішими були для жінки і соціальний контроль та керівництво чоловіка», — сказав Вурцбахер у вівторок на конференції «Жінка і наркотики» в Саарбрюккені. Сучасні процеси емансипації суттєво послабили цей контроль і тому полегшили жінці доступ до наркотиків. Крім того, жінки, як далі зазначив Вурцбахер, набагато

сильніше відчули суперечність між офіційно проголошеним правом на рівність і фактичною ситуацією. «Це загострення сприйняття дискримінації разом з особистими схильностями й недостатньою соціалізацією може призводити до фрустрації та намагання позбутися її за допомогою наркотиків».

У цитатних повідомленнях (див. розділ 3.2.4) часто використовується комбінація з прямої та непрямой мови. Вона є доцільним засобом для того, щоб так організувати відтворення відносно довгих висловлювань, аби вони стали читабельними. Такі зміни дозволяють уникнути довгих фраз, роблять текст зрозумілим, допомагають розставити акценти. При цьому дослівно цитують найважливіше та найхарактерніше, важливе стисло викладають непрямою мовою, а неважливе викреслюють (приклад Д).

[Д] РІО-ДЕ-ЖАНЕЙРО (дра). Тепер чоловіки з невеличкого містечка Бокаюва-до-сул на півдні Бразилії отримують засіб для збільшення потенції віагра безкоштовно. Як повідомила газета «О глобо», мер Ельціо Берті з власного гаманця фінансує закупівлю великих партій ліків, щоб «сприяти сексуальним стосункам і внаслідок цього зростанню чисельності мешканців».

Він збирається особисто роздавати таблетки, щоб залишити без шансів «претендентів» з інших громад.

Тільки в листопаді Берті з тією самою метою заборонив продаж презервативів та протизаплідних засобів. На закупівлю віагри він уже витратив у перерахунку приблизно 62 тисячі марок, — зізнався Берті кореспонденту газети.

«Лише завдяки зростанню чисельності мешканців місто Бокаюва-до-сул зможе отримувати більші асигнування з «Фонду територіальних громад» від центрального уряду», — так виправдав він свої дії.

Цитати можна розривати, щоб усередині речення можна було назвати джерело. Але при цьому слід зважати на природні паузи у фразі. Отже, не можна писати так: «Я хочу сприяти сексуальним, — сказав мер, — стосункам та зростанню чисельності мешканців».

В американській журналістиці скорочення несуттєвих частин дослівної цитати позначається трьома крапками (*ellipsis*). Однак у німецькій журналістиці такого звичаю немає. Зрозуміло, що три крапки подекуди вживаються, щоб, наприклад, наприкінці нарису вкласти особливе значення в останню фразу...

Цитовані оцінки також треба позначати лапками. В наступному випадку (приклад Е) слова «надто жорстко» виразно виділені як цитата, щоб витлумачити мотив злочину. На радіо тут було б потрібне додаткове пояснення (наприклад: «... надто жорстко, як вона вважає, поведився зі своїми дітьми»), аби показати, що наводиться дослівне твердження.

[Е] ЛІОН (дра). З мисливської рушниці двадцятилітня жінка з міста Моранс застрелила батька двох малих дітей, яких вона мала доглядати. За даними поліції, мотивом вона назвала те, що чоловік «надто жорстко» поведився з своїми дітьми. У родину жінку часто запрошували як няньку.

Використовуючи непряму мову слід уникати вживання особових займенників «я», «мені», «ми», «нам». Їх заміняють займенниками 3-ї особи (він, вони) або описовими виразами (*його організація тощо*).

5.4. Мова і стиль

5.4.1. Аналіз зрозумілості

Як можна зробити тексти зрозумілими, як вимірювати ступінь зрозумілості? Відповіді на ці два запитання вже багато років шукають дослідники зрозумілості. Мовознавці й занепокоєні мовними проблемами журналісти втілили ці відповіді у певних правилах, якими можна користуватися для визначення зрозумілості газетних текстів та передач радіо й телебачення. Насамперед мають на увазі використання *мовних* засобів для реалізації комунікативних завдань, проте — у ширшому розумінні — йдеться і про інші знакові системи, наприклад, про використання фотографій у рамках медійної комунікації.

Дбаючи про поліпшення якості виступів медіа, здебільшого критикують мову публікацій — з різних мотивів і з різною метою. Самі журналісти оцінюють якість написаних ними (або їхніми колегами) матеріалів передусім із погляду їх зрозумілості. Причому в центрі уваги не лише естетичний вимір, а переважно успішний комунікативний вплив на реципієнта на ринках медіа, де точиться запекла боротьба.

Наприклад, уже у 70-ті роки, коли конкурентна боротьба з телебаченням ставала дедалі запекліша, північноамериканські газети встано-

вили, що вміння їхніх журналістів писати є важливим чинником, визначальним для якості медіа в цілому. Тому вони сприяли створенню курсів письма і запросили відповідних інструкторів. А згодом виникла практична потреба дослідити зрозумілість.

Під час дослідження спочатку враховують простіші кількісні (у традиції «формул розбірливості — читабельності») та якісні показники зрозумілості. Такий спосіб емпіричного підходу частково знайшов реалізацію у спробах розробити *нормативи* зрозумілості, що практики здебільшого презентують як «стилезнавство».

Результати дослідження процесів переробки в пізнавальній системі («розуміння») мають бути так втілені в *дедуктивних* висновках щодо зрозумілості, щоб з них випливали корисні для практики результати, важливі для мовного (і не тільки) оформлення продукції медіа («зрозумілість»). Нарешті, за допомогою *визначення балансу* зрозумілості намагаються відняти корисне в усіх цих пропозиціях і розробити рекомендації для журналістської практики.

Батьком кількісних показників зрозумілості вважають Рудольфа Флеша. Створюючи свої формули розбірливості, які зажили великої популярності, він орієнтувався на ознаки, що піддаються підрахунку («предикатори»), такі, як довжина речення і слова, а також частота використання слів. У такий спосіб на основі вибіркового аналізу тексту він розробив свій принцип *«легкості читання»*. Легкість читання зростає, що коротші використовувані слова і ясніші речення. Завдяки цьому Флеш міг давати рекомендації щодо того, як треба зрозуміло писати, наприклад, уникати абстрактних іменників, які в багатьох мовах здебільшого складаються з кількох коренів і тому стають довгими.

Однак рекомендації Флеша виходили за межі суто кількісного аналізу слів та речень, адже для «хвилюючих добавок» у тексті він розробив так званий *фактор людського інтересу*, що дуже відповідає схильності американців розповідати історії. Він радив вдаватися до персоналізації, пропонувати можливість ідентифікації, тобто йти прямим шляхом до читача. «Олюдненню» тексту мають сприяти слова з *особовим значенням* (імена, конкретні особи, тварини) та *сентенцій, пов'язаних з особами* (цитати, запитання, прямі звернення тощо).

Якісні показники зрозумілості базуються на оцінці читабельності найвищих текстів. Особливо відомою тут стала *Гамбурзька концепція зрозумілості*. Її вихідним пунктом були тести, які показали: багато з того, що має бути прочитане, не розуміють ті, хто має це читати. Пошук специфічних властивостей, які повинні були забезпечити більшу зро-

зумілість текстів, допоміг відкрити чотири ознаки, від яких залежить зрозумілість тексту: простота, додаткова стимуляція (скажімо, за допомогою прикладів), структура й упорядкування, стислість і точність викладу. Простота в доборі слів і побудові речення виявилися при цьому помітно найважливішою ознакою добре зрозумілого тексту. Так само оптимально мають бути організовані зовнішня форма та побудова змісту (структура й упорядкування).

Як розробку **нормативів зрозумілості** треба визначити всі спроби навести в підручниках і втілити в життя правила зрозумілої мови, а також довідники мовних норм, дотримуватись яких зобов'язують своїх співробітників передовсім інформаційні агентства. Подібні «довідники зі стилю» за традицією видають своїм працівникам, наприклад, англосаксонські інформаційні агентства Рейтер та АП (див. розділ 1.5). На справжній авторитет у мовних питаннях перетворився в Іспанії грубезний довідник зі стилю («Libro de Estilo») щоденної газети «Ель Паїс», який витримав уже більше десяти видань і був доповнений положеннями із журналістської етики.

Спроби встановити нормативи часто нагадують напучення вчителів; разом з тим, вони аж ніяк не спрямовані проти емпіризму, принаймні частково. Одним із головних завдань при цьому залишається елегантний синтаксис: додаткові речення, дієприкметникові та інші складні конструкції, на думку авторів, перешкоджають розумінню текстів.

Вивчення зрозумілості стало ефективнішим, коли досягнення психології навчання і теорії інформації почали використовувати для формулювання **дидактичних висновків**. Так, наприклад, теорія навчання наголошує: щоб бути зрозумілим, текст повинен мати таку структуру, яка спирається на попередні знання та здібності читачів. *Теорія інтересу* підкреслює: варто стимулювати читачів суперечностями, щоб навчальний ефект виникав на основі пізнавальних конфліктів. Нарешті, теорія інформації рекомендує у повідомлення які важко сприймати вбудовувати повтори — надлишок може підвищувати зрозумілість.

Дослідження, здійснені на основі цих підходів, засвідчили, що в кінцевому підсумку структура змісту більше впливає на зрозумілість, ніж мовна форма, яка скоріше служить «точному настроюванню». *Як видається*, вони рекомендують переглянути принцип побудови новин: замість того, щоб будувати тексти за принципом «переверненої піраміди» (див. розділ 3.1), їх слід упорядкувати, за змістом розташовуючи всі частини навколо інформаційно важливих центрів. Якщо таку структуру підтримувати друкарськими засобами, можливим стане читання тексту без втрат для зрозумілості.

Проте зрозумілість — це ще не все: оптимальні навчальні досягнення можливі тільки тоді, коли тексти однаковою мірою *зрозумілі й цікаві*. Дуже зрозумілі тексти можуть висувати до читачів надто низькі вимоги; оптимальним є середній рівень зрозумілості. Однак, щоб його досягти, потрібно щоразу точно знати ступінь попередніх знань аудиторії, — для практики журналістики це ілюзорне уявлення.

З огляду на перспективи журналістики всім цим зусиллям властивий один спільний недолік: вони зводять проблему зрозумілості до мови і тексту. Проте саме тепер, у сучасній медійній комунікації центральну роль — причому з тенденцією зростання — відіграє графічне та зображальне (ілюстративне) оформлення матеріалу.

Оскільки дослідницьких результатів багато, — саме з огляду на використання наукового досвіду для поліпшення пропозицій медіа — здається необхідним здійснити **визначення балансу зрозумілості** та втілити його в практичній діяльності. При цьому слід усвідомлювати, що оптимальної зрозумілості як результату «інтерації» ознак тексту та ознак реципієнта неможливо досягти. Якщо наявні лише загальні припущення щодо гетерогенної аудиторії, то навіть найкращі наміри журналістів наслідків не дадуть. Треба також взяти до уваги, що повністю адресне оформлення повідомлень медіа можливе лише за рахунок точності змісту. Тобто не існує рецепта зрозумілості, який відповідав би *всім* вимогам; можна говорити про «золоту середину» між предметною точністю та адаптацією до — припущених — попередніх знань відповідної аудиторії та її спроможності розуміти.

Визначення балансу зрозумілості певною мірою кореспондує з традиційними підходами новинної журналістики, які зарекомендували себе як корисні. Зокрема, відповідно до принципу «переверненої піраміди» (див. розділ 3.1) головну інформацію можна відрізнати від додаткової.

Окрім цього, уже Флеш звернув увагу на необхідність «хвилюючих добавок», які в сучасному «інформаційному розважанні» набувають головного значення. Щодо цього аспекту зрозумілості можна запропонувати такі рекомендації:

- запропоновані новини повинні бути несподіваними й новими для читачів;
- у співвідношенні між основними фактичними даними потрібно показати несподівані аспекти;
- цілком нові фактичні обставини треба відображати так, щоб вони могли викликати в читача асоціації з його власними знаннями;
- складні інформації слід зробити дохідливими та ілюструвати їх (за допомогою прикладів, порівнянь, цитат, бувальщин).

5.4.2. Побудова речення та вибір слів

При створенні інформаційних повідомлень зрозумілість потрібно узгоджувати з точністю змісту. Цього треба прагнути і в побудові речення, і в доборі слів. Незрозумілими виявляються довгі, ускладнені речення. З цієї причини не варто також переважувати інформацією вступну, початкову фразу.

Дослідники зрозумілості рекомендують вживати речення із середньою складністю побудови. Слід утворювати короткі речення, хоча їх довжина може варіюватися. Для написання новин існує два основні правила: не більше 15 слів в одному реченні (на радіо — 13 слів); не більше однієї теми в одному реченні. Як засвідчують дослідження, у телевізійних новинах на каналах ARD та RTL речення зараз у середньому складаються з 13—14 слів.

У газеті «Більд» часто зустрічаються фрази лише з п'яти слів. В газеті «Франкфуртер альгемайне цайтунг», за підрахунками, найбільше речень мають по 16 слів.

Тут діє фундаментальна засада: треба відмовитися від складнопідрядних та складносурядних речень, дієприкметникових зворотів та інших ускладнених граматичних структур. Речення належить будувати так, щоб їх можна було перервати в будь-якому місці, не порушуючи правил синтаксису.

У новинах потрібно по змозі вживати речення у які мають просту будову (підмет, присудок, додаток), де присудками є дієслова дійсного способу. Такі засоби типові для початку повідомлення з відповіді на питання «хто?» та «що?» (див. розділ 4.3.1). Від поєднання частин речення за допомогою «та», «або», «тому що» слід відмовитися, якщо в цьому немає крайньої потреби. Краще розпочати нову фразу. Разом з цим, якщо поставити одне за одним надто багато коротких речень, це нагадуватиме «рубаний стиль», типовий для бульварних газет (приклад А).

[А] БАУНАТАЛЬ. Він сам збудував свій будиночок. Камінь на камінь, дванадцять років він відпрацьовував борги. Марно. Адже приїхав адвокат з його банку, сказав: «Будь ласка, виїздіть, Ваш будинок буде примусово проданий з торгів». Лотар Вагнер (47 років) з Баунаталья (Гессен) жорстоко помстився: цеглиною він убив адвоката Райнера Горста (35 років). (*Bild*)

Кілька коротких фраз одна за другою — це засіб, який швидко набридає, однак не підвищує рівня зрозумілості. Краще змінювати мовні

засоби, щоб короткі речення чергувалися з складнішими конструкціями з головними та підрядними реченнями.

У повідомленнях побудова речення має відповідати змісту: не можна ховати щось суттєве, а менш важливе висувати на перший план. Тобто головні речі повинні міститися в головних реченнях, другорядні — у підрядних. У такий спосіб структура фрази допомагає дотримуватися принципу піраміди, за яким інформація розташовується в ієрархічному порядку.

Абзаци поліпшують зрозумілість повідомлень. Однак абзаци не повинні бути надто короткими і розривати пов'язані між собою відомості. Як правило, в інформаційних повідомленнях абзаци роблять через кожні два-три речення.

У новинах має бути тільки необхідніше. Це стосується й риторично-стилістичних елементів. Словесні прикраси тут зайві, як і перебільшення або відхилення від теми.

Ілюстративні мовні елементи та повтори обмежуються найнеобхідніми випадками. Вигадливі **фрази**, кліше та невдалі образи часто мимоволі справляють комічне враження.

На кліше перетворюються надто часто вживані метафори, як, наприклад, «подавати сигнали», «переводити стрілки», «вершина айсберга», «давати зелене світло». Мовне відтворення події завжди має бути адекватним предмету інформаційного повідомлення. Надмірна емоційність та псевдооригінальність манери писати недоречні й тому смішні. Слід уникати заялжених фраз і виразів.

Той, хто прагне влучно формулювати свою думку, повинен працювати над поліпшенням своєї мовної компетенції. Разом з тим, невдалі в мовному плані статті часто є наслідком недбалого журналістського дослідження: результати збирання інформації настільки мізерні, що автор вважає за необхідне «роздмухати» свій матеріал за рахунок мовних прийомів.

Якщо говорити про слова як про частини мови (іменники, прикметники, дієслова, прийменники), то варто взяти до уваги деякі застереження.

- Серед іменників найбільшу загрозу становлять абстрактні слова та слова, що закінчуються на -ність, -тість, -ція, -ання, -ення тощо. Журналістику вони перетворюють на підрозділ бюрократичного апарату, який довів до довершеності іменний стиль («вдосконалення діяльності адміністрації» тощо). Не менш небезпечні ряди іменників у родовому відмінку як от: «проведення атестації працівників апарату комітету».

- При написанні новин прикметники вживають дуже оцадливо. Вони потрібні для того, щоб відрізнити одну подію від іншої («Чергове засідання відбулося ...»); але як прикраса чи тим більше як оцінне означення неприпустимі. До того ж виникає загроза «соломяної соломи» («емоційні порухи почуттів», «кругла куля»).
- За можливістю слід уникати дієслів із бюрократичної мови («здійснювати», «проводити», «вдосконалювати»). Рекомендується вживати активні, наочні дієслова.
- Часто помилково вживаються прийменники, це пов'язане з незнанням правил керування.

Надмірність, тобто зайва інформація, при написанні інформаційних повідомлень може виявиться однаковою мірою і слухною, і недопустимою. У мовному плані некоректно наводити в одному реченні однакові чи близькі за змістом слова й вирази (плеоназм) та вживати подвійні вирази («справжній факт», «заново відновлений будинок», «повністю зруйнована фабрика»). Заважають також тавтологія та модні слова.

Однак надмірність допустима, і навіть необхідна, якщо з огляду на зрозумілість робиться посилання на вже оприлюднену інформацію або якщо незрозуміле поняття витлумачується за допомогою повторення іншими словами. Тексти, у яких відсутнє зважене співвідношення нових і надмірних елементів, здебільшого залишаються незрозумілими для читачів, глядачів та слухачів. Особливо це стосується новин по радію.

Слід уникати евфемізмів, які можуть або перебільшувати значення предмета чи події, або, навпаки, применшувати його. Так відбувається, наприклад, коли великий автомобіль називають «шикарним лімузином», заправка перетворюється на «сервісний центр», а з іншого боку — дорогу вечірню сукню називають «ганчіркою» або про отруєння морів хімічними відходами пишуть як про «злив рідких кислот».

Інформаційна журналістика повинна шукати влучні слова та вирази, які нічого не прикрашають і не перебільшують. Іноземні слова, там, де це можливо, варто замінити на зрозуміліші, поширеніші поняття.

Такі визначення, як Кремль, Єлисейський палац або Білий дім, не вживаються в інформаційних повідомленнях як синоніми відповідних урядів. Люди платять не своєю смертю, а своїм життям. У транспортних пригодах люди дістають травм та ушкоджень, тоді як на війні — поранень. Французька зброя — це зброя, виготовлена у Франції; зброя, яку використовують французи, — це зброя французів.

5.4.3. Сполучники

У цьому розділі на матеріалі німецької мови коротко розглядаються проблеми пунктуації та вживання сурядних сполучників.

5.4.4. Мовні правила

Однією з найважливіших вимог до журналістики є вимога відповідального ставлення до мови. Цей постулат має і професійний, і етичний характер. Ясна річ, необхідно зважати на чинні правила відповідної мови. Інформаційні повідомлення й нариси повинні відповідати нормам правопису й тим домовленостям, які розробляються в самих медіа.

Такі домовленості в Німеччині не настільки обов'язкові, як, скажімо, у США. Там не лише інформаційні агентства, а й чимало газет видають стилістичні довідники-порадники, на 200 а то й більше сторінок. При цьому мова йде про досягнення певної єдності та однотайності у правописі, пунктуації, вживанні великої літери та скорочень, а також назв, цифр і дат (див. розділ 5.4.1).

Однак і без подібної формалізації в німецьких редакціях існує консенсус щодо низки фундаментальних мовних правил. Зокрема, вони стосуються використання скорочень і цифр.

Абревіатури, що, як можна припустити, відомі не всій аудиторії (наприклад, ДТГП або УСПП), треба пояснювати. Найкраще спочатку подавати повну назву, а потім скорочення, яке далі може повторюватися. Це саме стосується назв рідною мовою англomовних організацій (наприклад, Організації з економічної співпраці та розвитку (OECD)).

Навіть після реформи правопису **цифри** до дванадцяти включно в медіа пишуться словами. Винятками є нумерація (наприклад, номери будинків) або статистичні дані, що подаються цифрами. Окрім цього, діють прагматичні правила: те, що можна між собою порівняти, пишеться однаково; неточні цифрові дані наводяться словами («три тисячі осіб чекали на стадіоні ...»).

Якщо є така можливість, цифрові дані треба унаочнювати, зокрема за допомогою порівнянь («такого розміру, як футбольне поле»). У будь-якому разі вербалізація («кожний третій італієць») краща від простого наведення відсотків (приклад Б).

[Б] РИМ (дра). За даними опитування, кожний третій італієць товариство свого собаки цінує більше, ніж товариство дружини. Із собакою принаймні не треба сперечатися про те, що ввечері дивити-

ся по телевізору, — аргументують любителі собак. «Італійським дружинам тепер загрожують вже не гарні секретарки, а собаки», — так газета «Републіка» прокоментувала опитування, проведене журналом «Класс». При цьому на питання відповідали 655 італійців віком від 25 до 60 років. 30 відсотків опитаних вважають, що собака — найкращий партнер. Разом із цим, 26 відсотків дотримуються думки, що собака може стати сполучною ланкою між чоловіком та дружиною.

Найсуттєвіші зміни в мовних правилах відбулися в німецьких медіа внаслідок реформи правопису. Інформаційні агентства доклали особливих зусиль для своєчасного з'ясування надзвичайно складних нововведень. Вони одноставно вирішили запровадити реформу «одним махом», щоправда, з певними спеціальними регулюваннями. Таке рішення було зрозумілим, адже саме інформаційні агентства мусять дотримуватися однозначності: це необхідно, щоб забезпечити для своїх клієнтів можливість планування, а також з огляду на те, що для використання своїх електронних систем та їхніх пошукових функцій слід виключити зайві варіанти написання.

Агентства домовилися між собою про цілу низку правил правопису та пунктуації, які поширюються виключно на німецьку мову.

Газета «Франкфуртер альгемайне цайтунг» була обурена тим, до чого призвела конференція міністрів культури та освіти своєї реформи правопису, — з 1 серпня 2000 року газета повернулася до старого правопису. Одночасно це впливове видання влаштувало багатотижневу кампанію, розраховану на підтримку з боку читачів. Так, посередині власного оголошення на цілу шпальту стояло лише одне слово: «неподобство» (німецькою «Missstand», написане за новим правописом з трьома «s», що було нечувано раніше), а нижче зауваження: «це одна з причин, чому ми повернулися до правопису, що добре себе зарекомендував». У редакційній частині було видруковано величезну кількість статей і листів, як наприклад, такий лист учителя німецької, латинської, грецької мов та етики, який закликав інші медіа також повернутися до старих норм — в інтересах школярів (приклад В).

[В] Якщо преса повернеться до старого правопису, вона краще сприятиме розвитку школярів, ніж керуючись новими правилами. Контраст із старим правописом може виявитися навіть корисним для школярів. Чому? В час, коли ніби то прагнуть відкинути зайвий баластний матеріал, розвивати здатність учнів мислити та працювати самостійно («Вчити навчанню»), а також дати школярам певні ключові

вміння, викликає подив, що газети не вірять у те, що школярі зможуть розрізнати реформований і нереформований правописи! [...]

Преса не повинна коритися, вона мусить боротися за краще і вірне. Вона не повинна дозволяти шантажувати себе, бо, скорившись, ніяк не зможе допомогти заручникам. (FAZ)

Важливішими, ніж боротьба за «правильність» правопису, є етичні аспекти відповідального ставлення до мови. Німецька рада преси (див. розділ 8.4) не раз це зазначала гостро критикуючи, наприклад, повідомлення про війни і злочини. «Журналісти не повинні некритично передавати вислови учасників бойових дій та злочинців, що применшують значення св.їх дій», — говорилося в одному із закликів цього органу. Абсолютно неприйнятне, наприклад, слово «чистка», коли йдеться про депортацію людей в охоплених війною районах, або «побічні втрати», коли йдеться про вбитих людей. У такий спосіб масштаби злочинів применшують, а жертв принижують.

У практиці новинної журналістики трапляються випадки дискримінації певних груп населення внаслідок використання принизливих стереотипів або виразів з ідеологічним забарвленням, що можуть підсилити певні упередження. Часто це відбувається через недбале ставлення до мови. Так, людей, про яких повідомляється, дискримінують, підкреслюючи ті їхні ознаки, які в інших випадках взагалі не згадуються (наприклад, колір шкіри спортсменів). Така дискримінація на основі етнічної приналежності являє собою расизм.

Від різних форм дискримінації медіа страждають не лише іноземці, а й інші меншини, наприклад, люди з обмеженими можливостями, члени сект, люди без певного місця проживання або отримувачі соціальної допомоги. У поліційній повідомленнях через безвідповідальність знов і знов поширюється стереотип, що іноземці ніби то взагалі більше схильні до скоєння злочинів, ніж німці. Уявна ідентифікація (див. розділ 5.2.1) підозрюваних («справляє враження іноземця») служить не розкриттю страшного злочину, а розпалює подібні передсуди (приклад Г).

[Г] Попередження мюнхенської поліції про можливість згвалтування мешканка Ансбаха, напевно, не зрозуміла. У всякому разі 23-річна службовка в середу близько 22-ї години після відвідування дискотеки сіла в невідому машину. Чоловіки запропонували завезти її до центру міста, де вона хотіла зустрітися з друзями. Замість цього вже через кілька метрів машина зупинилася, і двоє чоловіків, що справляли враження іноземців, згвалтували жінку. [...] (AZ)

6. НАПИСАННЯ НАРИСІВ

6.1. Функція нарисів

Конкуренція між медіа посилила розважальність інформаційних повідомлень, що сприяло розвитку таких журналістських жанрів, які за своєю структурою та мовою менш формалізовані від «суворих новин». Усі ці «м'які» форми — вільні, такі, що розповіджують та аналізують, — в англосаксонській журналістиці узагальнено називають «feature» — нарис. Ми запозичуємо це поняття з його змістом, щоб до численних дефініцій традиційної в Німеччині форми «репортажу» не додавати ще одне визначення.

Нарис — це журналістський жанр, який служить опису та аналізу подій і ситуацій, а також висвітленню їх причин. Він задовольняє особливу зацікавленість багатьох читачів у «людських» аспектах певної теми; такий фактор, як «інтерес аудиторії», відіграє при цьому особливу роль (див. розділ 1.4.2).

Функції нарису полягають у тому, щоб розширити зображальні можливості журналістики (див. 2.3): за допомогою інформації ще й розважати, дати можливість зазирнути по той бік фактів, пояснювати їх, та вводити в контекст, допомагати інтерпретувати опубліковане та орієнтуватися в ньому, глибоко розглядати тему та узагальнювати.

У буквальному розумінні слова «feature» означає показати характерну рису предметі кореспонденції. Цю мету переслідують по-різному залежно від того, чи йдеться про виклад скоріше інформативного, актуально-сьогоденного плану або про більш фундаментальний розгляд теми.

До нарисів традиційно звертаються й на радіо та телебаченні, щоб представити інформацію у розважальному ключі. Для цього журналісти використовують багатоманітні акустичні та оптичні можливості радіо та телебачення. Преса також дедалі частіше віддає перевагу цій вільній формі, якщо відчуває негативні моменти, пов'язані з актуальністю, або прагне дати більше, ніж самі факти. Медіа, не прив'язані до злободенності, такі як щотижневики та журнали, розглядають актуальні новини як поштовх для більш докладного та ґрунтовного висвітлення певної теми (приклад А).

[А] Шалений репортер Егон Ервін Кіш писав: «Висока політика робиться так, як уявляє її собі малий Мориц». З великим бізнесом так само. Якби малий Мориц Кіша жив у Мюнстері, він знайшов би вражаючу подібність між світом своїх фантазій та економічною дійсністю: з найближчої відстані він міг би спостерігати за тим, як шановані підприємці, ремісники, архітектори, банкіри, політичні діячі, журналісти, державні службовці та служителі церкви, кожний з яких виступає пристрасним прихильником вільної, бо навіть соціальної ринкової економіки, насолоджуються перевагами вільної господарської діяльності, оскільки спритно обминають її негативні боки.

Це не поодинокий випадок, подібних мюнстерів багато, проте небагато міст, де б система спрацьовувала так само тихо й гладко, як в одному з найбільших та найгарніших міст Вестафалії, яке дало своє ім'я усьому регіону.

Адже рідко умови виявляються такими сприятливими, як у Мюнстері: попри розміри міста (270 тисяч мешканців) діловий світ тут досить прозорий, бо переважає державна служба, передусім університет, який забезпечує майже дві третини усіх робочих місць. Фірми та підприємства середні здебільшого існують уже давно; новачки, які важко інтегруються і тому заважають, трапляються нечасто. Поважні громадяни добре знайомі між собою, вони зустрічаються у клубах «Лайон» та «Ротарі», можливо, навіть в особливо престижному «Клубі двох левів» біля ідилічного Гарматного валу, дружини співають у церковному хорі (Мюнстер — місто дуже католицьке), а чоловіки грають разом на кегельбані. Якщо все це не про тебе, отже, ти або член ХДС і маєш впливових родичів, або ж у бізнесі тобі ведеться погано.

А добрий бізнес робиться безшумно, потайки, як і має бути в такому солідному місті. Рикарда Гух писала про нього: «З усіх міст Вестафалії Мюнстер найреспектабельніший, та ні, в усій Німеччині немає іншого міста, яке дорівнювало б йому в цьому». Це було у 1927 році. Але респектабельним Мюнстер залишається й сьогодні. І, крім поодиноких чуток ніщо б не захмарювало солідний доходний спокій ділового світу, якби навесні майстер-муляр Ельмар Гьодеке не випустив із рук гарного замовлення на будівництві нової споруди мюнстерського Народного банку. [...]

У цьому випадку щотижневик відштовхнувся від актуальної інформації — початок провадження антимонопольного відомства у справі президента ремісничої палати у зв'язку з підозрою у заборонених домовленостях щодо цін, — і провів соціологічне дослідження міста. При

цьому автор поєднав аналіз елітних структур з відтворенням актуальної інформації та портретами дійових осіб.

Інколи для написання нарисувистачає інформації, яка звертає увагу на певну соціальну проблему. Це може бути, скажімо, статистика нещасних випадків (приклад Б); цифрові дані, які містяться в ній, конкретизуються на прикладі окремої транспортної пригоди.

Нарис починається описом цієї аварії. Перед цим драматичним вступом (див. розділ 7.3.2) вміщено інформаційну заставку, де описується тема (зростання кількості аварій через необережну їзду). Після цього окремих випадок вводиться в контекст загальної проблеми, а до неї наприкінці нарисуввертається ще раз.

[B] Автомобіль робить вас незалежним і мобільним. Мільйони людей отримують насолоду, знаходячись за кермом. Однак дуже багато німців плутають дорогу з рингом для боротьби кетч, де все дозволено і перемагає сильніший; швидкість 180 км на годину під час зливи, їзда по зустрічній смузі та перегони з включеними фарами та гудками, самосуд і зухвалість, поїздки протягом багатьох годин аж до повного виснаження, легковажність і переоцінка власних можливостей новачками. Просвітні заходи та високі штрафи досі не дали ефекту. Хоча автомобілі стали надійнішими, кількість аварій зростає. Ось один із типових випадків: 8 липня четверо підлітків з баварського містечка Айхендорф вирушили в карколомну подорож і загинули в кюветі.

На її ліжку досі лежить велика лялька. А на письмовому столі — біла шерсть зі спицями. Пуловер, в'язати який вона щойно розпочала. Він так і залишиться незакінченим. «Сонце — це життя», — написано на яскравому плакаті на стіні кімнати, пофарбованої рожевою фарбою. А Сандра, якій було лише 15 років, загинула.

Від її брата залишилася фотографія, на якій він разом із з подружкою. Фото висить у його маленькій кімнаті поруч із плакатами, на яких зображені поп-зірки, та гантелями. «Інколи він уже заводив мову про одруження, — говорить його мати, — але Саші було лише 17, він навіть не закінчив навчання». Вона зараз нічого більше не може сказати. Адже вона втратила обох своїх дітей. [...] Минулого року на наших дорогах загинули 8945 осіб. Саме протягом «європейського року безпеки руху» кількість загиблих у ФРН знову зросла. Не забуваймо й про 443 тисячі постраждалих. Майже 20 тисяч з них залишаться інвалідами, багато з них паралізовані, скалічені, сліпі [...]

Німці повинні зробити вибір. Або ми й надалі будемо грати у «російську рулетку» та сподіватися, що лихо вразить не нас, а інших, — як

підлітків з Айхендорфа. Або ж відкриємо для себе новий вид насолоди: радість від повільнішої, менш агресивної від розумнішої їзди. Це не легко. Але теж приємно.

Актуальні процеси можуть зображуватись у малюнку і через, на перший погляд, другорядні аспекти, що дозволяє досягти специфічного кута зору. Спостереження та окремі інформації створюють додаткові мотиви, а головна тема не мусить бути на першому плані (приклад В).

[В] ДЮССЕЛЬДОРФ (rtr). Величезна стіна для плакатів спирається на потужні сталеві підпори, лозунг — написаний метровими літерами — не можна не помітити: «Їзда на автомобілях — це наркотик!» Трохи далі — інше гасло: «Автомобілі — геть!» А поруч по-дитячому намальована машина, перекреслена жирним хрестом. За рогом знаходимо таке саме велетенське пояснення цих дитячих малюнків: «Краще залишатися дітьми, ніж ставати інвалідами».

Гості столиці землі Північний Рейн-Вестфалія Дюссельдорфа в ці дні напевно, вважають, що на Рейні відбувається велика громадська акція, за допомогою кольорових спреїв та фломастерів тут закликають до художніх ініціатив. Однак влада міста знаменитого митця Йозефа Бойса, за розпорядженням якої встановлено стіни для плакатів, відчуває, що її абсолютно неправильно зрозуміли: 318 біг-бордів та 1418 трикутних плакатних тумб, які вже за два місяці перед виборами впадають в очі усюди в місті, призначалися для плакатів політичних партій до виборів у бундестаг. [...]

Як ми вважаємо, до категорії «нарису» належить і вільний опис актуальної події (приклад Г). Особливо часто інформації про нещасні випадки, вбивства чи інші трагедії живописної форми надають бульварні газети, намагаючись виділити «людські аспекти» — у даному випадку нестримне бажання їсти.

[Г] МІОНХЕН. Різдвяна трагедія у передмісті Мюнхена Тауфкірхені: інженер фірми «Сіменс» Ернст Шнайдер (49) застрелив свою дочку Клаудію (17), коли вона спала. Після цього він вчинив самогубство, стреливши собі в голову. «Цей чоловік впав у відчай через нестримне бажання дочки їсти», — заявив представник комісії з розслідування вбивств.

Клаудія, що мала зріст 1,65 м, важила майже 100 кг. Батько скаржився навіть перукареві: «Вона їсть день і ніч. А якщо я замикаю від неї продукти, вона виламує замки із шаф». Ще три роки тому Клаудія була

стрункою, симпатичною дівчинкою. Однак раптом з матір'ю трапився апоплексичний удар, її паралізувало, тому її змушені були покласти до спеціального закладу.

«З того часу Клаудія була покинута напризволяще. У батька також ніколи не було часу на неї. Їй доводилося займатися домашнім господарством та ще й готувати батькові вечерю, коли він пізно увечері повертався додому», — розповідає єдина подруга дівчини, Сабіна Шарль (19).

Клаудія почала їсти як навіжена. «Це хвороблива заміна задоволення у дітей, які бачать замало любові», — стверджує мюнхенський лікар Ерік Міллер. (*Bild*)

Шість чи сім головних питань інформаційних повідомлень («хто?», «що?», «коли?», «де?», «як?», «чому?» та «яке джерело?») в нарисі можна доповнити восьмим: «який висновок?». На що спрямована інформація, яке значення й контекст вона має, які перспективи відкриває, — відповіді на ці запитання виходять за межі журналістики, що орієнтується виключно на факти.

Власне, нарис можна побудувати на будь-якій темі. Її втілення автором не підлягає суворо формалізованим правилам. Можна використовувати розмаїті мовні та стилістичні засоби. Однак ця формальна свобода не повинна призводити до хибного висновку, що в нарисі все дозволено. Він повідомляє про факти; нарис — це *журналістський жанр*.

Журналіст при цьому діє суб'єктивно, але не дає прямого коментарю. І не має права замінити факти почуттями. Почуття — це парафія аудиторії, а не кореспондента. Отже, нарис — це жанр, не призначений для висловлення думки, але й не суто інформаційний. Разом з тим, завжди має бути помітна близькість до інформаційного повідомлення, оскільки суттєва функція нарису полягає в тому, щоб розширити змістові та мовні можливості інформаційних повідомлень.

Поняття «нарис» обіймає — на думку північноамериканських фахівців — широкий спектр типів, за допомогою яких теми викладаються різнобічно, в аналітичному ключі та (або) зображально, а саме з використанням стилістичних засобів розважального характеру. Сюди належать матеріали, у яких інформація «пом'якшується» способом зображення (*інформаційні нариси*), а також кореспонденції, що виступають як доповнення інформації (*супровідні нариси*). Окрім цього, бувають близькі до дійсності та автентичні описи, які мають «ілюструвати» подію і за традицією називаються «репортажами» (*нариси-репортажі*). Нарешті, до нарисів належать і матеріали, де ставиться мета визначити властивості якоїсь особи або, скажімо, особливості якоїсь місцевості чи населеного

пункту (*портретні нариси*). У цих різноманітних типах нарису є більшменш виразно визначений тематичний стрижень (див. розділ 6.3).

Однак у центрі жанру нарису стоїть спроба показати типове в певних обставинах чи подіях (*тематичні нариси*). Саме ці «власне нариси» буде докладніше розглянуто наприкінці (див. розділ 6.4). До вивчення всіх цих форм має підготувати конкретніший розгляд «жорстких» та «м'яких» інформаційних повідомлень.

6.2. «Жорсткі» та «м'які» інформаційні повідомлення

6.2.1. Ознаки відмінності

В «жорстких повідомленнях» домінує інформаційний фактор «значення» — у зв'язку або з *масштабом*, або з *наслідками* якоїсь події (див. розділ 1.4.2). «Жорсткі повідомлення», побудовані за принципом «перевернутої піраміди» (див. розділ 3.1), є основними в інформаційній журналістиці англосаксонського гатунку. Вони прив'язані до актуальності; це означає, що вони стосуються подій, які сталися протягом останніх 24 годин.

«Жорсткі повідомлення» пристосовані не лише до часового ритму медіа (див. розділ 5.3.1), а й до тих схем, на які загалом орієнтується журналістика. Інформаційну цінність (див. розділ 1.4.1) при цьому отримують такі події, які мають актуальний привід і початок та закінчення яких можна чітко визначити. Здебільшого вони позначені подвійними можливостями: здобуття або втрата голосів на виборах, перемога чи поразка в спорті. Цим схемам інформаційна журналістика підпорядковує також більш складні, комплексні події, так що результати роботи кореспондента залишають особливе враження, ніби вони грубо вирізьблені з дерева.

Традиції інформаційних кореспонденцій, що втискують «жорсткі повідомлення» в рамки суворої структури та організації фактів, викликають критичні зауваження передовсім тоді, коли в жертву викладу та зображенню приносять *зрозумілість* (див. розділ 5.4.1). Тому зростає тенденція, передусім у бульварних медіа, відходити від суворих схем побудови, звертатися до оповідного стилю, щоб забезпечити більший інтерес аудиторії. А це зумовлює виникнення гібридних форм (див. розділ

2.5.1) і створення власного інформаційного стилю в усіх тих випадках, коли мова йде не про визначні події, а про «людське», що, як вважають, викликає більший інтерес публіки.

Якщо домінує інформаційний фактор «значення», то ЗМІ, орієнтовані на новини, як-от наприклад загальнонаціональні щоденні газети, обирають формалізовану структуру. На відміну від них бульварні медіа можуть подавати всі інформації у формі «м'яких повідомлень».

Ці «м'які повідомлення» не мають чіткого принципу побудови. Тут свідомо використовують такі стилістичні засоби, як оповідні елементи та вирази з повсякденної розмовної мови, наприклад, «коняка», «перехилити чарку», «найкрутіше» або «розмазати».

[А] МОСКВА. Побоюючись конокрадів, один росіянин забрав свою коняку до квартири брата, у гості до якого він приїхав у Москву. Помешкання розташоване в багатоквартирному будинку. Там тварину міцно прив'явши, брати пішли перехилити по чарці. Сусіди, перелякані іржанням і тупотом копит, викликали міліцію. Вона вивела тварину на вулицю, та чоловікові виписала штраф за «паркування в недозволеному місці». (*Bild*)

[Б] ПАЛМ-БІЧ/ФЛОРИДА. До того, як поліцейський Блейн Доул зустрівся з 27-річною Келлі, він вважав, що все найкрутіше вже залишилося в минулому: «Мене тричі поранили кулями, одного разу я сидів у літану, що падав, тричі мене били ножом, — проте так я ще ніколи не лякався». Розмазати загартованого життям копа спромоглася слониха Келлі. Під час циркової вистави минулої суботи тварина вагою 3,6 т вийшла з-під контролю. З однією жінкою та двома дітьми на спині Келлі вирвалася з манежу, почалася паніка. Тоді слониха схопила Доула хоботом, потім відпустила його, аби переслідувати інших глядачів, — один з поліцейських застрелив тварину. (*MoPo*)

Часто «м'яке повідомлення» лише спирається на актуальну вихідну інформацію, а для її подання використовують розважальні елементи. За допомогою такої суміші свідомо активізують інтерес аудиторії. Подібна спекуляція «людським інтересом» призводить до того, що навіть про катастрофи, аварії та злочини розповідається у формі «м'яких повідомлень». Так, сімейну трагедію (приклад В) відтворено не за «жорсткими» структурними правилами. Замість цього після інформаційного вступу бульварна газета *розповідає* історію, щоб унаочнити людські аспекти жахливих подій.

[В] **КОНКРЕССО.** Уже півтора роки родина Муллерів мешкала на околиці села Конкрессо (Франція) у житловому фургоні. Усім жителям села вони подобалися. Аж раптом у ніч на суботу сталася катастрофа...

Пані Муллер і вісім дітей згоріли через те, що у фургоні впала свічка! Муллери — цигани. Одного разу вони просто з'явилися тут. Для дітей збирали одяг. Селянка Жанін Лескюр дозволила поставити фургон на луці за сільською церквою.

Вони жили плетінням кошиків та отримували допомогу на дітей. З поліцією жодних проблем. Фургон, у якому вони мешкали, був замалий для 12 осіб. Тому батько Маріо (38) з кимось із дітей спав у вантажівці, що стояла за кілька метрів від фургона. Цієї ночі була черга малого Ноеля (4).

На початку третьої батько прокинувся, почув крики. Він визирнув у вікно: фургон горів! Він вибіг на двір. Дочка Фатіма (8) стояла біля вікна. Мати Катрін у диму за нею. З останніх сил вона виштовхнула дитину, а сама впала... А що з іншими? Маріо помчав до найближчого будинку, покликав на допомогу. Проте Катрін і вісьмом дітям (від 1 до 11 років) уже ніхто не міг допомогти. (ВамS)

«М'які повідомлення» найчастіше базуються на певних елементах інформаційного фактора «людський інтерес» (див. розділ 1.4.2): незвичність, курйозність, тварини, боротьба, трагедія, гумор та — особливо у бульварних виданнях — секс у всіх варіантах повідомлень (приклади Г—Ж).

[Г] **ДЮССЕЛЬДОРФ.** Ніколи не ходи з чужою жінкою... Карл-Гайнц (35) познайомився з Аліною (24) у пивничці. Вона сказала: «Я тебе хочу, поїхали в ліс». Там він роздягнувся, дозволив прив'язати себе до дерева. Однак замість сексу — розчарування: Аліна забрала його речі, гроші — і зникла. (Bild)

[Д] Вона хотіла спати з ним, але він відмовився: «Ти надто товста. Спочатку схудни на 10 кілограмів!» Тоді Марліс Е. (35), співробітниця органів юстиції з Бюдельсдорфа, побігла на кухню. Схопила ножа для хліба і глибоко встромила його в груди своєму колишньому чоловікові Гансу-Гайнріху Е. (37), судовому виконавцю.

Залитий кров'ю, чоловік упав. Лезо довжиною 11 см вразило праву камеру серця. Він помер від внутрішньої кровотечі.

Це сталося 17 березня цього року.

Зараз Марліс Е. дає свідчення перед судом: «Ганс утратив свою роботу судового виконавця через розтрату. З того часу ми часто сварилися, і, проживши у шлюбі 10 років, врешті-решт розлучилися. Попри це ми ніколи не могли по-справжньому розстатися».

Психіатр: «Вона страшенно боялася остаточного розриву».

Того вечора в березні Ганс-Гайнріх Е. прийшов до своєї колишньої дружини. Вони випили пива й вина. Пізніше лікарі встановили в Марліс Е. 2,4 проміле алкоголю в крові.

«Ми почали пеститися, — плакала обвинувачена перед судом. — Аж раптом він мене вилаяв і назвав товстухою».

Вирок: два роки позбавлення волі умовно, примусове лікування.
(Bild)

[Е] Якби його приватне життя залишилося приватним, лорд Голм цього понеділка знову виконував би свої функції найвищого охоронця моралі на телебаченні і представив би доповідь, згідно з якою дедалі більше глядачів занепокоєні сценами сексу та насильства, брудною мовою на британському телебаченні. Зрозуміло, що лордові було б що сказати про відповідальність працівників телебачення та про значення моралі. Однак цьому чоловікові довелося мовчати, оскільки з останніх вихідних він сам став темою дня: подвійна мораль. [...]

64-річний Голм, який представляє лібералів у палаті лордів, ніби то мав двох молодих коханок і захоплювався садо мазохізмом. Окрім цього, політик, котрий мав стежити за дотриманням доброго смаку на телебаченні, був читачем фетишистського журналу, а в інтимному колі вимагав, аби його називали лордом — вилизувачем слини. [...]

Лорд Голм належить до верхівки ліберальної партії. Він був близьким соратником і радником багаторічного лідера партії Педді Ешдауна і багато зробив для успіху лібералів під час останніх парламентських виборів, коли вони провели до нижньої палати рекордну кількість депутатів. (SZ)

Повсякденні теми, як, наприклад, правовий конфлікт між орендарем житла та орендодавцем через порушення спокою вночі, також подаються як «м'яке повідомлення», де змішуються інформація та розважальний елемент.

[Є] ДОРТМУНД. Два роки Гартмут Бан (35) насолоджувався спокоєм у своїй однокімнатній квартирі в місті Курль. Аж раптом у курнику його орендодавця оселився гордий півень — і відтоді голо-

сне кукурікання лунало щоранку рівно о 4 годині 20 хвилин. Гартмут Бан утратив спокій, він не міг більше нормально спати. І коли півень чергового ранку закукурікав, чоловік схопив сокиру й зарубав порушника тиші. Проте спокій не відновився — замість цього його виселили з квартири. (ВР)

6.2.2. Драматична побудова

Часто в «м'яких повідомленнях» звичайна побудова інформаційних кореспонденцій свідомо перевертається: бульварні газети вдаються до цього засобу, нерідко з лаконічною мовою, щоб створити напруження і забарвити інформацію.

[Ж] Її обличчя було зморшкуватим, «курячі лапки» навколо очей, подвійне підборіддя в'яло обвисло. Тому Беріл Чалліс (60) з Бельвю у штаті Вашингтон не пошкодувала три з половиною тисячі доларів на підтяжку обличчя в пластичного хірурга доктора Селвіна А. Коена (41). Рік тому була операція — невдала. А тепер і лікар, і пацієнтка мертві. Бо пані Чалліс здійснила криваву помсту. Вона застрелила хірурга, а потім застрелилася сама. (Bild)

[З] АЛЬТЕНШТАЙГ (БАДЕН-ВЮРТЕМБЕРГ). Автомеханік (52) нахилився над мотором під піднятою кабіною водія, увімкнув його рукою, щоб перевірити. Але машина стояла на першій передачі. Вантажівка стрибнула вперед, зіткнулася зі сталевую підпорою. Кабіна водія при цьому впала назад і розчавила механіка. (Bild)

[І] Юнак (17 років) з Ділленбурга (Гессен) повідомив в Інтернеті про те, що здійснить самогубство: мотив — нещасливе кохання. Школярка (16 років) з Берліна знайшла це повідомлення. Вона зняла тривогу, вдалося встановити адресу хлопця. Юнака врятували: він устиг прийняти 40 таблеток снодійного. (Bild)

У наступному прикладі [К] під час хронологічного відтворення події, нагнітається напруження. Тому головна інформація (смерть дитини) з'являється не на початку, як у «жорстких повідомленнях», а наприкінці.

[К] ДЮССЕЛЬДОРФ. У батька був вихідний. Він використав його, аби погратися з двома дочками у вітальні. Раптом мала Демет (3) схопила свою лялечку й побігла з нею до спальні. Там у вікні провітрю-

валися покривала. Дівчинка поклала ляльку на покривало. Іграшка впала донизу...

Темноволоса Демет побігла на кухню по стілець — повз матір, яка, нічого не підозрюючи, мила підлогу в коридорі.

У спальні вона поставила стілець до вікна, а це був другий поверх. Мала залізла на стілець, хотіла подивитися, де ж лялька. І, втративши рівновагу, з голосним криком упала з висоти в десять метрів.

Батьки почули жахливий крик, почули глухий удар. Смертельно бліді, вони побігли до спальні, визирнули у вікно...

Батько помчав надвір. Його маленька донечка лежала на газоні. Демет була вся у крові, не рухалася. З риданням батько взяв малу на руки. Сусіди встигли викликати «швидку допомогу». За кілька хвилин вона приїхала на місце (Єгер-штрассе в Еллері).

Лікар установив важку травму голови. Він негайно відправив дівчинку до відділення нейрохірургії університетської клініки.

Група фахівців одразу прооперувала дитину. Праця лікарів була марна. Демет померла в 11.20 — через 95 хвилин після падіння. (exp)

Газета «Більд» в одному своєму виданні — напевно, внаслідок помилки — вмістила безпосередньо один за одним два варіанти того самого типу «м'якого повідомлення» про ту саму подію (приклади Л, М).

[Л] ГАРБЗЕН. Троє хлопців (7—9 років) гралися з вогнем на пласкому даху шкільного спортзалу. Коли толь зайнявся, тріо помчало до телефонної будки, натиснуло на кнопку термінового виклику. Спочатку поліція вважала, що це фальшива тривога, але згодом усе ж таки приїхала. Спортзал зруйнований, батькам доведеться відшкодувати 300 тисяч марок. (Bild)

[М] ГАРБЗЕН. Троє дітей (7, 7, 9) по ринві та громовідводу залізли на дах шкільного спортзалу, запалили вогонь. Загасити полум'я їм не вдалося. Збитки становлять 300 тисяч марок. Діти самі повідомили поліцію, їх передали батькам, а тим доведеться платити. (Bild)

У «м'яких повідомленнях» бульварні газети використовують також комбінації драматургічного принципу, аби досягти кульмінації. Наприклад, спочатку подають одну з двох головних інформацій (чоловіка вбито, вбивця схоплений — приклад Н). Або лише накреслюють ядро новини, після чого йде хронологічне зображення подій (приклад О). В обох випадках особливо наголошують на незвичних аспектах описаних подій.

[Н] «Хай спочивають вічним сном», — було написано на надгробку, який напевно був викрадений у каменотеса та який Енс М. (31 рік) намагався збути в одній пивниці в Альтоні. За кілька хвилин він загинув — убитий одним із відвідувачів.

Близько 1.30 вночі М. зайшов до пивниці на Штреземан-штрасе з гранітною плитою 30 x 30 см під пахвою. «Можете її купити — вона не дорога», — вигукнув чоловік, що був напідпитку, до зали.

Двоє вже теж сп'янілих відвідувачів віком 21—23 роки почали сваритися з «осквернителем могил». М. отримав кілька ударів кулаками та удар по голові. З розбитим носом та з надгробком під пахвою М. залишив пивницю. Двоє інших пішли за ним. У брамі через 50 метрів 21-річний юнак збив М. з ніг і почав бити його ногами в обличчя, а потім утік. Енс М. залишився лежати поряд з надгробком. Перехожі викликали «швидку допомогу», проте М. помер від тяжких травм.

Приятель 21-річного злочинця не хотів мати нічого спільного з убивством. Він пішов до поліції. 21-річний юнак був затриманий; коли він протверезився, то дав комісії з розслідування вбивств вичерпне зізнання. (*Bild*)

[О] Як шовкова нитка для чистки зубів врятувала життя жертві акули. Доктор Уїлбур Вуд (54 роки, ветеринар) із Флориди разом з подругою поїхав на човні до Пауелл Кей, що поблизу Багамських островів.

Досвідчений нирець, він вирішив загарпунити кількох риб. Коли він саме влучив, стрімко наблизилася акула. Хижак схопив рибу — і руку Вуда. Лікар: «Після першого нападу акула блискавично повернулася, з розкритою пащею кинулася на мене. Потім мене вкусила. Нарешті мені вдалося вдарити її гарпуном, і вона зникла».

Подруга втягла його до човна — його праве передпліччя було геть розірване. Кров біла фонтаном. Жінка не втратила самовладання, вона знайшла в сумці шовкову нитку для чистки зубів. Рану перев'язано, життя врятовано. (*Bild*)

Чіткі межі між «жорсткими» і «м'якими повідомленнями» розчиняються. Розвиткові нових гібридних оповідних форм сприяють не лише комунікація онлайн (див. розділ 2.5.2), а й конкуренція між медіа. Більшою мірою, ніж раніше, друковані медіа концентрують увагу на інформаційних пропозиціях, які відрізняються від пропозицій радіо й телебачення. І вони намагаються розповідати історії інакше, ніж це роблять конкуренти.

Отже, з одного боку, традиційне розмежування «жорстких» і «м'яких» повідомлень втрачає свою чіткість; тенденція спрямована — і це також зумовлене впливом Інтернету — і до коротких інформацій, і до довгих розповідей, тобто від середніх за розміром матеріалів. З іншого боку, друковані медіа високого рівня дедалі більше приділяють увагу розмаїтим формам нарису, які можна розуміти як збільшені варіанти «м'яких повідомлень». Саме щоденні газети — також у комбінації зі своїми пропозиціями онлайн, — завдяки використанню нарисів можуть перетворитися однаковою мірою на засіб інформації не лише «першої орієнтації», а й залаштункового боку подій та розважання.

6.3. Різноманітні типи нарису

6.3.1. Інформаційні нариси

Матеріали, у яких актуальні новини подають у вільнішій формі та за допомогою оповідних засобів, ми називаємо «інформаційними нарисами». Маємо на увазі гібридну форму (див. розділ 2.5.1), що за своєю побудовою та мовою відповідає типу «м'яких повідомлень» (див. розділ 6.2.1).

Отже, інформаційні нариси являють собою більші за розміром «м'які повідомлення». У них змішуються кореспондентський звіт про подію та розважальні виражальні засоби, причому особливо підкреслюються людські аспекти інформації (наприклад, індивідуальні наслідки). Кожного разу журналіст мусить вирішувати, на чому він робитиме наголос: на фактах чи на людському аспекті. У будь-якому разі принципові проблеми розкриваються опосередковано (приклад А).

[А] «А тепер перемикаємо на новини, — як і кожного вечора, за кілька хвилин до восьмої оголошує телеведучий, після чого додає: «Новини страйкують». Усе одно програму перемикають. Власне, це нісенітниця — передавати в ефір передачу новин, що страйкує. Однак італійські тележурналісти чудово оформили цю нісенітницю.

Замість Лілі Грубер у шикарному шкіряному костюмі, замість де-що змудженого молодого диктора з триденною щетиною два останні дні перед камерою сиділа змарніла дикторка з блідим обличчям без гриму, сховавши очі за товстим склом окулярів. [...]

Сутність полягає в тому, що по телебаченню зачитують радіонови-ни, звичайно, з частими помилками; зрозуміло, що на першому місці завжди вимоги страйкуючих журналістів телебачення та газет.

Вони прагнуть передусім подолати опір італійських видавців, який ті чинять укладенню нової тарифної угоди.

Мова йде переважно про краще забезпечення редакторів онлайн та вільних співробітників. Якщо говорити про вільних, то їхні вимоги просто революційні — це право отримати гонорар через 60 днів після подачі матеріалу. В Італії таке трапляється рідко. А співробітники, що працюють онлайн, взагалі спочатку хочуть вибороти право називати-ся журналістами.

Адже бути журналістом в Італії означає не професію, а класовий привілей. Так само, як адвокати, аптекарі чи лікарі, журналісти мають свою палату. Членом її може стати лише той, хто працює в редакціях новин, — навіть редактор відділу культури на каналі РАІ не має на це жодних шансів, його називають тим, хто робить програми. [...]

Видавці відчайдушно опираються, вони готові щось додати вільним співробітникам, проте за рахунок штатних. Спілка журналістів з гіркою констатувала, що видавці хочуть дати своїм працівникам «історичний урок», і сповістила про продовження боротьби на наступні десять днів. Трагічна постать на екрані, що зачитує новини зі страйкуючої студії, стане тепер постійною гостею італійських родин. (TAZ)

У наступному випадку (приклад Б) «жорстке повідомлення» — оголошення вироку на процесі у справі нацистських злочинців — подається через реакцію, яку викликало рішення суддів. Це своєрідний коментар до призначеної нацистським злочинцям міри покарання — однак коментар не автора, а публіки та спостерігачів. У такий спосіб інформаційний нарис виходить за межі новини, ставить її у певний контекст, робить її наочною, показує її підґрунтя.

[Б] ДЮССЕЛЬДОРФ (rtr). П'ять років і сім місяців зала номер 111 дюссельдорфського земельного суду була ареною спроб покарати неймовірні злочини часів націонал-соціалізму. Коли після 474 днів засідань було оголошено вироки, розрахунок зі злочинцями наприкінці найдовшого процесу в історії ФРН сприймається глядачами та демонстрантами перед будинком суду як насмішка: лише одне довічне ув'язнення та в цілому 40 з половиною років позбавлення волі як покарання за тисячі вбивств єврейських, польських та російських полонених.

Спостерігачі, що приїхали з усього світу, говорять про скандал. Свідки, подібні до колишнього лікаря в'язнів Яна Новака з Польщі, які були присутні на оголошенні вироку, не розуміють правової системи, у якій можлива така м'яка міра покарання, — після багаторічного розслідування та на підставі 19 тисяч аркушів доказових матеріалів. [...]

6.3.2. Супровідні нариси

Нариси публікуються також як доповнення до актуальних інформаційних повідомлень про певну подію. Вони служать для того, щоб ввести подію в якийсь контекст, розкрити її наслідки або докладніше висвітлити її важливі подробиці у репортажному стилі (див. розділ 6.3.3).

При цьому часто подію намагаються конкретизувати шляхом персоналізації. Такі доповнення ми називаємо «супровідними нарисами», в англосаксонських країнах уживається слово «sidebar».

Передусім інформаційні агенції формально розмежують повідомлення про події (приклад В) та повідомлення про їхній контекст (приклад Г) — наприклад, розповідаючи про тяжкі катастрофи. До зображення фактів у повідомленні в такий спосіб додається щось на зразок фотографії широким планом, яка дозволяє побачити випадок менш абстрактно й наочно продемонструвати наслідки.

[В] МЮНХЕН/БОНН (rtr). Унаслідок найтяжчого в історії ФРН замаху за допомогою вибухових речовин у п'ятницю ввечері на майдані, де в Мюнхені проходив «Октоберфест», загинуло 12 осіб та поранено 140, частину з них дуже тяжко. За даними поліції та органів безпеки, у суботу ще не було ніякої інформації про злочинців. [...]

Замах стався ввечері у п'ятницю о 22.21, перед закриттям свята цього дня, неподалік від головного входу на святковий майдан. На цей час там знаходилося близько 200 тисяч відвідувачів. Більшість із них уже рухалися до виходів. Біля головного входу в момент вибуху знаходилося близько 1500 осіб.

[Г] МЮНХЕН (rtr). О 22.19 — годинник на головному вході на майдан, де свято відбувалося в 146-й раз, зупинився від вибуху — сталося незбагненне. Під символом міста, Мюнхенським хлопчиком, котрий гостинно простягав руки, лише за чотири метри від першого павільйону «Октоберфесту», вибухнула бомба, вчинивши кривавий бенкет.

«Я тільки кричала, мені здавалося, що в мене більше нема голови. Навколо лежали люди, розірвані, з відірваними руками та головами». Попри переляк — минуло лише 12 годин — жінка, що ледь вимовляє ці слова, знову відкриває свій кіоск із бутербродами для нових відвідувачів свята.

Туди, де попереднього вечора все було залито кров'ю, де загинули 12 людей і більше 140 отримали небезпечні для життя ушкодження, зранку виїзять великі автомашини міської прибиральної служби. Потужними струменями води вони змивають сліди замаху. Глибоку яму в тротуарі вже встигли засипати. Кладуть нову плитку, збирають розкидані вибухом одяг, клаптики паперу та сумки. [...]

Щоденні газети конкурують із радіо й телебаченням — йдеться про актуальність повідомлень, особливо про драматичні події з високою інформаційною цінністю. Тому газети дедалі частіше вдаються до подібних нарисових доповнень до новин (див. також розділ 2.2). Так, наприклад, одна з регіональних газет, розповідаючи про викрадення двох дітей, використовує різноманітні зображальні форми: повідомлення з фактами вміщено на першій сторінці, далі на спеціальній шпальті — нарис з описом обставин злочину (приклад Д), який доповнюється матеріалом про викрадення дітей у Німеччині та ще одним супровідним нарисом про те, як батько викрадених дітей здобув своє багатство (приклад Е).

[Д] УЛЬМ. «Я більш ніж щасливий, я досі не можу цього збагнути», — каже Антон Шлеккер (43 роки) зі сльозами та обнімає своїх дітей: Ларса (16 років) та Майке (14 років). За десять мільйонів марок — найбільший викуп в історії ФРН — цей чоловік, якому належить найбільша в Німеччині імперія магазинів косметичних та господарських товарів, за день до Різдва викупив своїх дітей у викрадачів!

Викрадачі чекали в темряві перед будинком.

Коли Антон Шлеккер разом з дружиною Кристою (41 рік) та обома дітьми пізно ввечері у вівторок повернувся від друзів до своєї білої вілли в Ейнгені, чоловіки вистригнули із засідки.

На них були мотоциклетні шлеми, темні куртки, у руках — пістолети.

«Спокійно! Тоді нічого не станеться. Нам потрібні гроші. Десять мільйонів!», — сказав шеф банди, приблизно 35 років, з діалектом, типовим для Карлсруе.

Потім він наказав родині йти у вітальню, його спільники зв'язали всіх чотирьох.

Почалася драматична ніч.

Антон Шлеккер, оборот магазинів та супермаркетів якого щороку становить кілька мільярдів, спробував заспокоїти чоловіків: «Так швидко я не зможу зібрати так стільки», — сказав він. [...]

Жодного сліду викрадачів немає. Підприємець, котрий призначив нагороду 100 тисяч марок за їхній арешт, одразу виїхав разом з родиною — куди, невідомо. «Ми хочемо тепер відсвяткувати Різдво спокійно та без метушні», — сказав він. (НА)

[Е] ГАМБУРГ. «З ощадливістю — на вершину»: такий рецепт успіху власника найбільшої в Німеччині мережі магазинів господарчих та косметичних товарів.

Антон Шлеккер, 43-річний шваб з Еїнгена, міста між Штуттгартом та Ульмом з 22 тисячами мешканців, є власником понад 1500 великих магазинів господарських та косметичних товарів, п'яти універмагів самообслуговування з власними заправками, ремонтними майстернями, мийками, ресторанами, 22 великих магазинів модного одягу, супермаркету будівельних товарів, м'ясопереробної фабрики, багатьох м'ясних господарств, кондитерських і великої пекарні. [...]

Сімейна фірма Шлеккерів завжди відзначалася солідністю. Наріжний камінь заклав батько, різник Антон Шлеккер. Він заснував м'ясопереробну фабрику, пізніше відкрив чимало філій у Швабії. 21-річним юнаком Антон Шлеккер-молодший у 1965 році розпочав працю в батьківській фірмі — як наймолодший у ФРН різник з дипломом майстра. [...]

Супермаркети господарських та косметичних товарів додалися пізніше. Шваб за походженням, Шлеккер одного разу розповів: «На танцях у Геппінгені я познайомився з моєю майбутньою дружиною Кристою. Вона сказала мені, як дорого коштує флакон парфумів, десь 80—100 марок. «Але ж цього не може дозволити собі жодна людина», — подумав я і відкрив свій перший супермаркет косметичних товарів». [...] (НА)

При повідомленні про замах на підприємця нарис також вміщується як доповнення до новини. Актуальна інформація (приклад Є), яка виходить на першій шпальті газети, супроводжується нарисом на третій шпальті (приклад Ж). З нього читач дізнається багато виявлених автором деталей про конкретні обставини замаху та учасників події.

[Е] МЮНХЕН. Член правління фірми «Сіменс» Карл Гайнц Беккуртс та його водій Еккгард Гропплер в середу зранку стали жертвами бомби. Вони загинули на місці, коли в містечку Штрасслах під Мюн-

хеном службова машина Беккуртса була зруйнована вибуховим пристроєм з дистанційним управлінням. Згідно з повідомленням федеральної прокуратури в Карлсруе, відповідальність за вбивство взяла на себе команда «Мара Кагол» «фракції червоної армії» (РАФ). На місці злочину було знайдено листа з визнанням на сімох сторінках. [...]

Того ж ранку у середу, Беккуртс збирався їхати з Штрасслаха, де він мешкав, до Мюнхена, де працював у фірмі «Сіменс». За кермом автомобіля BMW знаходився 44-річний водій. [...] (SZ)

[Ж] Як велика грудка брудно-сірої алюмінієвої фольги лежить те, у чому з певною часткою фантазії можна впізнати BMW сьомої серії, на смузї трави біля густого ряду молодих ялинок.

Брезентом закриті вибиті вікна й тіла двох убитих, які залишаються в машині через дві години після вибуху бомби. Десятки поліцейських машин стоять уздовж дороги, яка в цьому місці через ліс веде до Грюневальда.

Репортери та знімальні групи телебачення скупчилися перед загорожею за 50 метрів від величезної ями на узбіччі, де полотно вкрите землею, листям і зламаними гілками, а поліцейські переглядають кожний квадратний сантиметр, шукаючи сліди. Поліцейські у формі з вівчарками обшукують ліс обабіч дороги. Над цим районом кружляє гелікоптер.

Ранком у середу, о 7.28, у сірому службовому автомобілі тут загинули 56-річний професор Карл Гайнц Беккуртс та його 44-річний водій Еккгард Гропплер.

За кілька хвилин до цього Гропплер забрав одного з менеджерів фірми «Сіменс» Беккуртса з його бунгало на вулиці Гуго-Гофман-штра-се в солідному містечку Штрасслах (дві з половиною тисячі мешканців), що розташований на високому східному березі річки Ізар за 10 кілометрів на південь від Мюнхена. Як і кожного дня, за сірим лімузином їхав бежевий BMW з двома чоловіками, завдання яких полягало в тому, щоб охороняти Беккуртса.

Очевидно, що Беккуртс дуже серйозно ставився до загрози своєму життю. Його вілла добре захищена: ґрати перед дверима та вікнами, сигнальні пристрої на даху, високі куці, що ховають будинок і сад від цікавих поглядів, на брамі жодного прізвища. [...] (SZ)

Інші супровідні нариси доповнювали повідомлення про замах у частині газети, присвяченій місцевим новинам. Зокрема, розповідалося про реакцію на замах у фірмі, де працював загиблий.

6.3.3. Нариси-репортажі

Репортаж має в європейській журналістиці довгу та щасливу традицію. У підручниках приділено чимало уваги тому, щоб упорядкувати наявні дефініції цієї зображальної форми та виявити найголовніше. З огляду на автора-кореспондента називають такі ознаки, як автентичність, суб'єктивність та індивідуальність, з огляду на підхід до подання теми розрізняють зображення, спостереження та розповідь.

Репортаж вважають, королем серед журналістських жанрів. Репортер — з часів Егона Ервіна Кіша — являє собою щось особливе, і його місія особлива — він приносить світло в темряву, що її залишають скупі повідомлення преси. Так, в Італії репортаж називають «хронікою спеціального кореспондента».

У підручниках зауважують, що всі спроби дати дефініцію репортажу принесли результати, які скоріше бентежать, і що перехід від репортажу до нарису виявляється плинним.

Разом з тим, і надалі робляться спроби розмежувати обидві форми як самостійні жанри: нарис *описує* ситуації, тоді як репортаж *зображує* події (або переживання репортера).

У північноамериканській журналістиці таким нюансам не надають великого значення. Там навіть немає відповідного терміна для визначення репортажу. «Нарис» (feature) розуміють як загальне поняття для різних суб'єктивних зображальних форм. Якщо наслідувати цю практику, то варто з'ясувати певні специфічні риси тих матеріалів, які ми відносимо до репортажних нарисів.

У репортажних нарисах на першому плані знаходиться опис подій з погляду журналіста-спостерігача. Це свідомо суб'єктивна форма, що разом з тим не перетворюється на коментар. Коли сталася пригода у місті Гладбек (див. розділ 8.3), то журналісти, що стежили за подіями, постійно пропонували репортажні нариси наступного типу (приклад 3).

[3] ГЛАДБЕК (дра). Рівно 21.45 позаду банку спалахують вогні фар. Повільно, дуже повільно білий ауді висувається вперед, зупиняється, проїздить кілька сантиметрів, знову зупиняється — хвилина, протягом якої машина втікачів долає три метри до дороги, триває вічність.

Кілька хвилин вона залишається на дорозі. Очевидно, гангстери вивчають обстановку. Поліцейські ховаються за припаркованими автомобілями, журналісти пригинаються за кропивою чи штативами камер. І от уже машина так само повільно їде ледь освітленою доро-

гою. Задні вогні зникають у напрямку Гладбека. Радіоприймачі поліцейських тріщать.

Розмови змовкли. Тихо, мов у могилі. Скільки осіб було в машині — головне питання. Лише троє? Ті троє на задньому сидінні. Прокурор Ганс-Кристіан Гутьяр каже: «Мушу виходити з того, що обидва заручники були в машині живі». Згодом тихо додає — ніби гангстери ще можуть його чути: «Звичайно, ми їх будемо переслідувати — з належною обережністю».

Адже від цих гангстерів поліція може чекати чого завгодно. Один з них під час переговорів холоднокрівно заявив: «Мені нема чого втрачати». І загрожував стріляти по всіх автомобілях — чи то поліції, чи то журналістів, — які будуть їхати за машиною втікачів.

Численним глядачам, котрих поліція цілий день тримала на відстані (дехто навіть не міг потрапити додому), вже нема на що дивитися. Поки було світло, вони стежили за хвилюючими подіями за допомогою відеокамер та біноклів. [...]

У своїх репортажних нарисах кореспонденти інформаційних агенцій постійно давали моментальні знімки, щоразу зазначаючи час (приклад I). Щоправда, дуже швидко ці матеріали ставали застарілими, тому що відбувалися нові події.

[I] БРЕМЕН (фра). Місце злочину — Бремен, вечір середи. 24 години після втечі двох грабіжників банку (31 та 32 роки) з міста Гладбек. Замість двох заручників стало тридцять — вони сидять у маршрутному автобусі на околиці Бремена. Зупинка Гукельсріде.

Гангстери загрожують застрелити одного або кількох заручників — когось із переляканих дітей, людей, що поверталися з роботи, або старих. Вони тримають дитину у відчинених дверях автобуса і спрямовують пістолет їй у голову.

Свідки захоплення автобуса обурені. Як таке могло статися? Хіба поліція нічого не може вдіяти? Кругом панує безпорадність і страх.

Сцена в автобусі видається мирною: один із грабіжників розмовляє з захопленим пасажиром. Але враження оманливе. Два пістолети, добре помітні одразу, дають зрозуміти серйозність ситуації. Злочинці холоднокрівно виконують свій план. Вони вимагають для втечі нову машину — без підслуховуючих пристроїв. Та ще грошей — додатково до 420 тисяч марок, які вони вже отримали у Гладбеку шляхом шантажу.

Ніхто не знає, що буде далі. Поліція мовчить. Від неї майже не надходить інформації. Те, що дізнаються журналісти, вони чують від самих грабіжників.

Тим часом заручники страждають від психічного та фізичного тиску, який дедалі важче витримувати. «Жахливий злочин», — каже президент бременської міської ради Дітер Клінк (СДП).

Особливою ознакою подій, пов'язаних із захопленням заручників, було те, що репортери та їхня поведінка також стали об'єктом репортажів. Журналісти посилалися на журналістів, медіа — на медіа. Обмін відомостями в інформаційному суспільстві.

У наступному нарисі-репортажі (приклад I) дії гангстерів описуються з численними подробицями. Розповідь ведеться у теперішньому часі.

[I] БРЕМЕН (дра). Вони змушують своїх заручників рахувати гроші, отримані в Гладбеку, стають у позу завойовників перед камерами журналістів, однієї миті посміхаються заручникам, а іншої — представляють маленькій дівчинці пістолета до голови. Грабіжники, що захопили заручників, у середу ввечері майже три години показують брутальне шоу на автобусній зупинці Гукельсріде.

Перед пувімкненими камерами вони знімають свої маски, в яких минулого дня штурмували банк у Гладбеку, з провокуючою відвертістю представляються громадськості, розкриваючи свої імена й біографії. Радіоприймач з автобуса вони розтрощують на дорозі. Для контактів із поліцією їм потрібен журналіст.

Одну журналістку, з якою щойно розмовляли, вони забирають як заручницю до автобуса, куди до цього запрошували для розмови фотографів і репортерів. Однак незабаром її відпускають. Перед камерами один із злочинців заявляє: «Можу вам сказати, що тут буде далі: ви почуєте кілька пострілів в автобусі, а останнім буде цей». При цьому він підносить зброю до свого рота. [...]

Смеркає і автобус без попередження від'їжджає, супроводжуваний конвоем журналістів. Спочатку говорять, що злочинці рухаються до аеропорту. Потім колона машин повертає у бік Гамбурга. На парковці біля Грундзее ще лунають постріли.

Фінальний репортажний нарис про драму із заручниками (приклад II) спочатку написаний у минулому часі. Тут журналісти також належать до дійових осіб, особливо той надто завзятий, котрий сів до машини із злочинцями та заручниками, щоб показувати їм шлях із центру Кельна до автобана. Там у районі Зігбурга поліція здійснила свою операцію, яка коштувала життя одному з двох останніх заручників.

[К] КЕЛЬН (дра). «Якщо в мене будуть гроші, я буду королем», — сказав гангстер через відинене вікно машини. У чорній шкіряній куртці він сидів на задньому сидінні, приставивши револьвер до шиї 18-річної Зільке Бішоф із Бремена. «Без грошей я ніхто. Бути мертвим краще, ніж бути без грошей». Без жодних застережень обидва гангстери розмовляли з репортерами, цікавими — з кожним, хто наважувався наблизитися до великого БМВ, що під пекучим сонцем стояв в одній з пішохідних зон Кельна. За кілька годин до кривавого завершення драми із заручниками на автобані А3 гангстери вирішили зробити собі перерву на каву у центрі Кельна.

Чоловік з руками в татуюванні, яке вже відомі мільйонам телеглядачів, затягнувся цигаркою, переклавши пістолета до лівої руки. В машині лежали пачки цигарок, пакет з булочками, переносне радіо, що його втікачам дала голландська поліція. «Звичайно, я засмучений, що хлопець помер, — каже татуюваний, коли один із журналістів згадує смерть італійського хлопця. — Але поліція сама винна в цьому Янби не їхня витівка з нашою жінкою, нічого б не сталося». Зільке слухає розмову між гангстерами і репортерами, навіть інколи посміхається, але каже, що боїться. Інша жінка сидить майже байдуже на задньому сидінні праворуч від гангстера й мовчки палить.

Офіціант із тремтячими руками приносить каву, пиво. Одному з репортерів доводиться скуштувати гарячу каву, перш ніж татуюваний починає її пити. Чоловік у чорній куртці на задньому сидінні починає нервуватися, хоче їхати. «Стовпчики треба забрати», — командує татуюваний і показує на стовпчики, які відгороджують пішохідну зону. Нарешті, до машини сідає один із кельнських журналістів, щоб показати гангстерам шлях до автобана.

Класичним жанром є *судовий репортаж*. Тут друковані медіа та агентства мають майже монополію. Адже після ухвалення у 1964 році закону про судоустрій, що був підтверджений Федеральним конституційним судом 2001 року, камери й мікрофони на судових засіданнях заборонені.

Судовий репортаж відтворює атмосферу судового засідання та поведінку основних дійових осіб; він описує процес прийняття судового рішення та після завершення розгляду справи оцінює вирок. У поданому прикладі [Л] репортаж починається зі сценічного вступу (див. розділ 7.3.2), потім коротко подається звинувачення і наприкінці у стилі повідомлення показується, як обвинувачений викладає суду свою версію злочину.

[Л] ДРЕЗДЕН. Паузи між напівфразами обвинуваченого розтягаються. Дедалі більше часу потрібно Манфреду Р., якого знайомі називають Манні, щоб вичавити із себе слова. Він говорить ще тихіше, ніж на початку процесу. Доки розповідав історію свого життя як зміни відсидок та коротких моментів на волі, життя його ніби скінчилося. Тепер він уже не запинається, а заїкається. Перші склади слів застряють у роті, поки йому вдається трохи далі просунутися у своїй версії вбивства. [...]

Його звинувачують у тому, що в лісі недалеко від Моріцбурга, що поблизу Дрездена, він застрелив вищого земельного церковного радника Роланда Адольфа та його дружину Петру. Їх убили з відстані меншої за метр. Їхній собака Гелла теж убитий. [...] Спочатку припускали що за злочином криються політичні причини. Проте ця версія виявилася помилковою. Згодом увага слідства (120 слідчих) сконцентрувалася на кримінальному середовищі. Через місяць удалося встановити зв'язок ще з одним злочинцем: за три місяці до вбивства з однієї дрезденської адвокатської контори було викрадено два пістолети. Аналіз показав, що подружжя Адольф було застрелено з цих пістолетів.

Усупереч цьому обвинувачений висуває свою версію. Він дійсно пограбував адвокатську контору й забрав пістолети. Пізніше він хотів продати зброю. Щоб випробувати пістолети, поїхав до лісу з кількома «авторитетами» кримінального світу. Саме вони застрелили подружжя Адольф. Пізніше йому погрожували. Після цих свідчень головуючий суддя земельного суду Дрездена почав ставити питання, щоб висвітлити суперечності у свідченнях обвинуваченого. Призначено ще 14 днів засідань. (SZ)

6.3.4. Портретні нариси

У нарисах за допомогою описів людей (або місць) можуть бути поставлені певні проблеми чи схарактеризовані певні явища (приклад М). Для портретних нарисів передусім важлива точність спостережень, однак велике значення має і образна мова, а ще — трошки іронії.

[М] Це було минулої середи, у його улюбленій лондонській дискотеці «Трампс», там навколо нього востаннє юрмилися схожі на німф істоти, більш-менш інтимному знайомству з якими він завдячує прізвиськом Ренді Енді. Коли після належного споживання шампанського, вина і передусім коньяку товариство розійшлося, засмучений Ренді Енді залишився сам, у його очах з'явився отой журливий вираз.

який можна побачити у зварених телячих голів: «Усе скінчилося», — сказав він.

Минули часи, коли принц Ендрю міг дати волю грі гормонів у своєму атлетичному тілі та розважатися у воді голим — як тоді на Барбадосі — одразу з трьома красунями. Позаду залишилися часи, коли він влаштовував таємні вечери в Букінгемському палаці з порнозірками та моделями, балеринами та акторками. [...] (Sp)

У цьому портретному нарисі окрему особу висміюють як представника всього англійського королівського дому. Так само злостиво написані й численні інші матеріали такого гатунку, де зображуються сумнівно відомі особистості, зокрема ті, про кого чомусь раз у раз повідомляють медіа.

Разом з цим, об'єктом змалювання в портретних рисах виступають не лише визначні або принаймні відомі особи. У наступному прикладі [Н] «робочий візит» до коваля дозволяє через опис людини та її праці створити своєрідну панораму часу. Цього вдається досягти, хоча зображення майже не відривається від головного героя.

[Н] СЬОРУП. На цих теренах ковалі — рідкість. Коли Франк Ганзен три роки тому почав займатися цим ремеслом, друзі подарували йому оголошення в газеті: «Вітаємо коваля Франка Ганзена з витриманим іспитом на право професійної діяльності й бажаємо йому успішної самостійної праці». Під поздоровленням бажаючи могли знайти номер телефону нового коваля. За кілька днів календар Ганзена був заповнений замовленнями. Нових клієнтів він не бере; не бере, навіть якщо власник коня у розпачі погрожує йому: «Якщо не знайду коваля, то повезу свою шкапу до різника». [...]

Раніше ковалі вважалися на півночі найсильнішими людьми в селі. Небагатослівні, безстрашні ведмеді. Селяни з північного узбережжя зберегли цей образ. Але Франк Ганзен мав би їх вразити. Йому 39 років, він сильний, але невисокий на зріст, балакучий. Працює сам. Кожні два місяці на машині з причепом об'їздить своїх клієнтів. Перевіряє ноги коней, копита, ходу тварин. Робить висновок, на якому копиті та скільки він має відрізати, під яким кутом. Готує пересувну кузню, надіває шкіряного фартуха, бере ногу коня, опирає її на своє стегно, дістає спеціального довжелезного ножа й починає бити киянкою по лезу...

Коваль народився і виріс на півночі Німеччини, в районі Фленсбурга. Після школи здобув професію автомеханіка, реставрував старі автомобілі, проте ця робота йому не дуже подобалася. Переква-

ліфікувався на телемайстра, працював на фірмі «Соні» у Франкфурті, налаштовував техніку для передачі «Телесад» на каналі ЦДФ, готував трансляцію відкритої першості Франції з тенісу, чемпіонату світу з гірськолижного спорту. «І робота, і гроші, — каже він, — усе було о'кей».

Що йому не подобалося, так це люди, які давали йому роботу. Золоті годинники на руках, костюми від кутюр'є, черевики по 500 марок за пару. «І такі пихаті, поважні, гонористі, бо ми працюємо на телебаченні, тра-ля-ля». Найбільше лякало Ганзена, що він перетворювався на одного з них. Через вісім років його потягло назад на батьківщину.

Друзі вважали, що у Франка дах поїхав. Уесь цей пошук сенсу буття, ця його балаканина про кузню, — напевно, удари долі вибили в Ганзена ґрунт із-під ніг. «Проте це не так, — говорить коваль, — на влаки».

За страхування професійного ризику коваль мусить робити такі само внески, що й гонщики «Формули-1». Ганзен навчився мінімізувати ризик завдяки далекоглядності та акуратності. Він навчився оцінювати коня кількома поглядами. [...]

Ганзенові подобається нова робота. Він задоволений і своїм ремеслом і спілкуванням з чотириногими клієнтами. А якщо він колись більше не захоче бути ковалем, то це лише через людей, яким належать коні. (SZ)

Трапляються портретні нариси, предметом яких є певне місце. У цьому разі автор також намагається виділити особливе, незвичне. Тут (приклад О) зображення також починається зі сцени.

[О] Надворі було зимно, з неба злітали сніжинки, кілька загублених постатей невпевнено рухалися в цю пізню годину по Мейнстріт. У холі готелю «Джером» гості скидали свої хутра, поспішали до полум'я каміна. Офіціанти подавали напої. Дві лосячі голови в німому здивуванні дивилися зі стіни на все, що тут відбувалося. Такої ночі шукаєш затишку, захисту від холоднечі. Тим гарячковіше будеш зранку поспішати до трас та підйомників Еспена.

Еспен. Вже майже міф, легенда поряд із Санкт-Моріцом, Вальд-Езером та кількома іншими елітними точками міжнародної лижної географії. При цьому Еспен навіть не найбільший в Америці лижний регіон (за ці лаври сперечаються Вейл та Гівенлі-Веллі), немає тут і вражаючих альпійських краєвидів Вайомінга чи Маммота в Каліфорнії. Проте саме до Еспена ніби магнітом притягує лижний світ Америки — прекрасний світ. [...] (SZ)

У портретному нарисі можливо через опис окремих випадків дати аналіз сучасної історії, наприклад, портрет принца перетворити на портрет монархії та її стану (приклад М). Портрет диктора новин став одночасно документальним свідченням історії німецького телебачення (приклад П). Обидва індивідуально-портретні нариси були написані з конкретного приводу: у першому випадку — весілля принца, що мало невдовзі відбутися, у другому — майбутній вихід на пенсію диктора новин.

[П] ГАМБУРГ. Протягом усього свого життя він був мрією літніх жінок. Жінки захоплювалися ним, називали «кронпринцом», дивувалися («яким елегантним жестом Ви тримаєте аркуш паперу!») Одна медсестра з будинку для людей похилого віку в Штутгарті розповідала: коли він з'являвся на екрані, вона завжди закривала зображення клаптиком картону, оскільки магія його чарівних очей викликала в неї вночі ридання й конвульсії. А інша вірна прихильниця буквально стогнала у своєму листі: «Ви піддавали вогню в моє лоно із зупинками, але знов і знов. Це негарно з Вашого боку».

Зачаровані серця, охоплені полум'ям жінки — 28 років справляв він такий ефект на німецькому телебаченні. Починаючи з 2 березня 1959 року, Карл-Гайнц Кьопке (64 роки) з'являвся в «Новинах дня», пунктуальний, надійний, коректний, із чітким проділом, комісар Деррік на службі новин. Майже всі громадяни ФРН знають цього головного диктора новин, 80 відсотків вважають повідомлення Кьопке чистою правдою. Інколи він отримував до 300 листів від шанувальників щодня.

Однак тепер світло юпітерів згасає для «сексуального герострата» У вересні він досягне своєї мети — пенсії. Тоді, нарешті, відпочине його горло. [...] (Sp)

У портретних нарисах характерні риси також мають бути пророблені якомога виразніше. Автор тільки описує, а не робить самостійних висновків, адже це справа читачів. Коментарі в нарисах залишають враження аматорського підходу.

Часто портретні нариси спираються на розмови, які журналіст провів з героями матеріалу. Один із прийомів, що використовують при відтворенні інтерв'ю, полягає в змалюванні того, що робить співрозмовник, коли говорить. Головне ж завдання — поряд з серією цитат передати й атмосферу розмови, «розбавити» довгі мовні пасажі. Якщо це завдання виконують вдало, то зі справді мозаїчної структури нарису постає характер співрозмовника (в даному разі — акторки приклад Р).

[P] Вона з'являється в джинсах, футболці та з тарілкою картопляних чипсів й сирного соусу. «Привіт, — посміхається вона, із хрускотом розгризає перший чипс і робить гримасу: — Вупі Голдберг», «Я — тема місяця, — муркотить вона з ротом, повним чипсів, — побачимо, як довго це триватиме». (st)

6.4. Тематичний нарис

Сутність тематичного нарису полягає в більш фундаментальному розгляді певної проблеми. Саме в цьому типі журналістського твору мають бути глибоко розкриті характерні ознаки предмета кореспонденції.

У наступному випадку (приклад А) темою є «столиця курців Берлін», як впливає вже з першої фрази. Автор провів ретельне журналістське дослідження й зібрав багатий кількісний матеріал, почув чимало голосів. Цей матеріал розподілено так що зображення виявилось живим і зрозумілим. Особливого забарвлення цей нарис набуває завдяки конкретизації, скажімо, опису заборони паління в берлінському центрі серцевих захворювань.

[A] Не одразу помітиш, що Берлін — це столиця курців. Курці й ті, що не палять живуть за умов мирного співіснування. У кафе та пивницях повітря — оскільки через холоднечу двері зараз залишаються зачиненими — знову стало блакитним і важким, як і всюди в Німеччині. На станціях берлінського метро палити заборонено; дехто заборони дотримується, дехто — ні. Парламентарі в палаті депутатів з повагою ставляться до заборони паління в холі. У районних ратушах з'являється дедалі більше зон, де не палять. [...] Середня частка курців становить по Німеччині 28%, що на 8% нижче від показника Берліна. Це встановило Федеральне статистичне відомство. [...]

Статистичні дані федерального відомства виявляють деякі особливості Німеччини: на півночі палять більше, ніж на півдні. Найменше курців у Саксонії, тут на селі палять менше, ніж у містах. Отже, цілком логічно, що найбільше німецьке місто найбільш задимлене. [...]

На найнижчому рівні, так би мовити, на базі столиці курців, вирішили виміряти масштаби цього явища. У берлінському районі Гоеншюнггаузен кількість 16-річних курців порівняно з 1995 роком зросла вдвічі. Інакше кажучи, молодь знову палить. Палити — це круто. Йо-

ганнес Шпац, керівник управління охорони здоров'я цього району, говорить про курців спокійно. Якщо збуджуватися, так він гадає, курці будуть більше нервуватися, а відповідно — й більше палити. Але він занепокоєний. [...]

Як він дізнався, у Берліні 20 тисяч сигаретних автоматів. Три з них, — сміється він, — зняли на його вимогу. Діяти можна тільки, зберігаючи терпіння. І от одна з районних шкіл вирішила стати «вільною від паління» й сама висунула лозунг «Жодного недопалка на шкільному подвір'ї».

У берлінському центрі серцевих захворювань у лютому цього року дійшли до межі допустимого законом. На основі домовленості між співробітниками, на території клініки заборонили палити. «Центр ніби створений для подібної спроби. Адже доведено, що серцево-судинні захворювання та паління тісно пов'язані», — каже лікар Андреас Малпес. Тепер у клініці більше немає кімнат для паління. Зате 400 курців серед 1200 співробітників центру мають можливість безкоштовно пройти курс позбавлення від тютюнової залежності. [...]

У місті працюють дві великі тютюнові фабрики. Одна належить фірмі «Реєтсма», друга — «Філіп Морріс». Остання становить важливий чинник у господарстві Берліна. «З 1972 року сюди інвестовано майже півтора мільярди марок, лише 1995 року — 500 мільйонів», — говорить речниця підприємства. Не дивно, [...] що нещодавно президент палати депутатів Райнгард Фюрер вирішив відвідати фабрику. Для нього подібні візити — інструмент політичної боротьби напередодні виборів. На фабриці «Філіп Морріс» працюють 1200 осіб. Випадково — стільки ж, як і в центрі серцевих захворювань. (FAZ)

У тематичних нарисах окремих випадок часто описують як типовий для явища чи принципової проблеми. Обраний випадок є або приводом для написання статті, або ілюстративним об'єктом. Перехід від окремого до загального, принципового наповнює зображення життям. У наступному випадку (приклад Б) окрема людина фразою «Доля Лю схожа на долю мільйонів китайських дітей» вводиться до великої теми «Тиск вимог у Китаї».

[Б] Коли Лю Лі (16 років) о пів на сьому ранку сідає на велосипед, вона знає, що перед нею важкий робочий день, що закінчиться пізно ввечері.

Дочка дипломата та вчительки іноземних мов, вона навчається в школі № 2 Пекіна. Сьогодні в неї уроки англійської мови, хімії, істо-

рії та роботи на комп'ютері. З 16 години — курси моделювання одягу. Близько 18 години вона вирушає додому.

Після вечері, щоб відпочити, трошки дивиться телевізійну мильну оперу, потім береться за домашні завдання. Перед іспитами Лю просиджує за письмовим столом до глибокої ночі. Щонеділі має в школі додаткові уроки. «Не знаю, що таке вільний час, — каже школярка, яку вважають однією з найкращих у класі, — на дискотеки чи кіно в мене часу немає».

Доля Лю схожа на долю мільйонів китайських дітей. Минули часи, коли китайців із більш-менш доброю освітою вважали «смердючим номером дев'ять». Після того, як 20 років тому в Китаї почалися суспільні реформи, а юнакам більше не розподіляли майбутню роботу, держава й батьки ставлять високі вимоги до дітей. [...]

Застарілі методи навчання та навчальний матеріал, наприклад, аналіз праць Мао Цзедуну, роблять тортурні ще більшими. Тиск на підлітків має фінансові причини — з початку політики реформ та відкриття країни родини повинні дедалі більше платити: пристойні гімназії зараз вимагають до 30 тисяч юанів (приблизно 8 тисяч марок) на рік за одного школяра. Аби інвестиції не виявилися марними, батьки змушують дітей сидіти над книжками до глибокої ночі.

Майже половина школярів у південній провінції Гуан Донг, як виявив лікар Дон Юшенг, не висипляється; третина навчається всупереч своїй волі й поводить себе «ненормально» в повсякденному житті. [...]

17-річний хлопець убив у січні свою матір молотком, бо вона завжди била його, якщо він приносив додому погані оцінки. Коли його засудили до 15 років позбавлення волі, він звернувся до всіх батьків із закликом «дати дітям більше свободи для того, щоб стати дорослими». [...]

Зараз школярі отримують менше домашніх завдань. У школах познімали розвішані раніше в коридорах списки учнів з оцінками, які нібито спонукали їх до кращого навчання.

Було модернізовано підручники. Але знижувати вимоги на іспитах не планують.

«Моя дочка, — каже мати Лю Лі, — кожного дня крутиться, як дзиґа». (Sp)

Якщо в тематичному нарисі окремі постаті ілюструють те, що має відношення до більшої групи, то автори використовують відомий ефект: точно описана окрема доля часто залишає сильніше враження, ніж абстрактний, узагальнюючий огляд або сухі цифри.

[В] Здавалося, ніби «солодка Ірма» знайшла свого «чоловіка з золотою рукою»: саме такою парочкою були Іза та Джо — трохи нагадували «Бонні і Клайда» своїм розривом із суспільними нормами, а своєю екзистенціалістською філософією викликали згадку про фільм «На останньому диханні».

Обоє походили з середнього класу, проте із заздальгідь визначеного для них благопристойного життя вони дуже рано втекли до уявного світу наркотиків. Іза друкувала листи в державній канцелярії [...] поки там не помітили, що вона «на голці». Терапію, що їй призначили, дівчина перервала вже за тиждень. У Дюссельдорфі, серед собі подібних, вона познайомилася з Джо.

А той уже мав за плечима кокаїнову кар'єру. Розпочав ще школярем, довго лікувався, після чого його навіть визнали придатним до військової служби. [...]

Іза та Джо добре облаштували спільне життя з героїном. Довге волосся, чуттєве дитяче обличчя та фігура, ніби у ляльки Барбі, — усе це забезпечувало їзі успіх на вулиці Шарлоттен-штрассе, де їй легко було знаходити грошовитих залицяльників і охочих до розваг. Та й Джо створив собі непогану клієнтуру в районі гей-барів.

«За мірками нашого середовища нам живеться непогано», — каже Джо. Вони жили сьогоднішнім днем, у них була така сама мрія, як і в усіх наркоманів, — колись кинути це зілля, завести дитину.

Усе це в минулому: коли Іза в черговий раз прийшла на перевірку до відділу охорони здоров'я, лікар заборонив їй «ходити на прогулянки», бо за це на неї чекало суворе кримінальне покарання. Адже Іза виявилася інфікованою вірусом, що може викликати СНІД. Хоч у Джо тест був негативним, але хіба він знає, чи не стане позитивним завтра? [...]

Подібно до Ізи та Джо у ФРН щонайменше 60 тисяч, може, навіть 90 тисяч осіб постійно «сидять на голці». Через шприц, який вони пускають по колу, як індіанці люльку миру, багато з них вже заразилися вірусом. [...] (Sp)

На прикладі двох осіб у даному разі зображено долю наркоманів, інфікованих СНІДом.

При цьому використовуються мовні засоби, щодо яких можна сперечатись: натяки на назви кінофільмів та персонажів з них, численні жаргонні вирази, поширені в середовищі наркоманів. Далі, після докладного опису окремої долі, цей приклад перетворюється на узагальнену тему (60—90 тисяч осіб є наркотично залежними).

Такий «розгляд окремої справи» може зробити зрозумілими відомості та статистичні дані, які у звичайному інформаційному повідомленні важко зробити читабельними.

У тематичних нарисах робиться спроба за допомогою конкретизації та персоніфікації звернути увагу на більш фундаментальні проблеми, які були актуалізовані завдяки певним подіям, як, наприклад, нова хвиля контролю звичаїв у релігійно-фундаменталістській суспільній системі (приклад Г).

[Г] ТЕГЕРАН. У кафе «Шука» біля тегеранської площі Ванак молоді люди мирно сидять за склянкою іранської коли або безалкогольного пива, невелика група молодих чоловіків, група молодих жінок, дві подружки. Раптом до кафе вдираються троє бороданів з ісламської поліції звичаїв і накидаються на власника. Ти що, не бачиш, що хлопці й дівчата разом приходять до твого кафе!? — кричать вони йому. — «Ти не бажаєш дотримуватися правил ісламу? Ми тобі покажемо!» Поки поліцейські займаються ним, молодь залишає кафе. Коли власника кафе кидають до поліційної машини, перехожі дивляться вбік і швидко зникають.

Ще кілька місяців тому здавалося, що подібні сцени в Ірані президента-реформатора Хатамі відійшли в минуле. Однак консервативні сили в Тегерані змусили президента відступити, після чого такі події знов стали звичними в іранській столиці. Облави в кафе, ресторанах та на вулицях, де збирається молодь, останнім часом почастішали [...]

Нова хвиля контролю за звичаями досягла свого апогею новорічної ночі, коли на різних вечірках було заарештовано понад 300 осіб. [...]

За винятком іноземців, більшість затриманих провели під арештом кілька днів і згодом були засуджені до покарання. Незаміжні жінки змушені до того ж пройти медичний тест. [...]

«Уже кілька років вони не втручалися, тому на вечірці я не боялася», — каже 21-річна мешканка Тегерана, яку також заарештували. Чотири дні вона провела у в'язниці Евін, хоча тимчасове затримання дозволено лише на 24 години. Врешті вона отримала 40 ударів батоном і була звільнена. [...]

Нові напади поліції звичаїв готувалися заздалегідь. На початку жовтня було повідомлено про створення спеціальної поліційної частини, яка мала боротися проти «культурної, соціальної та економічної загрози». За повідомленням консервативної газети «Резалат», ця «поліція 110» у жовтні та листопаді протягом 40 днів провела 40 тисяч облав на вулицях Тегерана, «щоб люди почували себе безпечніше й

могли жити в спокої та мирі». Тегеранська юстиція, за власними повідомленнями, також створила спеціальний відділ для розгляду «особливих злочинів — проституції, аморальної поведінки й крадіжок». Після арештів новорічної ночі органи юстиції звернулися до батьків із попередженням краще стежити за дітьми. Окрім цього, вони закликали населення доносити на своїх сусідів. Інформацію про випадки аморальності та, зокрема й про вечірки, слід подавати за номером 235 19 02. (FAZ)

Метою тематичного нарису може стати й груповий розгляд певної проблеми. Однак при цьому автор часто описує окремий випадок (приклад Д) і використовує елементи портретного матеріалу.

Д З вигляду Кристіана Гогля не помітно, що він у скрутному становищі, під яким тиском він перебуває. Спокійно розповідає він про свою підприємницьку ідею, як усе виглядало здійсненням, які витончені технічні рішення проблем знайшов він зі своїм партнером Йозефом Гунделем. Однак його фірма, лише через півроку після початку роботи, опинилася на порозі краху. Якщо протягом наступних днів йому не вдасться знайти півмільйона марок, порятунку вже не буде. Три роки праці й кілька мільйонів виявляться втраченими.

Кристіан Гогль (31 рік) є головою правління акціонерного товариства в Мюнхені, яке привернуло до себе увагу в усій країні. Воно називається «call-a-bike», мета його полягає в тому, щоб на території міста надати в розпорядження громадян велосипеди як засіб «індивідуального громадського транспорту». Подібні експерименти здійснювалися вже в інших містах, але ніде вони не базувалися на такій витонченій технічній та логістичній системі, що функціонує в такий спосіб: той, хто хоче взяти напрокат один із розміщених у місті двох тисяч велосипедів, реєструється як клієнт, телефонує до диспетчерської, отримує код, щоб відімкнути електронний замок, і від'їжджає. Приїхавши на місце, клієнт замикає колесо та знову телефонує, щоб зафіксувати тривалість користування і провести розрахунок. [...]

Історія фірми багато в чому типова для таких підприємств. Бізнес-план, складений Гоглем та Гунделем, переконав чимало інвестиційних товариств, у тому числі таких, як «Бізнес-енджелс» та ТБГ, а також 150 приватних інвесторів, які придбали акції. Загалом на початку вдалося зібрати 7,5 мільйонів марок. [...]

Коли нарешті рожеві велосипеди були виставлені в різних частинах міста, з'ясувалося, що попит на них не досяг очікуваного рівня.

Замість середнього розрахункового коефіцієнта користування (на місяць та клієнта) 2,2 показник ледь сягнув 0,8. Виявилось, що тарифи встановлено надто низькі. Надходження склали лише півмільйона марок, а не розраховувані 2 мільйони. Щоправда, ще 100 тисяч принесли рекламні наклейки на велосипедах. За словами Гогля, цього року збитки становитимуть 4 мільйони марок, тому необхідно терміново знайти півмільйона, щоб закрити прогалину в ліквідності. [...]

Сьогодні Кристіан Гогль чудово розуміє, що саме вони зробили невірнo. Разом з Йозефом Гунделем вони недооцінили потребу в капіталі. Ніхто з інвесторів не виявив бажання допомогти їм порадами та рекомендаціями, зокрема, щодо того як організувати менеджмент, проводити маркетинг, якому засновники фірми приділили замало уваги, що було їх великою помилкою. Що зараз потрібно обом підприємцям, то це другий шанс. (SZ)

Тематичний нарис може бути написаний і без актуального приводу, якщо він присвячений ювілею або раз у раз повторюваним подіям (пори року, свята, відпустки тощо). Причиною публікації є особливість теми сама по собі, як, скажімо, попит і пропозиція перед Різдвом у клініці для ляльок (приклад E).

[E] ДЮССЕЛЬДОРФ (rtr). У пацієнтів гарні великі очі, які залишаються розплющеними під час операції. Одним пацієнтам бракує руки, іншим — ноги. Треба вилікувати тріщини в обличчі та сліди від виявів дитячої любові. Усі ці недоліки «лікар ляльок» намагається виправити терпляче й ретельно. У дюссельдорфській клініці для ляльок, найстарішій у ФРН, про ці творіння з порцеляни, пластмаси чи целулоїду піклуються надзвичайно дбайливо. Високу репутацію лікарня має вже в усьому світі. Навіть зі США ляльок надсилають на береги Рейну, щоб їх там «вилікували».

Зараз, напередодні Різдва, власник клініки Людвіг Еммелут (69) не знає, за що хапатися. Всі полиці на стінах зайняті пацієнтами. Там сидять 400 ляльок та, здається, з доктором дивляться на свого «лікаря». [...]

У наступному прикладі [Є] тему становить час відпустки. Відпускний період на Великдень є приводом для зображення того, що туристичний бум означає для жителів острова Крит. Динаміку нарису створює паралельний опису подій на грецькому острові й на батьківщині туристів, де вони розпочинають відпустку.

[Е] ГАМБУРГ. Майже в той самий час, коли Ефтімі Дрімачі на Криті завантажують курей та відбивні з ягняти до морозилки у своєму ресторані, у Берліні, у Північному Рейні-Вестфалії, Нижній Саксонії та Гессені востаннє лунають шкільні дзвінки, востаннє перед трьома тижнями канікул. Ефтімі знає про це і добре підготувався. Уже сьогодні ввечері перші відпускники, які все планують наперед, будуть на місці, а завтра та післязавтра туристи прибуватимуть справжнім натовпом.

Це знає не лише Ефтімі. Усе село Плакіас прокинулося від зимової сплячки, всі пам'ятають, коли в Німеччині починаються шкільні канікули. Усюди в цьому селі на південному узбережжі Криту наводять лад. Будівельні машини блокують вузькі провулки, на терасі біля гавані на збиралися купи сміття. Малюються цінники, плетуться тенти, миються столи-ярмарок починається.

А в далекій країні без жодних труднощів відкривається операція «Великодній заєць». Тисячі вчителів і батьків з дітьми вирушають у напрямку Криту, літаками ЛТУ, «Пен ЕМ» чи «Інтерфлюгу» летять до Іракліона, щоб провести великодні свята у якійсь теплій місцині на острові. Крит — це чудовий острів у цю пору: квітнуть маргаритки, дрік і мак, духмяніють чебрець, шавлія та м'ята, на сонці вже можна загоряти, святкування Великодня греками обіцяє додаткові фольклорні розваги. Нічого дивного, що в усіх, хто скучив за сонцем та схильний до індивідуалізму, раптом з'явилася одна й та сама ідея. Крім цього, саме мешканці Берліна віком до 40 років традиційно полюбляють цей острів, Крит для них щось на зразок садочка. [...] (DZ)

7. ПОБУДОВА НАРИСУ

7.1. Оформлення та мова

У жанрі нарису втрачають чинність суворі правила побудови, встановлені для «жорстких повідомлень». Уже у вступі (див. розділ 7.3) цілком можливо розпочати хронологічний опис подій, а на кінець поставити кульмінацію — головну інформацію або «сінь», сутність справи. Основні інформації розподіляються по всій статті. Суттєве значення має при цьому зміна зображальної перспективи: окремий випадок стає частиною проблеми в цілому; різноманіття забезпечується зміщенням фактів і цитат. У прикладі А на такий чинник перетворюється її постать обер-фельдфебеля Людекке.

[А] Сапер Констанце Раннеберг лежить на величезній галявині між армійськими казармами та спортивним майданчиком і дуже нервується. Затискний важіль заклинило, він ніяк не хоче рухатися. Зимно, до того ж 26-річна жінка на ногах із п'ятої години ранку. [...]

Констанце Раннеберг із Берліна служить у війську за контрактом і хоче зробити кар'єру в бундесвері. У цивільному житті вона працювала в туристичній агенції, особливих висот досягти там не могла, отже, тепер хоче в армії піднятися службовими щаблями вище. [...]

Штабс-унтер-офіцер Барбара Бененке служить, власне, в одному гарнізоні поблизу Гамбурга, а до Гавельберга її відрядили спеціально для підготовки жінок-новобранців. «Вона дуже хороший інструктор, завжди зважає на деталі», — каже Йєнш. Він додає, що щойно «відкинув один невеликий передсуд».

Адже чоловіки-інструктори, напевно, були дещо занепокоєні, як усе піде тепер, коли до їхніх лав влилася інша стать. Врешті-решт, їх ніхто не питає. Рішення про рівноправність жінок у війську прийшло з Люксембурга, з Європейського суду. [...]

На галас навколо своєї статі Івонна Нілебок чекала. 20-літня дівчина підписала контракт одразу на шість років. Передусім, що це досить певна робота. Трохи тому, що її брат уже служить в армії. І ще трошки тому, що їй подобаються «люди у військовій формі». [...]

На таких жінок, як вона, чекав Томас Людекке. «Якщо я поставлю свою дружину у лісі, то вона й наступного ранку буде на тому самому місці», — каже обер-фельдфебель після закінчення навчання в кімнаті унтер-офіцерів. Там вони раніше були самі, як і в чоловічій кімнаті, а після закінчення робочого дня пили пиво і розмовляли. Незабаром перші з жінок отримавши ці звання, вимагатимуть права теж, перебувати там. «Шкода, що ця прусська традиція чоловічої кімнати буде втрачена», — каже Людекке. Трохи непокоїть його й те, що жінкам дозволено у війську носити довге волосся і що на шляху до душі йому може зустрітися гола жінка. З іншого боку, «жінки набагато витриваліші. Вони хочуть самоствердитися». Отже, бундесвер, очевидно, переживе прихід жінок. Обер-фельдфебель Людекке капітулював перед новими часами. (SZ)

У структурному рішенні нарису використовують і такий прийом, коли вступна частина містить саме стільки інформації, аби пробудити апетит читача. Далі читацький інтерес підтримують і підводять до кульмінаційної точки здебільшого наприкінці (це може бути важлива інформація, цитата, дотепний висновок). У прикладі Б на початку наводиться стара народна мудрість, а в кінці — цитата, яка має «заокруглити» тему.

[Б] Чорт, кажуть у народі, завжди все кидає на найбільшу купу. Ці крилаті слова справдилися у вівторок у казино міста Бад Кіссінген. 51-річний підприємець Гаральд Рьонер виграв там в «однорукого бандита» джек-пот Баварії, який у цей день становив 1,2 мільйона марок. Лише минулого року щасливчик виграв у лото 4,2 мільйона марок, вгадавши серію цифр: 2, 3, 4, 5, 6 та 26, день свого весілля, а також додаткову цифру 4.

Підприємець із маленького містечка в районі Кіцінген у Нижній Франконії, як пригадає директор казино Отмар Лутц, кожного тижня бував у цьому казино, починаючи з квітня. [...]

Рьонер, батько двох дочок та керівник будівельної фірми з п'ятьма службовцями, спокійно ставиться до свого щастя. Він не дозволив собі жодних шалених вибриків з чотирма мільйонами. Щоправда, збудував для родини будинок, однак більшу частину грошей вклав у розвиток фірми, витративши їх на новий цех та нову техніку. Так він зробить і цього разу, каже Рьонер. [...] Частину виграшу підприємець збирається використати для адаптації безробітних, яким важко знайти роботу. Він найматиме таких працівників на рік-два і намагатиметься підго-

тувати їх так, щоб потім узяти на постійну роботу. Рьонер: «Правда, і бюро з працевлаштування це підтримує. Проте з виграшу я зможу ще щось докласти на цю справу». (SZ)

Якщо при написанні новин діє правило «Найбільший козир спочатку», то нарис створюється за рецептом: «Притримай туза в рукаві». У «жорстких повідомленнях» (див. розділ 6.2) результат відомий уже на початку, тобто використовується принцип піраміди (див. розділ 3.1). А от серед нарисів трапляються такі, що побудовані, як драматичні твори. Кульмінація, розв'язка чекають наприкінці. Тому нариси здебільшого неможливо скорочувати, починаючи з кінця.

Однак у нарисах більшого розміру цей принцип побудови часто варіюється: результат або якась інша головна інформація опиняються вже на початку твору; далі йде їх деталізує, ілюструє. Так, у прикладі [В] на авансцену висувається «труна-морозильник», аби одразу привернути увагу до теми «італійська похоронна індустрія». Після цього тема розкривається докладніше. У цьому інформаційному нарисі можна було «труну-морозильник» згадати наприкінці статті як «сіль».

[В] РИМ (дра). Останній крик моди в Італії — «заморожений труп». Це уможливило прилад, що нагадує холодильник. Його прилаштовують до труни, яка має скляну кришку. Родичі та друзі замороженого так небіжчика можуть, якщо в цьому є потреба, розтягнути прощання на кілька тижнів. Труна-морозильник безумовно викликала сенсацію на виставці зразків італійських ритуальних закладів, яка влаштовується кожні два роки і останнього разу відбулася в Генуї.

2,1 мільярда марок становить оборот італійської похоронної індустрії, що, як правило, складається з невеликих ремісничих підприємств. 320 мільйонів із цієї суми приносить експорт. У цьому плані італійські трунарі не мають собі рівних у Європі. [...]

В жанрі нарису надзвичайно важливо вірно організувати структуру та створити переходи між окремими частинами інформації. Завдяки цьому краще витлумачується загальний контекст і зв'язки між окремими темами. Після вступної частини (розділ 7.3) за допомогою сполучників необхідно сформулювати належні містки (див. також розділи 4.4.1, 5.4.3). Чергування сцен, фактів і цитат надає зображенню яскравішого забарвлення.

Як це робиться, постійно демонструє Герберт Ріль-Гайзе, один з найвитонченіших авторів у німецькій журналістиці, у своїх великих, на

перший погляд, повільних творох. У наступному прикладі [Г] він звернувся до теми «на громадських засадах». У його спробі характеристики інформаційно-цінні чинники медіа (див. розділ 1.4.1) відіграють провідну роль.

Г Карнавал для старих людей у мюнхенському передмісті Е. Зрозуміло, що все жахливо. Попереду, на сцені, три немолоді музиканти знущаються над «Сніговим вальсом», під цю музику у залі танцюють дві жінки дуже похилого віку в грубих черевинах, в однієї з них із голови зараз спаде перука. [...]

Інша, котрій ніби то 81 рік, навіть витягла на танцювальний майданчик одного з небагатьох чоловіків. І обоє вони не помічають сімох жінок у веселому вбранні, що стоять збоку й радіють гарній атмосфері. Вони повинні це робити, інакше вся ця справа була б для них надто важкою. Їм доведеться отак вистояти в залі п'ять годин, подавати ковбасу та м'ясний хліб, пиво, пиріг, який вони спекли зранку. Коли ввечері вони підуть додому, то ноги в них будуть пекти, але вони будуть знати, заради чого все це.

Адже замість них ніхто б цього не зробив, проте зробити це треба було. В усій Німеччині мільйони старих людей, часто на самоті, сидять удома, у багатьох замало грошей для розваг, замало друзів, з якими можна було б побалакати. Їм потрібне спілкування, як рибама потрібна вода, — отже, хтось мусить допомогти їм знайти ту воду. В даному випадку це спілка реальної добродійності в містечку Е. Від її імені сім веселих жінок протягом уже семи років щомісяця влаштовують вечір відпочинку. На громадських засадах.

До речі, тепер це вже не називається «на громадських засадах». Коли німецький бундестаг рік тому створив спеціальну комісію з цього питання, після тривалих дискусій комісію назвали інакше: вона тепер займається «майбутнім громадської ангажованості». [...]

Спільним між функціонерами, котрі піклуються про карнавал та циган, між керівниками спілок кролиководів та представництва пацієнтів у міських лікарнях є те, що вони у свій вільний час працюють заради спільноти і не збираються на цьому щось заробити. [...]

Звичайно, до цього їх спонукають різні причини: для декого найголовніше — знайти собі заняття у вільний час, інші відчувають себе справжніми героями добродійності.

Щоправда, тієї лютневої неділі навіть у телевізійних новинах показали короткий сюжет про засідання спеціальної парламентської комісії, однак «лише тому, що більше не було особливих подій», — при-

пускає голова комісії Міхаель Бюрш (СПД). А в газетах наступного дня жодних згадок про засідання, та й взагалі небагато про добрі справи. Про насправді важливі речі цього понеділка можна було прочитати у газеті «Бильд», де пишуть про те, що дійсно цікавить людей: що за конину відтепер треба плати удвічі більше; що в дискотеці побилися молоді скінхеди; що п'ять відсотків німців сексуально збуджуються від одягу з латексу та шкіри. Але ж і позитивна новина з'явилася: йшлося про диких кабанів, що залізли до однієї садиби в місті Фюрт. Рятувальні роботи тривали п'ять годин. Звичайно ж, тварин урятувала професійна пожежна команда.

А взагалі, історії про добрих людей не можна вважати добрими історіями: вони не мають цінності для медіа. По-перше, це пов'язане з тим, що розповіді про шляхетних та добрих людей ще ніколи не викликали такого інтересу, як про негідників чи злодіїв.

Це відомо ще з часів Еврипіда та Шекспіра. А по-друге, існує стара журналістська мудрість: нудьгуватимуть читачі, якщо кожного дня їм повідомлятимуть, що в Індії не сталося землетрусу або що на автобані біля Зальцбурга не сталося жодної аварії. Звичайні справи не варті того, щоб про них писати. «Новини — це те, що незвичне», — твердить журналістське правило.

Однак що станеться, якщо це правило треба буде застосовувати навпаки? Можливо, зараз жахливі новини перетворюються на нормальне явище, можливо, незвичним буде, якщо певного дня жодного безпритульного не вб'ють хулігани або якщо бос концерну, глибоко зітхаючи, муситиме скоротити 5 тисяч робочих місць. Якби сталося так, принаймні у світі медіа, — хіба не треба було б тоді частіше повідомляти про інші, позитивні справи? Новини — це те, що незвичне ...

На цьому місці журналіст змушений посміхнутися, та й причина є. Кожний з нас знає зі свого професійного досвіду: люди прагнуть дізнатися від нас, чому на світі так мало добра. На це питання влучно відреагував свого часу Егон Ервін Кіш, зауваживши, що він і сам дуже хотів би про це дізнатися. Те, що медіа не хочуть, аби добрі новини їм диктували уряд чи державні установи, не викликає здивування: ми це вже проходили, коли газета ЦК СЕПН «Нойес Дойчланд» так довго і так набридливо повідомляла про рекордні врожаї та перевиконання планів, поки НДР не розвалилася від зусиль у тому числі й авторів тріумфальних новин. Тріумфальний марш — це такий журналістський жанр, який дозволяється використовувати лише у виняткових випадках.

Однак дозволяється (може, навіть рекомендується) час від часу приголомшувати свою аудиторію радісними звістками: адже не кож-

ному відомо, коли й хто організовує турніри з вуличного футболу для юнаків або що дедалі більше людей виявляють готовність допомагати смертельно хворим аж до останньої хвилини. Дозволяється навіть замислитися над питанням, чому певні теми користуються дуже великим попитом, а інші — жодним. Чи не пов'язане це зі станом суспільства, яке стало надто цинічним, надто байдужим, щоб по-справжньому цікавитися не-циніками, людьми, котрі готові прийти на допомогу, здатні на співчуття? [...]

Якщо трошки подивитися навколо, можна знайти тисячі [...] історій про добрі справи: історію мюнхенського журналіста, який кілька років тому заснував «World Uranium Hearing» («Світові уранові слухання»), щоб надати право голосу народам, яких експлуатує уранова промисловість; або історію власника інформаційного бюро, який з дедалі гучнішим успіхом влаштовує у підвалі свого будинку в Баварії лекції, дискусії, демонстрацію фільмів. [...]

Не треба плекати марні надії. Які б смачні супи ви не давали безпритульним, це не допоможе запобігти вибух надто несправедливого суспільства. Та й громадська робота не є панацеєю від безробіття.

Проте немає жодної альтернативи заангажованій роботі на благо спільноти. Можливо, що праця на громадських засадах сприймається лише як щось другорядне в суспільстві. Але ж без людей, які здатні так працювати, це суспільство вже давно б розвалилося. І хто б тоді збирав його уламки? (SZ)

Мова нарису може наблизитися до літературних форм. При цьому можливе вживання несподіваних мовних зворотів та формулювань. Стиль повинен відповідати темі. У нарисі, тему якого становить трагедія, неприпустимі мовні викрутаси. Текст має писатися просто й безпосередньо. При всій різноманітності тем і свободі вибору форми в нарисі завжди слід зважати на те, щоб зберігався зв'язок з формою інформативних повідомлень.

Влучні звороти, фразеологізми та аналогії можуть краще розкрити тему нарису та виразніше показати характерні риси людей і подій. Однак при цьому слід бути обережним. У журналістиці існують певні модні течії, які швидко призводять до того, що певні звороти та образи зношуються.

Так трапляється, наприклад, коли відомі назви книжок або кінофільмів («О сьомій ранку світ ще в порядку», «Адже вони не знають, що роблять» тощо) постійно використовуються як ніби то «цікаві додатки» (див. розділ 5.4.1).

7.2. План нарису

При плануванні побудови нарису слід подумати над тим, як краще зробити не тільки вступну частину (розділ 7.3), а й кінцівку. Статтю можна «заокруглити» або ефектною заключною фразою, або несподіваною крапкою, або поверненням до інформації, наведеної у вступі.

Однак розпланувати треба також, як будуть розміщені окремі відомості та які зображальні елементи будуть уживатися.

Плануванню має передувати ретельне журналістське розслідування. У цілому можна рекомендувати для написання нарисів такі етапи планування:

- На початковому етапі треба провести інтенсивну **попередню дослідницьку роботу** — в архівах, у відділах преси, за допомогою інформаторів тощо. Слід знайти контактних осіб. Важливо також відвідати місця основних подій; журналістське розслідування, що здійснюється лише за письмовим столом, виявляється недостатнім саме при написанні нарисів. Завдяки збиранню матеріалу журналіст створює свою концепцію теми, а потім підтверджує її знайденими фактами. Отже, нарис децю нагадує спробу довести щось за допомогою побічних доказів. Часто при цьому неабиякого значення набувають на перший погляд другорядні речі.
- Під час журналістського дослідження слід робити дуже докладні **нотатки** (якщо потрібно — магнітофонні записи). Треба фіксувати деталі й цитати, які можуть зробити зображення живим і переконливим. Необхідно занотовувати прізвища та посади чи звання, вік і професію всіх осіб, які можуть бути важливі в контексті нарису, причому занотовувати якомога точніше (не «приблизно» або «майже», якщо є змога точно встановити дані). Загалом треба зібрати набагато більше окремих подробиць, ніж імовірно знадобиться в подальшій роботі. Муки вибору приємніші від додаткових пошуків.
- Особливо великі за розміром нариси потребують чіткої **організації**. Спочатку слід переглянути та розсортувати результати дослідницьких пошуків. Уже тут варто мати перед очима майбутню побудову статті. Часто може виявитися корисним у письмовому вигляді — принаймні у вигляді тез — представити структуру нарису, як це роблять при написанні наукової праці.

- Уже переглядаючи та сортуючи матеріал, треба замислюватись над питанням: які подробиці, який кут зору найкраще придатні для **вступу**, аби вони так захопили читачів, щоб вони після перших п'яти рядків хотіли й далі читати статтю? У який спосіб тему вже на початку можна представити в максимально концентрованому вигляді?
- Досвідчені автори нарисів розробили **систему**, яка допомагає опанувати багатоманітний матеріал. Наприклад, нотатки з записника переносять на п'ять — десять чистих аркушів паперу, причому матеріал розподіляють щоразу відповідно до певного підходу. Особливою ефективністю відзначається інша система: нотатки різними кольоровими ручками записують на великому аркуші паперу (А3). Цитати, ключові сцени, окремі спостереження, факти та висновки отримують при цьому свій колір. На основі цієї першої класифікації далі на наступному аркуші також різними кольорами відтворюють побудову нарису, при цьому елементи, що оживляють зображення (сцени, цитати тощо), розподіляють по окремих частинах твору.

Отже, вільна форма нарису аж ніяк не дозволяє братися за писання аби як. Чергування зображення та аналізу, наочного та абстрактного, яким живе нарис, навпаки, вимагає особливо продуманого планування. Залежно від типу нарису при цьому слід виконати такі завдання:

- **тематизувати**: точно назвати предмет нарису та визначити його місце;
- **аналізувати**: не лише описати окрему проблему чи подію, а й «подивитися на них проти світла»;
- **актуалізувати**: чітко показати, чому читача хвилює проблема або подія;
- **конкретизувати**: звести тему до прийняттого масштабу та відсортувати другорядне;
- **фокусувати**: визначити найголовніше в темі та вивести при цьому основну думку чи навіть тезу;
- **генералізувати**: вийти за межі окремого випадку, показати, в якому контексті знаходяться проблема чи подія, та по змозі зробити висновки;
- **персоналізувати**: розглядати тему не абстрактно, а намагатися оживити її завдяки посиланням на певні особи («надати забарвлення»).

7.3. Форми вступу

Початкова частина нарису вирішальною мірою визначає, чи вдасться налаштувати увагу читачів та «втягти» їх до відтвореної історії, особливо якщо вона досить довга. Отже, дуже важливо, щоб вступ був правильний. Тут можна рекомендувати шість різних форм: ескіз теми, сцена, заклик, цитата, контраст тіпрофіль. Формами вступу, які найчастіше обирають, є ескіз теми та контраст.

7.3.1. Ескіз теми

Вступ, виконаний у вигляді ескізу теми, означає, що одразу конкретно повідомляють, про що піде мова. Звичайно, подібний вступ до нарису за своїм змістом нагадує зображальні форми інформаційних повідомлень, однак інформація «розповідається». (приклади А та Б).

[А] САН-ФРАНЦИСКО. Звичайно, у Лос-Анджелесі знайдуться люди серйозні, невибагливі люди, котрі без зайвого шуму роблять свою справу. Адже провідні промислові компанії, банки та університети, розташовані у Південній Каліфорнії, завоювали свою чудову репутацію завдяки наполегливій праці. Однак під час кожної розмови з мешканцями цієї метрополії на Тихому океані вам рано чи пізно обов'язково нагадають, що це місто в Америці здобуло прізвисько «тінселтаун» — місто облудного блиску, місто золоті мішури. [...]

Наприклад, варто згадати сенсаційний судовий процес братів Мендесів, які вбили своїх батьків. Перед судом вони заявили, що батько й мати роками знущалися з них. Проте дехто стверджує, що вони просто хотіли швидше отримати свою мільйонну спадщину. [...]

Зараз у Лос-Анджелесі відбувається — дещо у затінку справи Сімсона — інший судовий процес, який без сумніву позначений усіма ознаками того облудного блиску, на якому побудовані Голівуд та шоу-бізнес. Обвинувачується 28-річна пані німецького походження. Її батько був багатим лікарем у Беверлі-Хіллз. Коли ця жінка в скромному костюмі сидить у судовій залі та крізь окуляри в нікельованій оправі вражено дивиться на прокурора, важко повірити, що ніч із нею коштувала від однієї до десяти тисяч доларів. Гайді Фляйс обвинувачують у тому, що вона керувала найдорожчою мережею «дівчат за викликом» у Голівуді. [...]

Вона є власницею бутики модного одягу у Пасадені, передмісті для багатих. Там вона серед інших товарів продає і власні моделі, а саме

футболки та чоловічу нижню білизну з написом «Гайді». Однак чимало клієнтів заходять туди не тільки щось купити, — каже вона. Її автограф поступово став своєрідною сервісною послугою. Не можна позбутися враження, що це знов-таки типово для «міста облудного блиску». Якщо ти не можеш залишатися звідницею, продавай футболки, — якщо треба, то з автографом. (FAZ)

[Б] У Лос-Анджелесі є два види орендної плати. Один з них відповідає європейському методу, згідно з яким плату нараховують за житло, а вже потім окремо — за воду, газ та електрику. Інший вид підтверджує гарну віру американців у те, що все на світі якось взаємопов'язане: «все включено».

Це означає, що орендодавець сплачує всі рахунки, і немає значення, скільки електроенергії споживає орендар.

Наш адміністратор Джеймс одразу при в'їзді звернув нашу увагу на цю чудову перевагу: коли влітку стане спекотно, можна підключити кілька кондиціонерів, які буквально пожирають електроенергію, — так ми зможемо піднести комфорт до рівня, на якому замерзає вода. Урешті-решт струм іде з розетки і майже нічого не коштує.

Джеймс усе життя прожив у Каліфорнії — він віддає перевагу вічному літу. Але оскільки він знає, що в далекій Європі інколи буває холодно, настільки холодно, що навіть падає сніг, як у Чикаго цілий рік, то вважає, що дивні люди з Півночі по-справжньому оцінять можливості вільного визначення кліматичних зон. Він чув, що рекомендує співак Том Джонс, «валлійський тигр», на випадок туги за домом. Том Джонс також живе у Південній Каліфорнії, і коли сонце надто гаряче пече валлійську душу, то великим скляним фасадом перекривається вихід до басейну, затягуються завіси, а кондиціонери вмикаються на повну потужність. Тоді дуже швидко стає зимно — і нарешті можна натягти на себе теплого светра й сісти перед палаючим каміном з гарячим грогом у руці.

Однак приватне регулювання погоди зараз ускладнюється у зв'язку з хаосом в енергетиці. Доброзичливі колись орендодавці серйозно замислюються над зайвими витратами. Так щастя з розетки перетворюється на тему щоденних розмов. Але потрібні, мабуть, якісь великі катастрофи, аби щось зрушило з місця. (SZ)

Інколи у вступній частині нарису тема зображується в узагальненій, генералізованій формі, наприклад, у вигляді якоїсь життєвої мудрості. Тільки після цього дається опис конкретних фактів (приклад В).

[В] ВЮРЦБУРГ. Щиро прагнучи високого й величного, людина інколи може помилятися на шкоду собі. У цьому з гіркотою мусив переконатися один студент, що вивчає інформатику, в окружному суді Вюрцбурга.

Сутність справи: опівночі, коли студент вирішив швиденько кинути листа до поштової скриньки, він побачив двох чоловіків, які сперечалися з жінкою. Вважаючи, що перед ним жертва сексуальних домагань, молодий студент кинувся до чоловіків, почалася бійка. 25-річний хлопець упав на землю та почав голосно кликати поліцію. Чого він не знав або в що не хотів вірити: він мав справу саме з поліцією, точніше з патрулем у цивільному, що його трохи раніше викликав йнший пережожий. [...] (SZ)

Наступний нарис (приклад Г) вже з першого речення вводиться у контекст ширшої теми. Виклад править за конкретну ілюстрацію фундаментальної проблеми: правосуддя та справедливість.

[Г] Бувають години, коли майже фізично відчуваєш, якими сумнівними можуть бути спроби юристів чинити правосуддя. Наприклад, цієї п'ятниці, об 11-й годині, в залі засідань Б 275 будинку кримінальних судів на вулиці Німфенбургер-Штрассе.

Чи буде справедливим, якщо троє суддів та двоє засідателів вийдуть з нарадчої кімнати та підтвердять блідому рудоволосому чоловікові ліворуч на лаві обвинувачених, що він мусить відсидіти свій термін покарання за вбивство через необережність, а це матиме своїм наслідком, зокрема, що блідий рудоволосий чоловік одразу втратить свій мандат депутата ландтагу, оскільки це суспільство пробачає багато чого, але не те, що ти побував за ґратами?

Чи буде справедливішим замінити йому відсидку на умовне покарання і врахувати при цьому, що народ, ім'ям якого зараз буде виголошено вирок, в майбутньому ще раз переконається, що великих відпускають на волю, а малих саджають? Місяцем в'язниці більше чи менше, умовне покарання або ні — і справжня лавина наслідків.

Зала переповнена, власні попередні вирокі давно вже ухвалені, коли судді нарешті заходять до зали. Коли головуючий суддя Рудольф Майер нарешті оголошує, що винний засуджується до одного року позбавлення волі умовно, чути оплески, трохи незадоволених вигуків, вахмістр тричі закликає до тиші, обвинувачений істерично ридає, а кожний спостерігач, напевно, відчуває якесь знякковіння, яке йому самому важко пояснити. (SZ)

У журналах новин часто на початку нарису вже друкарським способом виділяють зав'язку, яка править за ескіз теми. Далі йде власне вступ (приклад Д).

[Д] Якщо дитина раптом зникає, як 12-річна Ульріка з Еберсвальде, то для батьків починаються муки, порятунку від яких не знайти роками. Відтепер життя визначається надіями, відчаєм та докорами самим собі.

Велосипед дівчинки лежав на узбіччі поряд з каплицею старого цвинтаря. Велосипед був трохи погнутий, на гайці переднього колеса залишилися дрібні частки білого автомобільного лаку.

Свіжий сніг, мов цукровий шар, вкривав катафоти, маленьку сумку для інструментів і наклейку: вона доводила, що велосипедистка у четвертому класі успішно склала іспит з безпеки дорожнього руху. [...]

Ульріка Брандт зникла. Які катастрофи ця суха констатація фактів викличе у душевному житті батьків, стане зрозумілим лише набагато пізніше.

«Час між надіями та страхом, — каже Готтфрід Фішер, керівник кельнського інституту психотравмотології, — часто залишає глибокі «розриви у душевних зв'язках». Чимало батьків роками страждають від невиліковної травми, якої неможливо позбутися і яка живиться надіями, розпачем та докорами самим собі». (Sp)

7.3.2. Сцена

Сцену особливо часто обирають як форму вступу. Саме завдяки цьому чимало нарисів наближаються до класичних репортажів (розділ 6.3.3). За допомогою стилістичних засобів оповіді, образною мовою тут описується типова ситуація, типовий процес або краєвид.

У наступному випадку (приклад Е) через типову, на погляд автора, ситуацію читача вводять до теми: психологія сучасного покоління школярів.

[Е] У вузькому коридорі зібралося майже сто школярів. Поки ще немає всіх учителів, щоб відчинити класні кімнати. З 7.55 до 8 години починають розігріватися «парові котли», лунає голосна лайка, діти обмінюються ударами ногами. Раптом одного з хлопців так сильно штовхають ззаду, що він б'ється головою об гардеробну шафу. А вона металева, отже, хлопець падає на підлогу. Я намагаюся пробитися до п'ятого класу. Міцний юнак питає мене голосом, що нагадує голос фут-

больного тренера, захрипшого від постійних криків: «Це Ви новий вчитель із Берліна?» Я киваю головою. «Тоді ми Вас прикінчимо!» — «А це чому?», — хочу дізнатися. «Тому що у Вас така крута борода!», — кричить він.

Відкритий урок у п'ятому класі. Англійська мова. [...] (DZ)

Пивний фестиваль «Октоберфест» пропонує справжнє джерело тем для нарисів. У даному разі (приклад Є) йдеться про неприємності для мешканців мюнхенського району Вестенд під час свята. У вступі міститься цікавий опис типової ситуації.

[Є] Руді хоче додому. Його четверо колег, разом з якими він напідпитку блукає по святковій галявині, теж хочуть додому — до містечка Фюрстенфельд. Не почути про це не можна: «Хочу додому до Фюрстенфельда!» — безперервно волають всі п'ятеро, після того як півгодини тому випили по останньому кухлю в наметі броварні «Августинер». «Ну, добре, — каже Руді, з плеча якого звисає великий рожевий слон, — Клаузі забрав два літрові кухлі, якщо ними добряче цокнутися, то звук буде шалений».

Незабаром дванадцята, група плентається вулицею Кацмайрштрассе. Там вони співають пісні про берег Дунаю та про дівчат з мису Горн. Клаузі лише на мить припиняє відбивати такт кухлями, адже його вивертає. У Руді інша проблема: «Ми тут нічого не знаємо, — кричить він. — Де наша машина?»

На вулиці цей галас, здається, нікому не заважає. Для місцевих мешканців розбиті кухлі та голосні співи належать до вечірньої програми. Бруд, сміття на вулицях, велетенська металева лавина щодня та щоночі тягнеться через ці квартали. Протягом двох тижнів Вестенд перетворюється на арену не найкращих сцен «Октоберфесту». [...] (SZ)

У наступному прикладі [Ж] тему становить імовірна загроза здоров'ю через шум у дискотеках. Стаття написана з актуального приводу: органи охорони здоров'я перевіряють дотримання відповідних правил у нічних закладах. На цю інформацію в нарисі читач налаштовується за допомогою сценічного вступу, де відтворено атмосферу дискотеки та проблеми спілкування.

[Ж] ДЮССЕЛЬДОРФ/МАННГАЙМ (rtr). Яскраві отруйно-зелені блискавки розривають задимлену напівтемряву. Звуки гітар гримлять у повітрі, хрипкий голос співає рок-пісню — а офіціант уже втретє

перепитує, який напій гості бажають замовити. Марно. Ані питання, ані відповіді не можна зрозуміти. Гуркотлива музика заглушає все: щоденна картина у німецьких дискотеках.

Питанням, чи високий рівень децибел призводить до погіршення слуху, незабаром займатимуться 22 відділи охорони здоров'я у землі Північний Рейн-Вестфалія. [...]

У прикладі 3 ширша тема («жовта» преса) також вводиться шляхом опису певної ситуації. Сцена з прекрасною принцесою залишає особливо оригінальне враження як вступ, тому що вже в другому абзаці вона переривається: «нормальним життям», придбанням журналів у супермаркеті.

[3] Це почалося в Монако, почалося з полонезу. Загадкова сила поклала мої руки на її плечі, о Боже, на голі плечі принцеси. Музика змовкла, пари розішлись. Вона обернулася. Що далі? Ми танцювали. Що це було — вальс, болеро чи брейк-данс? На її лобі з'явилися зморшки, як у старого Бельмондо. Її очі не мали дна. Вона посміхнулася, як Гамфрі Богарт. Її англійська звучала дуже по-французьки, а її плечі були широкі, як у плавчихи з НДР. Ця зустріч мала змінити моє життя.

Тепер мій суботній маршрут у супермаркеті веде мене від прилавка з ковбасою вже не одразу до молочного куточка, а спочатку повз полиці з журналами. Трохи сором'язливо, а потім горячковіше я переглядаю пресу для домашніх господарок, шукаю ознаки життя Стефанії. Чим більше знаходжу, тим більше сумнівів, чим більше читаю про неї, тим менше знаю її.

Дика принцеса. Наївна дівчина. Прекрасна блискуча жінка. Легіонер із короткою зачіскою. Принцеса з дитячої книжки. Леді-рокер. Супермодель. Кожного тижня вона змінює обличчя, обирає новий характер. Ідеальна жінка в цілому, все в одній. За чотири тижні чотири життя, за п'ять місяців п'ять чоловіків. Починаю шпигувати за нею.

Черговість чоловіків швидко з'ясовано, всі 19 журналів «преси про Стефанію» мають спільну думку: спочатку Бельмондо-молодший, потім Делон-молодший, далі Алекс Баятакіс, автогонщик Ален Прост, а потім ще й Стефан Лабель. [...] (DZ)

Ситуації, які описуються на початку нарису, повинні бути важливими для теми статті. Несуттєві спостереження не можна використовувати як сценічний вступ.

7.3.3. Заклик

Заклик належить до дещо застарілих форм нарисового вступу. Тут автор безпосередньо звертається до читача. Егон Ервін Кіш, «шалений репортер», охоче використовував цей засіб у своїх репортажах («Якщо ти, зваблений назвою «блошиний ринок», прийдеш недільного ранку до брами Кліньякур, тільки щоб купити бліх, тобі доведеться повернутися додому без покупки»). Сьогодні вступ-заклик використовують здебільшого в непрямій формі. При цьому шлях до читача можна шукати за допомогою питання.

[I] РИМ. Хіба плачуть професійні футболісти? Досі цих жорстких чоловіків з тверезим підходом до бізнесу уявляли собі інакше. Скандал в італійській лізі, пов'язаний зі спортивним тоталізатором, уможливив знайомство й із сентиментальними рисами футбольних зірок. [...]

Причина: під час кримінального процесу в римському суді всі 38 обвинувачених футболістів та функціонерів були виправдані. Лише торговець овочами Кручіані, який викликав цей скандал та спричинився до внутрішніх санкцій у федерації футболу своїм повідомленням про маніпуляцію результатами ігор, був засуджений до грошового штрафу розміром 650 марок. (FAZ)

Коли обирають таку форму вступу, то в першому реченні ставлять запитання, яке має бути несподіваним, оригінальним (приклад I). Це може бути й риторичне питання. Але на в якому разі не таке, якого жодна людина б не поставила. Інакше вступ здаватиметься штучно сконструйованим.

У наступному прикладі [K] на початку бачимо вигук. Далі ставиться риторичне питання, завдяки якому здійснюється перехід до основної теми — зображення жінок на телебаченні та портрета відомої телевізійної режисерки.

[K] Так і ще раз так! Це щось чудове, ці жінки! Однак чи знали б ми про це, якби зустрічалися з ними лише на екрані телевізора? Тележінки — чоловіки, будьте обережні!

Чоловіків лякають не лише світловолосі янголи новин з непохитним лакованим спокоєм, незалежно від того, про що вони повідомляють, — про землетруси, пригоди Бориса Бенкера чи про коров'ячий сказ.

Ще важче виносити жіночі постаті у героїчному жанрі телевізійних фільмів. «Найчудовіші жінки» — під таким заголовком демонструються серіали, де героїні неухильно йдуть дорогою Попелюшки: від забитої домогосподарки до самосвідомої бізнес-леді, від скривдженої подруги до самовпевненої споживачки чоловічої (або жіночої) еротики. Чи то комедія, чи то трагедія — завжди у цих витворах мова йде про вихід із затьмареного чоловіками світу до царства феміністської ясності: вона — так звучить основна ідея — повинна рухатися лише за власним внутрішнім компасом, щоб стати тим, ким вона є.

Нечасто телебачення дозволяє побачити в цьому плетиві те, що вони являють собою насправді: ідеалізм із добрими намірами. Шеррі Горман (40 років), німецько-американській режисерці, минулого тижня вдалося у двох переконливих творах більш реалістично описати почуттєвий світ жінок. [...] (Sp)

Закличний характер вступу можна підсилити, якщо автор прямо звертається до читача, тобто у вступі комбінуються звернення та питання (приклад Л).

[Л] ААХЕН. Знаєте Дезіре, милу руду кобилу, або Віндуса та Аргонавта, двох чудових меринів? Ні? Не дивно, адже їхні вершники, напевно, також не знають їх. Вершників звать Клаус Райнахер та Бернгард Кампс, вони є членами німецької збірної команди на чемпіонаті світу в Аахені та спільно з Паулем Шокемьоле та Міхаелем Рюпінгом у четвер намагатимуться зміцнити позиції Німецької федерації кінного спорту в розіграві командної першості. Райнахер та Кампс не лише скористалися тим, що деяким титулованим колегам забракло часу на тренування, вони можуть правити за приклад зміни поколінь у німецькому кінному спорті. [...] (SZ)

7.3.4. Цитата

Цитати також часто обирають як вступ до нарису. Завдяки цьому вже в першій фразі можна яскраво висвітлити тему (приклад М).

[М] ФРАНКФУРТ (rtr). «Комусь ще треба до Парижа? Ні? Тоді вирушайте.» Вернер Мюнх, котрий завжди дає вказівки, як справжній менеджер, виштовхує обох чоловіків із дверей свого офісу на площі Базелем-плац у Франкфурті та задоволено потирає руки. Третя машина, яку він сьогодні відправив у напрямку Сени, від'їхала. Осо-

бисті дані водія та пасажирів занотовані, номерні знаки також зареєстровані, гроші в касі.

У Вернера Мюнха немає фірми таксі, він не дає напрокат мікроавтобуси. Він виступає як посередник, організуючи далекі поїздки. Він керує одним із центрів, де можна знайти автомобіль, що їде в потрібному вам напрямку. Загалом таких центрів сім, вони позбавляють 300 тисяч охочих подорожувати автостопом від необхідності стояти на узбіччі з піднятою рукою. [...]

У вступній цитаті має бути висловлена виразна думка, яка одразу впадає в очі. Вона повинна правити за стимул, що заохочує до читання, зацікавлювати наступним викладом.

Після прямої мови можна одразу зробити перехід до основної інформації нарис (приклад Н).

[Н] МЮНХЕН/МЮНСТЕР (rtr). «Ніхто й припустити не міг, що на нас чекає». Для Ганса Зайфріда, речника найбільшої німецької страхової компанії, велосипедисти становлять дратівливу тему. Те, що приносить радість 20 мільйонам громадян ФРН та забезпечує велосипедній промисловості чудові прибутки, для страхових компаній означає збитки. Вони скаржаться на те, що останнього року було викрадено 323 тисячі велосипедів, за які їм довелося платити. 80 мільйонів марок змушені були сплатити своїм клієнтам 80 страхових компаній. Тому Зайфрід б'є тривогу: «Тенденція занепокоює. Ми повинні щось зробити.» [...]

Якщо для вступу використовують цитату, то, на відміну від «жорстких повідомлень» (див. розділ 5.1.3), можна спочатку (або й взагалі) відмовитися від точного посилання на джерело.

Це стосується, зокрема, тих випадків, коли цитата репрезентує висловлювання інших осіб, щоб через конкретизацію наблизити читача до основної теми.

7.3.5. Контраст

Кі інтерес пробуджується завдяки тому, що виклад відбувається на двох рівнях. Наприклад, спочатку зображується уявне враження, а потім — сьогоднішня дійсність, так що забезпечується несподіваний та ефектний поворот розповіді.

[O] КЕЛЬН. Гайнц Шефер (44 роки), краще відомий у Кельні під прізвиськом «Шефер-Ніс», двадцять років успішно грав роль злодія-клоуна: коли він виголошував гучні слова та насолоджувався славою «короля кельнського злочинного світу», поліція просто сміялася над «кельнським Аль Капоне» (за словами шефа кримінальної поліції Кельна доктора Манфреда Гундлаха).

Тепер у поліцейських зникло бажання сміятися. Спеціальна комісія земельного відомства кримінальної поліції та відділ «Державна безпека» кельнської прокуратури підозрюють Шефера в тому, що він очолює кримінальну організацію міжнародного масштабу. [...] (WAZ)

У наступному прикладі [П] поворот відбувається в другому абзаці, причому сполучник «разом з цим» (див. розділ 5.4.3) звертає увагу на протиріччя.

Часто автори обирають порівняння між минулим і сучасністю та в такий спосіб використовують драматургічний засіб контрасту. Нарешті, за допомогою такої форми вступу можна наочно представити відхилення від нормального (що зображується спочатку).

[П] ДЮССЕЛЬДОРФ. Ульріка Маннс краде, як справжня сорока. Усе, що погано лежить, цупить 26-річна жінка. Жоден універмаг не може почувати себе в безпеці. За останні чотири роки самотня молода жінка забрала з прилавків, полиць та шаф товарів на загальну суму понад мільйон марок. Ульріка Маннс може претендувати на звання найкращої магазинної крадійки Німеччини.

Разом з цим, протизаконні дії Ульріки Маннс радують Центр підвищення кваліфікації роздрібною торгівлі в Дюссельдорфі. Там знаменита злодійка вже чотири роки працює штатною викладачкою. Її основне завдання полягає в тому, щоб підвищувати кваліфікацію продавців у боротьбі з магазинними крадіжками. [...] (NRZ)

Контраст як форму вступу дуже охоче обирають журнали новин.

Нижче можна порівняти між собою різні види використання контрасту в публікаціях журналу «Шпігель»: конфлікт інтересів у стосунках двох людей (приклад Р) та суперечність між минулим та сьогоденням (приклад С).

[Р] Коли ситуація стала серйозною, сер Ю Конг Пао зробив те, що мільярдери так полюбляють робити у кіно: він вирішив зіграти в гольф.

Заняття спортом не переслідували мету піднесення фізичної форми: Пао, 68-річний корабельний магнат із Гонконгу, хотів бути недосяжним для відвідувачів та телефонних дзвінків.

Коли китаєць поклав свого м'яча в останню лунку, він досяг своєї ділової мети: велетенська мільярдна операція в лондонському Сіті провалилася.

А для сера Джеремі Морса, шефа лондонського банку Ллойд, цією грою в гольф завершилася й мрія. Британець прагнув об'єднати зі своїм кредитним інститутом «Стандард Чартерд Бенк» та побудувати внаслідок цього найбільший англійський банк. Але для цього йому був потрібний Пао. (Sp)

[C] «Транспорт, житлове будівництво й вода», — в такому порядку міський голова Пекіна Хен Шітон раніше перераховував свої турботи, коли його питали про основні проблеми десятимільйонного міста. Потім пріоритети змінилися. Уже сьоме літо поспіль столиця Китаю страждає від надзвичайно сухої погоди. [...] (Sp)

7.3.6. Профільний вступ

Оснoвне в нарисах — опис людей. Люди — це найцікавіший матеріал для читачів, як засвідчує успішний продаж відповідних книжок. Персоналізація допомагає конкретизувати теми та наповнює барвами журналістський виклад.

Ця властивість з особливою виразністю виявляється при використанні профільного вступу, оскільки характеристика осіб уже на початку статті забезпечує увагу читачів.

Коли журналіст робить профільний вступ, читачі одразу можуть ідентифікувати головну дійову особу. Однак у портретних нарисах (див. розділ 6.3.4) з драматургічних причин повна ідентифікація часто відбувається дещо пізніше (приклад Т).

[T] НЬЮ-ЙОРК. Він з'явився у світі великого тенісу, мов великий Зампано. Загорілий, з очима, схованими за темними сонячними окулярами, на великих тенісних турнірах він завжди помітний у найвищому ряду трибуни для глядачів: «Дивіться, он там великий Нік. Винахідник та двигун американського тенісного дива!» Мов із гірського джерела, з його тренувального табору біля Мексиканської затоки вириваються видатні таланти. Нік Болетєрі, колишній шліфувальник в американській морській піхоті, майже завжди має у півфіналі одного

з своїх 15-річних вихованців і принаймні двох 14-річних в основному посіві. [...] (SZ)

При використанні подібного анонімного вступу, який подекуди буває і в «жорстких повідомленнях» (див. розділ 4.2.3), ім'я описуваної особи спочатку не називають. У нарисі таке трапляється, наприклад, аби створити напруження перед розкриттям таємниці якоїсь відомої особистості.

Якщо прізвище особи невідоме громадськості, то його згадують пізніше, тому що воно не має особливого значення для вступу. Анонімність може в такому разі правити й за стилістичний прийом.

Бульварні газети досягли великої майстерності у його вживанні (приклад У).

[У] Я сиділа біля її ліжка, ми розмовляли про смерть.
Про її смерть.

Але ми розмовляли й про життя.

Про її життя.

«Так, — сказала вона, — варто було жити».

Попри всю безнадійність.

Попри все.

Хоча б заради дітей.

«Завжди варто жити», — сказала вона.

Вона, жінка, що знає, що незабаром мусить померти.

Інгеборг Марії Руопп 45 років. Її отруїв власний чоловік.

Отрута крадеться її тілом, руйнує її печінку, катує її, забирає в неї життя.

Її чоловік, учитель хімії в гімназії міста Ульм, добре знав дію отрути. Зараз судді засудили його до пожиттєвого ув'язнення.

Досі Інгеборг Руопп мовчала. Проте вона вирішила не йти з життя, не порозмовлявши ще раз про все.

Про кохання і ненависть.

Про життя. Про смерть.

Про дітей і про майбутнє.

І про свого чоловіка ...

«Ненавидіти, — каже вона, — ні, ненавидіти я його не можу». (BamS)

За допомогою такого вступу до нарису можна описувати не тільки окремих людей, що мають імена, а й групи людей, які принаймні на початку залишаються анонімними (приклад Ф).

[Ф] ДЮССЕЛЬДОРФ (rtr). На великій широкій вулиці столиці землі Північний Рейн-Вестфалія міста Дюссельдорф вони сидять через стінку в прохолодних, з кондиціонерами офісах. Звідки вони протягом багатьох років керують своїми мільярдними діловими операціями. Здебільшого поза офісом вони залишаються у своєму колі, купують уселище в магазинах «своєї милі», їдять в одному з п'яти ресторанів, які пропонують звичні для них страви з сирої риби й сирого м'яса. Дюссельдорфські японці міцно тримають у руках свою милу, вулицю Іммерман-штрассе. [...]

Якщо в нарисі якісь особи виступають як представники більших груп людей, то профільний вступ корисний для того, щоб конкретизувати долі та проблеми, які мають або мали й інші люди (приклад X).

[X] ЕССЕН (rtr). Герберт Пауль Майєр, мешкає в Ессені. 1942 року депортований до Освенціма, 1945 року оголошений мертвим. Оскар Майєр, мешкає в Ессені, разом з дружиною та дочкою депортований до гетто у Ліцманштадті, 1945 року оголошений мертвим. Лізель Розенталь, мешкає в Ессені, 1942 року депортована до Ісбіки, 1945 року оголошена мертвою. Три короткі біографії, три долі євреїв за часів націонал-соціалістичного терору, обрані з двох з половиною тисяч історій страждань євреїв, що мешкають в Ессені. Їм місто в Рурській області присвятило книгу. [...]

У такій формі вступу окремий приклад висувається на початок, а далі проблему розглядають уже як справу не лише «маленьких людей», а й «великої історії». Завдяки конкретизації це підсилює інтерес до людських аспектів статті. Отже, перед нами типовий журналістський прийом, який часто використовують саме при написанні нарисів.

8.1. Відповідальність медіа

Яку цінність має інформаційне повідомлення, як подаються новини — це питання не тільки професійної техніки. Наразі дедалі більше замислюються над нормами доцільного та допустимого. Етичні межі інформаційних повідомлень висуваються на перший план при розгляді проблем журналістики.

Частіше, ніж раніше, інтерес громадськості до цих питань пробуджується внаслідок «проколів», яких припускаються медіа. Можна почути досить багато критичних висловлювань на адресу медіа, усе частіше трапляється, що телебачення та радіо, газети й журнали самі роблять себе темою для власних виступів і ставлять критичні запитання про власну відповідальність. Отже, здається, що журналісти усвідомлюють: заради своїх власних інтересів, заради довіри до себе їм треба піклуватися про дотримання певних правил журналістики. Професійна етика перетворилася на важливий аспект, який допомагає професійним організаціям журналістів краще зрозуміти свої завдання, професійній етиці приділяють значну увагу при підготовці та підвищенні кваліфікації журналістів.

У більш загальній формі питання меж інформаційних повідомлень жваво обговорюється учасниками широкої дискусії про *якість* у журналістиці. При цьому робиться спроба поєднати загальні етичні та професійно-етичні норми з професійними стандартами, яких слід дотримуватися і заради достовірності, і для економічного успіху медіа. З цієї метою на сферу управління підприємствами медіа та на роботу редакцій у модифікованій формі переносяться такі економічні концепції, як *загальний та наскрізний менеджмент якості*. Ефективність діяльності та максимізація прибутків залишаються тут тільки одним боком медалі. Досягнення якості в роботі редакцій повинне, за цією концепцією, бути спрямоване на те, щоб вона задовольняла потреби співробітників і споживачів, хоча суспільна відповідальність медіа теж не має бути поза увагою.

Забезпечити якість можна за допомогою етичних кодексів, редакційних статутів та спеціальних уповноважених із самоконтролю. Для

вимірювання якості продуктів пропонуються, зокрема, такі критерії: коректність і багатоманітність інформацій, суттєвість, актуальність та зрозумілість новин, прозорість та незалежність у підготовці повідомлень. У цьому плані сучасні дискусії про якість у журналістиці, в яких з однаковою активністю беруть участь науковці — дослідники проблем комунікації — та профспілки журналістів, певною мірою нагадують традиційні дискусії про журналістську етику та особливо про «правильну поведінку» у виняткових ситуаціях.

Коли йдеться про дії журналістів у пограничних сферах кореспондентської практики, то в загостреній формі виникає проблема поєднання в сучасній журналістиці моральних, професійних і комерційних вимог. Відчувається особлива потреба у нормах та критеріях, які можна застосовувати на практиці. Журналісти потребують допомоги (див. розділ 8.6) у розв'язанні своїх конкретних проблем.

Такі норми мають вигляд трьох цілком відмінних між собою «типів етики»:

- норми, що формулюються як моральні правила поведінки для окремого журналіста (*індивідуальна етика*);
- норми, які мають зробити передбачуваною професійну поведінку всередині групи журналістів та які інколи кодифікують як «станову етику» (*етика професії*);
- норми, які повинні враховувати підприємства медіа та їхні керівники, у демократичній системі, що залишає їм простір для виконання «суспільного завдання» (*інституційна етика*).

Проте якщо за допомогою цих типів етики спробувати розв'язати, зокрема, проблему взаємного накладення суперечливих вимог та примусів, то можна одразу наштовхнутися на певні межі. При цьому виразно виявляється лише етична дилема журналістики — співвідношення між функціональною *нормою* та функціональною *дійсністю*. Головне тут, в першу чергу, вірно визначити та розподілити відповідальність.

Усі журналісти беруть на себе відповідальність за ті новини, які вони пропонують. Це зауваження щодо відповідальності окремого журналіста тягне за собою наслідки для «етики журналістики» — передусім з огляду на таку інстанцію, як Німецька рада преси (див. розділ 8.4). Адже її правоздатність врешті-решт спирається на передумову існування певного простору для відповідальних індивідуальних дій. Якби відповідальність за подання інформації покладалася лише на інституції, то навряд чи мало б сенс критикувати окремих кореспондентів або аналізувати їхні помилки.

Те саме стосується постулату про **подвійну відповідальність** у журналістиці, який орієнтується на «етику відповідальності» Макса Вебера. Тут маються на увазі передбачувані наслідки дій. Готуючи повідомлення для медіа, журналісти повинні чітко передбачати та враховувати всі можливі наслідки, і бути готові нести відповідальність за ці наслідки. Така подвійна відповідальність може призвести до небажаної ні для кого самоцензури.

Разом з цим, звичайно, журналісти несуть соціальну відповідальність за те, щоб у суспільстві відверто обговорювалися інтереси, турботи, потреби населення. У цій справі кореспонденти не мають права обирати шлях найменшого опору, в крайньому випадку їм доводиться брати на себе ризик виникнення конфлікту з можновладцями.

Модель перейняття медіа соціальної відповідальності на себе має певну традицію в англосаксонських країнах. Зокрема, йдеться про такі вимоги:

- медійна система в цілому повинна бути плюралістичною та віддзеркалювати багатоманітність суспільства;
- медіа повинні погодитися з тим, що вони мають виконувати певні зобов'язання перед суспільством;
- різним поглядам на суспільні питання слід надати шанс бути врахованими у медіа;
- у своїй інформаційній діяльності медіа мають уникати всього, що може сприяти злочинності, насильству чи безладу; їм треба поважати етнічні та релігійні меншості;
- особа, яка стала предметом інформаційного повідомлення, повинна мати право на відповідь та в разі необхідності — на виправлення чи уточнення.

Дотримання принципу соціальної відповідальності неможливо досягнути примусом. У полі правових та політичних рамкових умов медіа мають самі регулювати свою діяльність — такий консенсус існує, зокрема, у Сполучених Штатах Америки.

Однак подібна саморегуляції журналістики потрібні певні структурні передумови, що стосуються передусім підготовки та підвищення кваліфікації кореспондентів. Тільки в такому разі можна забезпечити певні професійні стандарти, що визначають підхід до збирання, добору та презентації новин, тобто такі критерії, як точність, об'єктивність та зваженість.

Поряд із цими професійними аспектами ставляться й такі питання щодо соціальної відповідальності медіа:

- чи може соціальна відповідальність медіа та журналістики базуватися лише на моральному підґрунті, не маючи правового регулювання?
- на кого саме має покладатися соціальна відповідальність — на власників медіа чи на журналістів?
- чи взагалі можливе дотримання принципу соціальної відповідальності журналістами без достатньої їх автономії?
- на що поширюється соціальна відповідальність — на ставлення медіа до уряду, до держави чи до суспільства?
- чи в медійній системі, що ґрунтується на засадах ринкової економіки, існує лише відповідальність постачальника інформації, а відповідальності споживача немає?

Питання про те, що аудиторія врешті-решт отримує такі пропозиції медіа, на які вона заслуговує, ставиться передусім тоді, коли після пов'язаних з медіа скандалів журналісти вказують на тиск ринку та інтерес людей як визначальні фактори своєї роботи. У цьому питанні чітко визначена основна проблема: самозобов'язання комерційних медіа дотримуватися етичних норм.

8.2. Медійні скандали

Концепцію соціальної відповідальності можна розглядати як соціальний пакт, який не допускає, щоб медійні інституції та їхні журналісти ухилялися від виконання свого завдання — забезпечувати функціонування «медійного суспільства». Обговорення різних аспектів суспільної відповідальності з новою силою розгортається щоразу, коли виникають актуальні підстави. Так скандали, пов'язані з медіа, стають поштовхом для дискусій про журналістську етику. Поряд з цим раз у раз критики зазначають певні помилки, суперечливі повідомлення чи новини, які очевидно не спираються на переконливі докази та пізніше мусять зазнавати корекції. У таких випадках набагато важче провести межу між професійними помилками, моральними похибками та ідеологічною оманливістю.

У новинній журналістиці помилки трапляються передусім у зв'язку з цейтнотом (див. розділ 5.3.1). Тому особливо часто фальшиві повідомлення подаються агентствами. До найвідоміших фальшивих повідо-

млень належать звістка про смерть тодішнього керівника Радянської держави та Комуністичної партії М. Хрущова, так звана «равенсбурзька депеша» (частково неправильне відтворення промови тодішнього міністра закордонних справ ФРН Віллі Брандта) та розповсюдження під час скандалу з партійними пожертвуваннями ХДС сфальсифікованого факсу, який ніби то написав колишній Федеральний канцлер Гельмут Коль (див. розділ 1.5).

Набагато вагомішими є навмисні фальсифікації, зроблені честолюбними або навіть корумпованими журналістами, які видають фікцію за факти (див. розділ 8.2.1). Наступне коло проблем зумовлене недотриманням меж між редакційними і комерційними матеріалами (див. розділ 8.2.2). По-третє, суспільні дискусії викликаються порушеннями особистих прав об'єктів повідомлень (див. розділ 8.2.3). Четверту потяг до сенсаційності, часто у поєднуванні з сумнівними методами збирання матеріалу — при інформуванні про катастрофи, нещасні випадки та злочини (див. розділ 8.2.4). Майже в усіх цих випадках мова йде про одностороннє порушення Публіцистичних засад Німецької ради преси (див. розділ 8.4).

8.2.1. Фальсифікації

Поряд із підробленими «щоденниками Гітлера» до найскандальніших прикладів фальсифікацій в історії медіа належить так званий «Джиммі-гейт». Під заголовком «Світ Джиммі» газета «Вашингтон пост», знаменита через «уотергейтський» скандал, опублікувала розповідь про восьмирічного чорношкірого хлопця, що вживав героїн. У своїй статті авторка Джанет Кук проаналізувала проблему наркоманії в столиці США й описала, як героїн вводив хлопцеві до вени приятель його матері, свідком чого журналістка ніби йто була. За свою, на перший погляд, солідно обґрунтовану статтю молода журналістка отримала Пулітцерівську премію, а після цього її викрили як фальсифікаторку. Їй довелося визнати, що описаної нею дитини-наркомана насправді не було.

На негативного героя подібної сенсаційної фальшивки перетворився в США Стівен Гласс (тоді йому було 25 років). Завдяки своїм репортажам, які друкувалися в щотижневику «Нью рипаблік», він став зіркою серед журналістів. Гласса викрили, коли виявилось, що його розповідь про молодих хакерів була повністю сфальсифікована. Після того, як кореспондента було звільнено, встановили, що ще декілька статей (за-

галою для видання він написав 41 матеріал) були вигадані, а більше половини репортажів містили підтасовані дані.

Фальшивим — хоч і не навмисне сфальсифікованим — виявилось повідомлення інформаційного каналу CNN про отруйний газ, який американські військові ніби то застосували проти дезертирів під час війни у В'єтнамі. Дуже жвава дискусія про використання фіктивних матеріалів навіть серйозними телевізійними каналами виникла після того, як канал ABC своєю передачею про шпигунську діяльність одного з дипломатів збагатив сценами, у яких актори мусили створити враження автентичності. Однак при цьому забули зазначити, що демонструвалися ігрові сцени.

У Німеччині особливий резонанс мали три скандали навколо навмисних фальсифікацій: поряд з «щоденниками Гітлера» це були справи фальсифікатора фільмів Міхаеля Борна та підробника інтерв'ю Тома Куммера. Коли журнал «Штерн» опублікував підроблені художником Конрадом Куйау та представлені репортером Гердом Гайнеманном «щоденники Гітлера», це спочатку розглядалося як історична сенсація найвищого ґатунку. Головний редактор журналу Петер Кох поквапився виступити із заявою про те, що знахідка вимагає переписати підручники історії. Але незабаром «Штерн» був змушений визнати, що став жертвою фальшивки.

«Серійний» фальсифікатор Міхаель Борн визнав, що 23 фільми, які він зняв для тележурналу «Штерн ТВ», були підроблені повністю або частково. Його помилкою стало використання тих самих виконавців у кількох фільмах. Одному співробітникові органів юстиції впало в очі, що той самий чоловік в одному фільмі виступав як наркокур'єр, а в іншому — як прихильник ку-клукс-клану. Спритного режисера викрила не пильна телевізійна редакція, а Федеральне відомство кримінальної поліції. Пізніше злочинця було засуджено до позбавлення волі за обман, розпалення ворожнечі між народами та інші подібні дії.

Інформаційний журнал «Фокус» розповів громадськості, що швейцарський журналіст Том Куммер надрукував у додатку до газети «Зюддойче цайтунг» кілька фальсифікованих інтерв'ю з зірками Голівуда. Щоправда, головна редакція газети сама встановила факт підробки і після цього більше не співпрацювала з Куммером. Проте читачам про цю справу не повідомили; її замовчували, аж поки її не викрили конкуренти.

Цей випадок також засвідчив, що викриття етичних похибок — за принципом «тримай крадія!» — поступово перетворилося на засіб у боротьбі за владу на медійному ринку. Однак обговорення цих проблем

громадськістю передусім довело, що аудиторія відкидає вигадані історії, якщо процес їх виникнення від неї приховують, а результат видають за наслідок журналістської праці. Тому спроба Куммера врятуватися за допомогою посилення на «новий зразок інформаційних повідомлень» так званої «Borderline журналістики» (журналістики на межі) (див. розділ 2.1) була приречена на невдачу. А «Зюддойче цайтунг» продемонструвала суверенну позицію, коли опублікувала докладну самокритичну добірку документальних матеріалів у цій справі. Куммер уже раніше звертав на себе увагу неетичною поведінкою, зокрема, коли надрукував у журналі «Темпо» репортаж, один із розділів якого був переписаний з роману письменника Ричарда Форда.

Не завжди вдається провести таку однозначну межу між автентичністю та фальсифікацією, як у випадках навмисного, свідомого обману. Зараз простежується чітка тенденція: матеріали медіа дедалі виразніше набувають характеру інсценувань і часто мають більше спільного з законами власного виробництва, ніж із зображуваними подіями.

Але аудиторія неспроможна перевірити правдивість повідомлення медіа, змушена вірити їм на слово. Велику роль при цьому відіграє власний досвід споживачів, репутація з тих чи інших медіа та окремих журналістів. На цьому ґрунті виникає хибна довіра — досить ризикована ситуація для гравців на медійній арені. Вистачить одного негативного враження, щоб утратити завойовану довіру.

Особливо важко визначити достовірність фактів, якщо при створенні інформаційних повідомлень їхні автори намагаються «допомогти собі» донести до аудиторії «правду». Наприклад, під час війни в Перській затоці як символ загрози докільню використовувалася фотографія забрудненого нафтою птаха, зроблена за зовсім інших обставин. Здається, що не автентичною була й фотографія, яка мала засвідчити, що під час війни в Боснії боснійські серби почали створювати концентраційні табори.

Журнал «Шпігель» поставив на кін достовірність своїх повідомлень, спробувавши довести зв'язки тодішнього федерального президента Австрії Курта Вальдгайма зі злочинами націонал-соціалістів за допомогою телеграми, що виявилася сфальсифікованою. Пізніше в журналі була надрукована заява редакції («з імовірністю, яка межує з певністю, цей одіозний документ дуже наближається до правди»), проте це була скоріше спроба медіа, покликаною служити «найвищій істині», виправдати помилку перед самим собою.

Той факт, що в журналістиці «добрі наміри» часто виявляються протилежністю «добра», виразно продемонструвала так звана «справа Йозефа» в невеличкому саксонському містечку Зебніц (див. також роз-

діл 5.3.2). Медіа наполегливо сприяли тут, аби трагічну загибель шести-річного хлопця під час купання перетворити на справу рук праворадикальних убивць. Невдача слідчих органів, популізм політиків та професійні помилки журналістів призвели до того, що припущення були поставлені на одну дошку з фактами.

Старт цій кампанії, яка згодом стала ще одним медійним скандалом, дала стаття в газеті «Більд», уміщена на першій шпальті під заголовком «Неонацисти втопили дитину». Навіть серйозні видання поспішили включитися в цю кампанію, відмовившись від власного неупередженого вивчення обставин (див. також розділ 5.1.1). Самовпевненість журналістів, на думку критиків, призвела тут до справжнього фіаско медіа, адже припущення, що ця справа мала праворадикальне підґрунтя, дуже швидко виявилось хибним; трьох молодих людей, котрих із надмірним поспіхом заарештували за підозрою у вбивстві, поліція була змушена звільнити.

Журнал «Штерн» скористався провалом газети «Більд» для того, щоб надрукувати нарис (див. розділ 6.1) про найпопулярнішу в Німеччині щоденну газету. У статті «справа Йозефа» була пов'язана з минулим та сьогоднішнім станом видання, з аналізом характерних рис бульварної журналістики, а також із роздумами про могутність і безсилля преси (приклад А).

[А] [...] Цей день був чорним на біржі, чорним і для газети «Більд». Майже п'ятисантиметровими літерами, накладом у чотири мільйони примірників, які читають понад одинадцять мільйонів людей, наступного ранку «Більд» проголосив: «Неонацисти втопили дитину». А в наступному рядку: «Серед білого дня в басейні. Ніхто не допоміг. А ціле місто промовчало».

Жодна інша газета неспроможна дати такий потужний поштовх медійній лавині. У кульмінаційний момент збудження з приводу ніби то нацистського вбивства в саксонському містечку Зебніц федеральний канцлер прийняв матір убитого Йозефа. Саме великі заголовки «Більду» розігнали сумніви щодо розповіді вбитої горем жінки та продикували іншим виданням, як треба повідомляти про цей випадок: з обуренням, дещо розгублено, а інколи — всупереч істині, виявити яку міг лише той, хто досліджував справу неупереджено.

Сьогодні встановлено, що «банди неонацистів», яку «Більд» звинуватила у вбивстві, ніколи не було. [...] «Більд» біля ганебного стовпа. Звинувачується за підозрою, яка переслідує цю масову газету вже кілька десятиліть: «Більд» бреше». [...]

Гамбурзькі стратеги бульварної преси впливають не тільки на читачів своєї газети. Насправді їх вплив значно ширший. Хоча кількість самих медіа, збільшується вони дедалі менше проводять власних журналістських досліджень. Редакції «швидкого харчування» кожного дня переробляють матеріали «Більду», приватні радіо- й телестанції переказують їх. У такий спосіб гарний рядок, гарна тема можуть досягти майже 80% дорослих німців. Навіть серйозні газети та канали вже не можуть проходити повз це явище. «Більд» додає тиску, наприкінці тижня недільне видання «Більду» (BamS) ще більше згущує барви [...]

Один берлінський фахівець каже: «Більд» — це сніговий буревій, тобто явище природи з величезною руйнівною силою. Один раз його можна витримати. Але щодня — навряд. Буревій на ім'я «Більд» досягає кожного куточка республіки, а не тільки невеличкого Зебніца, де його дія підсилюється роботою інших машин, що гонять вітер. Ніхто не може почуватися в безпеці перед газетою «Більд». Не має значення, чи робить він політику, чи пише шлягери, займається банківськими операціями чи спортом. [...]

Що ж це за сила, з якою заграють сильні, прекрасні та знамениті? Мов губка, більдівські шефи кожного ранку всмоктують історії, які пропонують 33 регіональні редакції газети. 800 штатних та сотні вільних журналістів підтримують пару в двигуні. До центрального пульта по черзі підключаються провінційні князі. Кажуть, що в країні немає жодного місця, яке було б віддалене від репортера газети більш як на 30 хвилин. Того, кому пощастило вмістити свій матеріал у головному, загальнонаціональному виданні, наступного ранку читають понад шість мільйонів осіб. [...]

Раніше протистояння лівих і правих сил було непримиренним, навіть ворожим. Через десять років після того, як вийшла «Втрачена честь Катарини Блюм», Генріх Белль назвав свою повість «замаскованим памфлетом проти «Більду». У цьому творі сухо й тверезо, часто тоном прокурорського розслідування розповідається про певну, не зовсім вигадану «Газету» та її вплив. Молода жінка йде на танці, знайомиться там із чоловіком, якого розшукує поліція, і після цього на неї «наїздить» медійна машина «Газети». [...]

На відміну від газети «Більд» Генріха Белля читали й у НДР. У саксонському Зебніці також. Уже багато років «Катарина Блюм» стоїть на книжковій полиці Еккгарда Шнайдера, місцевого аптекаря. Його дочку тимчасово заарештували за підозрою у вбивстві, а «Більд» заставував її як неонацистку. Шнайдеру довелося пережити жахливі дні. Він намагається збагнути, які демони ввірвалися в його життя, у життя

його родини. Напевно, знадобляться роки, щоб перетравити все, що трапилось. Шнайдер каже: «Ми не знали газети «Більд». Інколи вдавалося зазирнути до неї під час відпустки. Проте тепер я все це вже розумію. Гадаю, що треба ще раз прочитати Белля». (st)

8.2.2. Комерційні інтереси

Достовірність журналістики й довіра до неї опиняються під загрозою, коли не вдається відокремити повідомлення інформації від комерційних цілей. При цьому йдеться як про економічні інтереси медіа, що забувають про необхідність чітко відмежовувати редакційні матеріали від реклами, так і про економічні інтереси співробітників медіа, які не проводять межі між своєю роллю журналіста та іншими заняттями.

Небезпеку подібного «порушення кордонів» особливо гостро відчують відомі телеведучі, яким надходять привабливі пропозиції від промислових кіл. Вони отримують значні **додаткові прибутки**, виступаючи ведучими на заходах, що проводяться фірмами, добре заробляють на рекламі, готують політиків та керманців економіки до виступів по телебаченню та з'являються у відеофільмах фірм.

Через подібні та інші заняття такі телевізійні зірки, як Ульрих Віккерт, Сабіна Кристіансен та Ніна Руге, привертають до себе велику увагу та занепокоєння громадськості. Зокрема, їм закидали, що порушують межі професійної етики. Ці межі більш однозначно окреслені в США, принаймні в теорії (див. розділ 8.6.2). Однак і насправді зірки великих телеканалів (звичайно, дуже добре оплачувані) не змогли б безкарно зніматися в рекламних роликах; втрата довіри з боку публіки була б непоправною. У Німеччині під обстріл критики потрапив ведучий Александр Німетц, оскільки він не досить чітко відокремлював свою журналістську діяльність від піарівських виступів і, за деякими даними, навіть впливав на редакційні рішення задля користі своїх партнерів по бізнесу.

Якщо журналісти перетворюються на продавців, то однозначно можна говорити про порушення етичних меж. Це також стосується наслідків надто тісної співпраці медіа зі своїми спонсорами, наслідків, які можуть безпосередньо позначитися на характері новин.

Найскандальнішою справою такого ґатунку в Німеччині була багаторічна співпраця між АРД (перший загальнонаціональний телеканал, що працює на публічно-правових засадах) та «Дойче Телеком» при проведенні «Тур де Франс». Особливо жваво обговорювалася загроза того, що завдяки діловим зв'язкам спортивна журналістика перетвориться на

своєрідний менеджмент спортивного змагання, коли на велогонку по Франції кинула тінь низка допінгових скандалів. «Репортерам із перших лав» довелося вислухати чимало закидів у тому, що вони працювали, аби прикрасити спортивне змагання, у якому брав участь їхній телеканал, у сприйнятті глядачів.

Між журналістською діяльністю та бізнесом також завжди виникають проблематичні стосунки, якщо за інформацію платять, аби забезпечити собі **ексклюзивні права** (див. розділ 8.4). Такі медіа, як «Штерн» — традиційний представник «журналістики з чековою книжкою», — готові платити великі суми, щоб дістати сенсаційні історії або фотографії. Тому вони можуть у дуже сумнівний спосіб монополізувати доступ до матеріалу, який викликає суспільний інтерес.

У випадку з «кремлівським льотчиком» Матіасом Рустом, який на спортивному літаку приземлився на Красній площі в Москві і спричинився до світової сенсації, така політика «Штерну» дала поштовх дискусії про джерела, які можна заткнути грошовими купюрами (приклад Б). Критики закидали ілюстрованому журналу, що, використовуючи свої економічні можливості, він самовладно та безконтрольно вирішує питання щодо добору та презентації новин, які мають значення для всіх.

[Б] Коли фотограф «Штерну» Клаус Майєр-Андерсен 29 травня о 13.30 з'явився у вітальні родини кремлівського льотчика Руста у Веделі, здавалося, що перегони закінчилися. 36 журналістів на стільцях, столах, підвіконнях, а репортер «Штерну» під номером 37.

Незважаючи на це, за дві години у Майєра-Андерсена та його колеги Томаса Остеркорна в кишені опинилася ексклюзивна угода з Карлом-Гайнцем та Монікою Рустами. Починаючи з 15.30, до будинку більше ніколи не впускали. Репортер журналу «Квік» зі своєю угодою на 100 тисяч марок опинився за дверима.

«Ми порвали животи зо сміху, — каже Майєр-Андерсен, — Нікому з інших не спало на думку купити цих людей». Кореспондентам дійсно вдалося лише повідомити про новини.

Маніпуляція свободою преси, журналістика з чековою книжкою? Де там. Міхаель Юргс, найспритніший з терцету головних редакторів «Штерну», каже, що не можна, аби багато заробляли завжди лише великі риби. Маленькі люди також колись повинні отримати значний гонорар. [...]

Наприкінці минулого тижня нью-йоркська медійна агенція «Орбайтер технолоджі», яка за дорученням Рад реалізує телевізійні права, мала пропозиції від майже вісімдесяти телестанцій з усього світу, у

тому числі й АРД. Загальна вартість замовлень — багато мільйонів доларів.

У змаганнях із дисципліни «телебачення» нью-йоркська NBC одразу зі старту вийшла в лідери перегонів за історію про політ до Росії, про «люфтваффе з одного чоловіка» (за висловом лондонської «Гардіан»). [...] (Sp)

Уже в 20-ті роки існували форми монополізації інформації, наприклад, коли видавництва «Шерль» та «Ульштайн» і газета «Франкфуртер цайтунг» забезпечили собі європейські права на висвітлення польоту до Америки повітряного корабля «Цепелін». Відповідно до цього команда та пасажери повинні були взяти зобов'язання не давати жодних відомостей; кореспондентів, які збиралися інформувати про зліт у Фрідріхсгафені, не пустили на аеродром.

Коли в Ленгеді сталася катастрофа на шахті та через два тижні за надзвичайних обставин удалося врятувати з-під завалу одинадцять шахтарів, «Штерн» заплатив гірникам, що залишилися живі, 250 тисяч марок за ексклюзивні права на публікацію їхніх розповідей. Газета «Більд» раніше за журнал надрукувала статтю з висловлюваннями врятованих, після чого справа дійшла до суду.

Федеральний верховний суд тоді не поставив під сумнів чинність ексклюзивних угод у принципі, проте він назвав неприйнятним, якщо за допомогою грошей суспільство позбавляють інформації, до якої воно має «суттєвий та виправданий інтерес». Отже, ексклюзивність повинна мати певні межі, коли йдеться про створення перешкод для інформування про актуальні події.

Чи можна сперечатися про те, за яких обставин наявна така актуальність? Можливо, якщо йдеться — як у випадку із замахом на римського папу Івана Павла II — про ексклюзивні фотографії? Тоді інформаційне агентство Ассошиейтед Прес першим розповсюдило серію з дев'яти чорно-білих знімків, яку за 50 тисяч марок продав один італійський фотограф. У цьому випадку також пізніше виникла суперечка між різними ілюстрованими журналами щодо фотографії, яку один прочанин зробив у ту мить, коли злочинець націлився пістолетом на римського папу.

Поширені ексклюзивні угоди з окремими постатями сучасної історії, справа яких має сенсаційний характер і які потребують грошей, щоб заплатити наприклад, високий гонорар адвокатам. Коли роками розглядалася судова справа про засудження Моніки Ваймар за вбивство нею власних дітей (див. розділ 5.2.3), «Штерн» також брав участь у змаганнях, а пізніше знов були юридичні суперечки про використання цих

ексклюзивних прав. Особливо проблематичною виявилася при цьому та обставина, що окремі медіа, які уклали угоди, у ролі представників інтересів дуже упереджено втручалися в суперечку навколо питання про нове провадження в цій справі.

8.2.3. Особисті права людини

У царині особистих прав межа між розважальною інформацією і порушенням етичних принципів медіа та навіть правових засад їх діяльності, протягом багатьох років у найрізноманітніших варіантах демонструє ілюстрований журнал «Бунте». Неодноразово виданню не щастило воно наштовхувалося на такі об'єкти свого журналістського інтересу, котрі були здатні захищати свої права. Наприклад, американський кіноактор Том Круз подав судовий позов про відшкодування збитків на суму 80 мільйонів доларів, коли журнал надрукував частково вигадане інтерв'ю з ним, де він ніби то зізнався у своїй нездатності мати дітей. У результаті досягнення мирної угоди «Бунте» мусив опублікувати вибачення на титульній сторінці; заступник головного редактора було звільнено.

Принцесу *Кароліну* з Монако подібні половинчасті результати не задовольняли. Вони доручила своїм юристам систематично переслідувати «Бунте» та здобула у судах кілька сенсаційних перемог (спростування на титульній сторінці, відшкодування моральних збитків на суму 180 тисяч марок тощо, — див. також розділ 8.6.1). Це були настільки відчутні удари, що журнал вдався до досить незвичних методів для виконання претензій благородної дами. Принцеса ж та її приятель, а пізніше чоловік принц Ернст Август Ганноверський також застосували незвичний засіб — надрукували в газеті «Франкфуртер альгемайне» оголошення на цілу шпальту. Сам принц вимагав від «Бунте» відшкодування на суму 250 тисяч марок у зв'язку з «наполегливим порушенням особистих прав», а принцесі вдалося пізніше виграти шестизначну суму в журналі «Гала» (приклад В).

[В] ГАМБУРГ (дра). Журнал «Гала» мусить заплатити 200 тисяч марок відшкодування за публікацію кількох фотографій принцеси Кароліни. Своім рішенням апеляційний суд Гамбурга подвоїв суму, визначену судом першої інстанції. Своє рішення обидва суди обґрунтували тяжким порушенням особистих прав принцеси. На деяких фото Кароліна була зображена, коли в день весілля самотньо молилася за свого померлого чоловіка. 1997 року Кароліна вже отримала від

ілюстрованого журналу «Бунте» 180 тисяч марок за порушення її особистих прав.

Відомий співак Елтон Джон домовився з газетою «Сан» навіть у позасудовому порядку про виплату 3,2 мільйонів марок, коли бульварна газета написала про його гомосексуальні зв'язки. Отже, знаменитості непогано вміють захищатися від несприятливих для себе повідомлень. Інколи вистачає навіть певного ефектного жесту. Наприклад, популярний телеведучий Томас Готшалк повернув видавництву «Бурда» кілька заснованих ним премій «Бембі», оскільки журнал «Бунте», що виходить у цьому видавництві, не припинив шпигувати за його приватним життям; інші медіа подбали про широкий розголос цієї акції.

Відомі люди прагнуть, щоб медіа не тільки робили їх зірками, але й чесно ставилися до них. Так, певний час тому майже 40 популярних осіб створили спілку «Чесна преса». Спільними зусиллями та за допомогою досвідчених адвокатів вони збиралися захищатися від бульварної преси — звичайно, коли її повідомлення були для них неприємними. Із приводу заснування спілки «Штерн» надрукував нарис (приклад Г), який розпочинається сценічним вступом (див. розділ 7.3.2) і розглядає конфлікт між знаменитостями та скандальними репортерами.

[Г] На горизонті розпечене сонце ховалося в море, а «корабель мрій» узяв курс на Барбадос. Удаліні над водою стрибали дельфіни, коли на бортовий факс прийшло повідомлення для пасажирів Клаусюргена Вуссова та Івонни Фіхьофер. Фотокопія статті з «Бунте», яка щойно з'явилася в Німеччині. Одна сторінка, що означала оголошення війни.

Івонна тримала сторінку тремтячою рукою. «...Молода коханка чекає на вовка», — писав журнал. «У це важко повірити», — стогне вона. «Що сталося, кохана?», — спитав Клаус. «Подивись на це», — відповіла вона. Клаус подивився й вибухнув.

Так чи приблизно так відбулося все в березні на борту туристичного корабля «Європа». Уже через кілька годин з далекого Карибського моря Клаус завдав удар у відповідь. Факсом видавцеві журналу. Якщо й надалі про нього та його подругу буде повідомлятися у такому тоні, розпочнеться війна, писав він. В цьому разі він розповість таємниці про любовне життя самого видавця. Нарешті, він міг би дати докладну інформацію про це дружині видавця. Відтоді в цьому журналі не з'явилося жодного рядка про подружнє життя Вуссова. Однак війна тривала. [...] На одному боці скандальні репортери з видань «Більд», «Бунте»,

«Ехо дер фрау», «Квік» і так далі, на іншому — улюбленці вищого світу Вуссов та його колеги. Пікантний розподіл по фронтах, адже вони потрібні одне одному. Без скандальної преси не буде знаменитостей, без знаменитостей не буде скандалів та пліток. Отже, спосіб мету спілки «Чесна преса» — подання інформації відповідно до правил пристойності та людяності — швидко забули.

Репортери-пліткарі — це свині, які вишукують трюфелі вищого світу. Вони живуть завдяки тому, що розмовляють на «ти» з Генрі Кіссінджером або п'ють чай з княгинею Глорією фон Турн унд Таксіс. Усе, що вони можуть, це знати. [...]

Плескання язиком — це жорсткий бізнес. Товар під назвою «чутки та плітки» знайти важко, конкурентна боротьба безжална. Крісло скандального репортера нагадує катапульту. Якщо за тиждень не принесеш жодного розлучення, подружньої зради чи дитини, одразу вилітаєш.

Репортерам-пліткарям багато платять. [...] Вони отримують шалені гонорари, а такі «жовті» видання, як «Ехо дер фрау», «Фрау ім шпінгел» або «Квік» не можуть собі цього дозволити. Отже, варто купувати одразу самих знаменитостей. Весілля дочки Вуссова за 40 тисяч марок, або дачу Саші Гена за 30 тисяч. Телефонні дзвінки типу: «Завтра я зустрічаюся зі своєю колишньою дружиною, за 10 тисяч Ви можете бути присутні», належать до буднів редакцій бульварних видань. Бордельні звичай німецьких телезірок. [...] (st)

У значно гіршому становищі опиняються менш відомі особи, якщо їм доводиться захищатися від публічних викриттів та образ. Так сталося, наприклад, з чотирма австрійськими єпископами, яких група віденських геїв у передачі каналу ORF звинуватила в гомосексуальних нахилах. Або, також в Австрії, у випадку з шестирічною дівчинкою, хворою на рак, батьки якої відмовилися від хіміотерапії за традиційною методикою, за що були покарані ще й медійним галасом навколо цієї справи. Хворобу дитини в усіх подробицях кинули на поталу громадськості.

Жодної уваги на особисті права жертв та їхніх родичів не звертали деякі медіа після падіння «Конкорда» біля Парижа, коли загинуло 113 осіб, серед них 96 німців. «Штерн» публікував фотографії обвуглених трупів. Бульварні газети друкували портрети загиблих (відомих, звичайно, лише в локальному плані) з інтимними подробицями їхнього життя. Репортери надокучали родичам і всупереч їх бажанню витягали їх на публічний огляд.

Коли вибухнув скандал, пов'язаний з відомим політиком Баршелем, то спочатку йшлося про засоби, за допомогою яких прем'єр-міністр землі Шлезвіг-Гольштайн збирався скомпрометувати тодішнього лідера опозиції Бйорна Енггольма. Цю історію порівнювали з «Уотергейтом». Проте справжньою сенсацією вона стала після того, як Уве Баршель наклав на себе руки в кімнаті женецького готелю за обставин, які досі не з'ясовані. Репортер «Штерну» Себастьян Кнауер, пізніше покараний швейцарським судом, знайшов політика мертвим у ванні. Замість того, щоб одразу викликати поліцію, він почав фотографувати мертвого. Фотографія тіла Баршеля багато разів з'являлася на шпальтах газет та журналів, по телебаченню. У зв'язку з цим фактом медіа закидали те, що вони порушили особисті права померлого та його рідних.

Те, що не дуже відомі люди — навіть у досить пікантних випадках — мають право на пристойне зображення своєї особистості, було з особливою силою підкреслено одним судовим рішенням. У цій справі йшлося про те, чи акторку після зміни статі можна продовжувати називати «трансвеститом» (приклад Д).

[Д] Один із мюнхенських журналів у своєму останньому числі, зараховуючи повногруду Глорію Грей до 50 найцікавіших неодружених жінок міста, пише: «У фільмі «Марлен» вона зіграла секс-бомбу Ме Уест, та й насправді в неї є на що подивитись». А інша мюнхенська бульварна газета всупереч цьому взагалі відмовила їй у праві вважатися жінкою, та назвавши її «трансвеститом». Однак акторка не дозволила ображати себе: мюнхенський окружний суд у своєму рішенні визначив: починаючи з 1991 року, Глорія Грей є жінкою. Той, хто стверджує інше, порушує особисті права 35-річної особи.

Як уже повідомлялося, у лютому газета назвала одну з вечірок знаменитостей «найжахливішою вечірньою року», де до того ж співав «мюнхенський трансвестит Глорія Грей». Зараз Грей каже про себе, що народилася в неправильному тілі і потребувала багатьох років, поки 1991 року зміна її статі була завершена і в медичному аспекті. «Мое життя розпочалося, лише коли мені було 26 років». З того часу вона наділена всіма атрибутами справжньої жінки — тому слово «трансвестит» сприймає як образу. Глорія Грей подала позов про припинення подібних дій та про відшкодування на суму 30 тисяч марок. [...]

Те, що газета та авторка статті захищалися в суді, мовляв, вони не знали про зміну позивачкою своєї статі, суддя-жінка не взяла до уваги.

У зв'язку з тим, що Глорія Грей так довго боролася за те, щоб бути жінкою, вона особливо зацікавлена в тому, щоб її визнавали жінкою

і більше не називали трансвеститом. Тому суддя помітно збільшила суму позову до 20 тисяч (як правило, вона становить лише 6 тисяч), оскільки статтю в бульварній газеті прочитало багато людей. Адвокат Грей Моніка Буль-Мюллер вважає саме цю обставину «позитивним моментом» з огляду на процес про відшкодування збитків, який ще має відбутися. (SZ)

8.2.4. Потяг до сенсаційності

Питання про межу між виконанням обов'язку давати інформацію, з одного боку, та беззастережним, спекулятивним вуайеризмом, з іншого, з особливою силою виникає, коли ЗМІ повідомляють про війни, нещасні випадки та злочини. Саме такі події підігрують дискусії на етичні теми. Предметом обговорення здебільшого стають сумнівний підхід журналістів до пошуку й добору матеріалу та його виклад з потягом до сенсаційності.

Численні приклади цього залишаються в пам'яті переважно завдяки географічним назвам: Рамштайн, Гладбек, Боркен, Йоло. Часто події висвітлюють так, що деякі люди випадково потрапляють на авансцену громадського інтересу, тобто стають «відносними особистостями сучасної історії» (див. розділ 5.2.2).

До такого кола осіб належали, наприклад, ті шість засипаних шахтарів, яких вдалося врятувати через кілька днів після вибуху на буро-вугільній шахті в північногессенському містечку Боркен. Унаслідок планового підривання вибухівки перед цим у штольнях загинув 51 гірник. Катастрофа спричинилася до справжньої навали представників медіа до містечка. Журналісти превдягалися пожежниками та лікарями, щоб потрапити на територію шахти. Вони тиснули на родичів жертв катастрофи — часто подаючи неправдиві дані про себе, — щоб отримати фотографії загиблих. З особливою беззастережністю репортери переслідували врятованих шахтарів, так що тим довелося шукати захисту в поліції.

Про типову сьогочасну навалу міжнародних медіа на місце катастрофи, розповіла газета «Зюддойче цайтунг» у своєму нарисі, причому стаття розпочинається з опису ключової сцени (див. розділ 7.3.2). Приводом стала аварія підвісної канатної дороги в австрійському гірськолижному курорті Капрун, під час якої в тунелі згоріли 155 осіб (приклад E).

[E] Цього суботнього ранку щось було не гаразд. Це стало зрозумілим одразу по дев'ятій. Міша Голлаус лежала в ліжку, коли завила пожежна сирена та — як пригадає журналістка — не хотіла замов-

кати. В ту мить Капрун ще залишався нормальним зимовим курортом. Маленьким містечком, де всі знають: у разі катастрофи на обліку кож- на людина. Зустрічатися треба біля майданчика для гелікоптерів.

Голлаус швидко прибігла туди. Роботи вистачало, в тому числі для тих, хто не був на горі. Головна редакторка регіональної газети «Кор- рект Пінцгау» допомагала підготувати молодіжну турбазу для роботи штабу. Незабаром почалися телефонні дзвінки — майже без упину. Запити журналістів. Тут Голлаус здогадалася, що чекає на паралізова- не містечко. У Зальцбурзі, Відні, Майнці чи Мюнхені каравани машин готувалися вирушити до автобану. Напрямок: Капрун. [...] За кілька годин у повітрі можна було відчуті справжній електричний смог, медіа прибули. Тільки приватний телеканал RTL відрядив 17 осіб з чотирма камерами, двома великими трансляційними машинами та спеціаль- ним монтажним автомобілем-студією. Спортзал оточили машини з технікою, розгорнуто сателітні тарілки. Гудуть генератори, мерехтять екрани, а захекані репортери по мобілках передають останні новини. У самому спортзалі за столом сидять чоловіки з рятувальної коман- ди — прес-конференція. Хтось нарахував майже 100 телекамер. [...]

Понад 500 журналістів приїхали до Капруна — серед них австра- лійці, японці та американці. За інформаційну біржу правлять кілька столів у задній частині залу, де швидко підключили десять телефонів. Там цілодобово працює місцева пресова служба з добровільними по- мічниками — Міша Голлаус також серед них. Учителям доводиться пе- рекладати питання іноземних кореспондентів. [...]

У середу прес-центр було закрито: кошмар тривав лише кілька днів. До Капруна повертається спокій. Голлаус знає, що в цьому спокої може критися щось жахливе. (SZ)

Медійний спектакль улаштували передусім приватні телевізійні станції, коли під час різдвяної меси у Франкфурті психічно хвора жін- ка, підірвавши себе двома ручними гранатами, забрала життя ще двох випадкових людей. Оператори й фотографи безцеремонно, в майже не- пристойний спосіб знімали наслідки цього випадку, від якого тяжко по- страждали ще 13 осіб. Наступного дня на родичів та свідків накинута предстанники медіа, які хотіли щедро презентувати кривавий бенкет на Різдво.

Після падіння військового гелікоптера в Дортмунді медіа знов до- велось вислухати звинувачення в тому, що вони займаються «журна- лістикою катастроф». Унаслідок цієї аварії загинуло 13 осіб, серед них 5 журналістів. Після падіння гелікоптера розігралися справжні сцени

полювання за ексклюзивними фотографіями та історіями. Перевдягнені журналісти прокрадалися до лікарні, де медичну допомогу надавали єдиному чоловікові, що залишився живий. Регіональні газети, друкуючи драматичні розповіді про жертв, називали їх повні прізвиська, причому в одному випадку ім'я прикро переплутали. Тут рідні також стали жертвами медійної навали.

Телеканал Pro 7 вирішив інсценувати сенсаційну новину. За допомогою газетного оголошення він розшукував найманого вбивцю. Така сумнівна форма отримання матеріалу мала ілюструвати передачу про вбивства на замовлення. Однак про це дізналася поліція, і так зване «журналістське дослідження» було викрито.

Драма з заручниками в місті Гладбек (див. розділ 8.3) вважають не лише одним із найсенсаційніших злочинів у кримінальній історії Федеративної Республіки Німеччини, а й, мабуть, найвиразнішим прикладом нехтування журналістських норм і стандартів. Справа розпочалася з нападу двох чоловіків на філію «Дойче банк» у місті Гладбек.

Помилки поліції були однією з причин того, що гангстери та їхні жертви здійснили багатоденну поїздку-блукання, під час якої загинуло троє осіб, а до рук злочинців потрапило ще багато інших людей. Урешті-решт поліція силою зупинила машину, в якій знаходилися троє злочинців та двоє заручників, на автобані А 3 біля Бад Гоннефа.

Під час цієї одиссеї гангстерів та заручників переслідували не лише підрозділи поліції, а й багато журналістів. Завдяки кореспондентам усіх видів медіа телеглядачі, радіослухачі та читачі газет постійно були наближені до подій. Це відіграло вирішальну роль у подальшому повороті справи. Неодноразово журналісти випереджали поліцейських, втручаючись у події. Знов і знов кореспонденти з власної ініціативи встановлювали контакт зі злочинцями. Деякі репортери виступали в ролі посередників та навіть запасних заручників. Автомашини преси заважали поліції переслідувати гангстерів.

Після авіакатастрофи у Рамштайні дискусія з етичних питань спалахнула передусім через показ кадрів із загиблими людьми. Лихо сталося під час демонстраційних польотів на американській військово-повітряній базі Рамштайн неподалік Кайзерслаутерна. У повітрі зіткнулися два літаки, один з палаючих літаків увув у юрбу глядачів. Унаслідок катастрофи загинули пілоти обох літаків та 58 відвідувачів. Багато інших глядачів отримали тяжкі поранення та опіки. В цьому випадку, як і в історії з гладбекськими заручниками, телекомпанії працювали з «автентичним» матеріалом. З безжальними подробицями, з оригінальним звуком катастрофу показували в усьому її масштабі. Тому в прагненні

до сенсаційності звинувачували передусім телебачення. Знову було використано щось на зразок репортажу з місця події, який дуже нагадував ігрові сцени з кінофільмів.

Викрадення 21 заручника на філіппінському острові Йоло стало основою медійної вистави, яка тривала кілька місяців. І цього разу журналісти активно втручалися в перебіг подій. Дехто з них, зокрема кореспондент журналу «Шпігель», сам потрапив до рук викрадачів, повстанців з ісламістської групи Абу-Сайаф, і були звільнені лише після сплати викупу. Це досі невідомий варіант «журналістики з чековою книжкою».

Роль, яку відіграв згаданий репортер і його колеги, стала предметом критики з боку громадськості. Після звільнення кореспондент спробував виправдати свої дії (приклад Є).

[Е] ГАМБУРГ (ddp). Для кореспондента журналу «Шпігель» Андреаса Лоренца, викраденого на початку липня на Філіппінах, драма закінчилася через чотири тижні. Ранком у п'ятницю, о 7.50, Лоренц прибув літаком Люфганзи до аеропорту Гамбург-Фульсбюттель. Його зустрів головний редактор «Шпігеля» Штефан Ауст. Досі незрозуміло, чи отримали викрадачі викуп за звільнення 47-річного репортера. Ауст знову відмовився давати коментарі з цього приводу. В аеропорту на Лоренца чекали численні вітчизняні та зарубіжні журналісти. Доля інших заручників на острові Йоло, у тому числі Вернера та Марка Валлєртів з Гьоттінгена, досі залишається невідомою.

Із полегшенням кореспондент «Шпігеля» сказав, що дуже радий знову бути в Німеччині. Він заявив, що почувається добре. Журналіст зазначив, що деякі з викрадачів були «непередбачувані». Одночасно Лоренц обстоював своє рішення вести репортажі з місця подій попри небезпеку. «Кожний журналіст, який прагне добре робити свою справу, повинний вирушати до кризових районів», — сказав він. Разом з тим Лоренц визнав, що зробив помилку. Він не спромігся своєчасно збагнути, що його контактні особи були тими самими викрадачами. У цьому випадку він «на кілька секунд» втратив правильну реакцію. [...]

Німецька спілка журналістів [...] висловила критичні зауваження щодо повідомлень з місця подій. Через присутність на Йоло великої кількості журналістів ситуація на острові вийшла з-під контролю. Необхідно враховувати певну межу між інформаційним обов'язком журналістів та потягом до сенсаційності.

Особливий небезпеці, йдеться далі у заяві, піддавали себе ті кореспонденти, які прагнули бути попереду. Що ж до Лоренца, то варто

дочекатися висновків про те, що сталося насправді. [...] Угоди про те, що викуп не буде сплачуватися, не дотримувалися з самого початку. Над цим треба буде замислитись «Після, як слід сподіватися, успішного завершення» драми з заручниками на Філіппінах. У своєму наступному числі «Шпігель» збирається повідомити про подробиці викрадення Лоренца.

Медійними зірками стали троє членів родини Валлертів з Гьоттінгена, перебування яких серед заручників, а пізніше й звільнення постійно супроводжувалося медіа. Отже, Йоло став символом суперечливих явищ, які стосуються багатьох граничних проблем журналістської етики. На цій підставі відбулися численні принципіві дискусії щодо поведінки журналістів у кризових регіонах й у випадку захоплення заручників. Активну роль у цих дискусіях відіграли журналістські спілки.

8.3. Травма на ім'я Гладбек

Гладбекська драма із заручниками дала особливо вагомій підставі для того, щоб зосереджено зайнятися етичними межами інформаційної журналістики. Ця справа являє собою і травму, і поворотний пункт.

Протягом трьох днів від нападу двох гангстерів на банк у Гладбеку дозавершальної операції поліції на автобані — мільйони телеглядачів спостерігали захоплення заручників і переслідування злочинців, а також і вбивство, немов дивилися «живий» детектив. Становище, аудиторії, що «підглядала» за подіями, дуже точно відобразив «Шпігель» на своїй обкладинці: злочинця Деговски та вбиту пізніше заручницю Зільке Бішоф читач бачить, ніби крізь замкову щілину. А частина журналістів відмовилася від збереження дистанції. Представники медіа постійно самі виступали в інформаційних передачах як актори (див. також розділ 3.4).

Активна участь медіа та їхніх репортерів розпочалася вже на ранньому етапі справи. «Більд» навіть випередила поліцію — кореспондентам цієї бульварної газети злочинці передали свої вимоги щодо викупу, а з поліцією вони доти контактів не мали.

Незабаром після нападу на банк приватна радіостанція «radio ffn» узяла перше інтерв'ю в гангстерів. Одне з питань: «Отже, ситуація така, що поліцейські снайпери, напевно, зачалися перед дверима й у вас

немає жодних шансів утекти. У вас є надія, що ваші вимоги будуть виконані?»

Починаючи з цього раннього етапу, журналісти постійно брали участь у подіях.

Кульмінацією стало інтерв'ю в живому ефірі (див. розділ 2.4), яке провів репортер Другого каналу німецького телебачення (ZDF) з одним із злочинців. Спочатку його показав цей канал, а потім текст інтерв'ю поширило агентством dra (приклад А).

[А] БРЕМЕН (dra). Мільйони телеглядачів увечері в середу побачили жакхливий документ. Тележурнал «Сьогодні» на ZDF показав інтерв'ю з викрадачем заручників Гансом-Юргеном Рьоснером (31 рік), котрий незадовго перед цим захопив у Бремені — разом зі своїм спільником Дітером Деговски (32 роки) — рейсовий автобус з 30 пасажирами.

Перш ніж залишити Бремен, викрадачі холоднокровно зверталися до журналістів на місці злочину, і дозволяли фотографувати себе в автобусі разом із заручниками.

Питання: Як довго ви збираєтесь продовжувати цю історію?

Відповідь: Ми висунемо кілька вимог, а якщо їх не виконають, то будемо стріляти.

Питання: Ви справді готові взяти це на себе?

Відповідь: Так. Ми покінчили з життям. Ми тікаємо вже 30 годин, а поліція постійно нас переслідує, поліцаї вже втомилися, та ще й оті двоє банківських службовців, передусім жінка, їй, мовляв, треба додому. І ми вже майже були готові їх відпустити. Адже в нас був отой мерседес. Але вони постійно нас переслідували, то ж ми не могли піти на такий ризик, щоб їх відпустити. А потім ми хотіли віддати мерседес, щоб вони його забрали, а ми б поїхали на іншому. Але ж вони нам знову перешкодили. Ми були майже впевнені, що нас ніхто не переслідує, аж раптом їх побачили.

Питання: А ви не вважаєте, що було б краще все припинити?

Відповідь: Ми не збираємся відмовлятися від наших планів. Конкретно можу сказати, що буде далі. Почуєте постріли, отам, усередині, — а мій приятель, він особливо вибуховий... Я відсидів одинадцять років... Спочатку був у виховному будинку, і все таке брудне. Начхати мені на таке життя. Кажу цілком серйозно.

Питання: А інші, невинні?

Відповідь: Нічого не можу вдіяти.

Питання: А що буде далі? Що ви зараз збираєтесь робити?

Відповідь: Ще трохи почекаємо, подивимось. Мені ж невідомо, що вони планують.

Питання: А вони підуть на обмін, тобто ваших заручників на когось іншого?

Відповідь: Так. Через оту жінку з банку. Щоб вона потрапила додому... поліцейський, він повинен зайти сюди, маючи посвідчення з фото, а руки за спиною в наручниках. А потім ми вимагатимемо ще й певну суму, ще більшу.

Питання: Ще грошей?

Відповідь: Ще грошей.

Питання: Можна дізнатись, скільки грошей це має бути?

Відповідь: Ну, від 300 до 400 тисяч.

Питання: Які у вас шанси врятуватись?

Відповідь: Я абсолютно впевнений, що врятуюсь.

Із самого початку журналісти з'являлися на екрані з інформацією або як дійові особи. Журналісти давали гангстерам можливість висловитись, тим більше що поліція трималася на другому плані, отже репортери робили знімки, писали свої репортажі, рівних яким за «автентичністю» ще не було у Федеративній Республіці. Драму з заручниками медіа перетворили на мандрівний цирк, де дійсність набагато перевищила вигадку авторів детективних романів. Кореспондент одного інформаційного агентства на таксі вирушив переслідувати злочинців та написав про це нарис — репортаж (приклад Б).

[Б] ОЛЬДЕНБУРГ/ОЛЬДЕНЦААЛЬ (дра). Водієві таксі з Ольденбурга та одному журналістові викрадачі заручників із Гладбека та Бремена також продемонстрували вночі в четвер, що вони без вагань використовують вогнепальну зброю. Вбивши в середу ввечері пострілом у голову 15-річного італійського хлопчика, вони трохи пізніше на автобані А1 Бремен — Оснабрюк вісім разів стріляли в ольденбурзьке таксі. Машина має кілька пошкоджень на радіаторі та на лобовому склі.

Водій, 57-річний Ергард Грігер, залишився без поранень. Йому пощастило так само, як і його пасажиrowі, журналісту, який хотів розповісти про драму із заручниками. У кореспондента дра потрапили тільки осколки.

Злочинці мали бути знати про те, що машина, яка в ту мить знаходилася безпосередньо позаду автобуса, є засібом громадського транспорту. Водій Грігер своєчасно увімкнув світло, щоб було видно позначку таксі.

На початку поїздки безробітний Грігер і гадки не мав, що на нього чекає. Його замовлення полягало в тому, щоб возити кореспондента Німецького агентства преси (dpa), який мав збирати матеріал про драму із заручниками. Журналіст шукав автобус з заручниками з Бремена.

Не знаючи, що це розшукуваний об'єкт, Грігер та його пасажир їхали позаду автобуса з освітленим номером 53, який вони побачили на автобані біля місця для відпочинку Даммер берге. Вони їхали за автобусом, який не мав ніяких ознак драми, кілометр за кілометром. Ніщо не вказувало на те, що рейсовий автобус маршруту 53 є той самий захоплений злочинцями автобус із заручниками.

Аж раптом почалися стрімкі події: автобус, який перед тим їхав з постійною швидкістю 80 кілометрів за годину, несподівано зупинився на лівій смузі. Водій Грігер, щоб не обганяти праворуч, також зупинився. Приблизно за 30 метрів позаду. Раптом пролунали постріли. Кілька куль влучили в машину. Після перших пострілів водій і пасажир сховалися вниз.

Перш ніж обидва чоловіки збагнули, що постріли призначалися їм, усе скінчилося. Автобус із гангстерами та заручниками поїхав далі, щоб зрештою через Райне дістатися до голландського Ольденцаала.

Водій Грігер рушив слідом, але залишався на безпечній відстані від автобуса з невідомим снайпером. Аж до німецько-нідерландського кордону, майже за 200 кілометрів від Ольденбурга. Там німецькі та нідерландські прикордонники перекрили кордон, аж поки близько третьої години ранку автобус та кілька цивільних машин поліції проїхали під шлагбаумом.

«Важко повірити», — прокоментував небагатослівний таксист Грігер усі ці події. І поїхав з напівпаламаною мерседесівською зіркою та розбитим лобовим склом назад, туди, де почалася ця незвична поїздка.

Після трагічної розв'язки, коли одна з заручниць загинула, драму з заручниками продовжували безжально експлуатувати. Наступного дня після її завершення бульварна газета «Експрес», наприклад, видрукувала матеріал на десять сторінок, що супроводжувався кольоровою фотографією загиблої Зільке Бішоф на першій шпальті. Заступник головного редактора цього видання особливо активно втручався в події. Після того, як гангстери зробили зупинку у центрі Кельна, він показував їм шлях до автобану, проте за кілька хвилин до кривавої розв'язки залишив машину.

Драма з заручниками встановила нові масштаби й у тому плані, що медіа подекуди не проводили чітку межу між фактами і вигадкою. Після

цієї історії вони зазнали нечуваної раніше критики з боку громадськості (приклад В).

[В] МІЮНХЕН (дра). Мюнхенський психолог Георг Зібер виступив з гострою критикою поведінки преси під час драми з заручниками. Своїм активним втручанням медіа прирекли на невдачу тактичні розрахунки поліції. Концепція поліції землі Північний Рейн-Вестфалія сама по собі була непоганою, — вважає психолог, який кілька років тому одним з перших у ФРН створив у Мюнхені психологічну службу в поліції та й зараз продовжує консультувати органи поліції в разі проведення спеціальних акцій. Разом із цим, на його думку, захоплення автобуса в Бремені можна було запобігти. Гангстерів він характеризує як «розумних» і «холоднокровних».

У розмові з кореспондентом агентства дра у четвер Зібер висловив думку, що подібний випадок «міг трапитися, власне, лише в Америці». Драма з заручниками перетворилася на «публічну виставу», «згряя згодованих журналістів» ескортувала злочинців та внаслідок цього звела нанівець усі спроби поліції покласти край цій історії.

Концепція керівників поліції землі Північний Рейн-Вестфалія є «ясною і відповідає сучасному стану науки й техніки», — наголосив Зібер. Поліція виходить із того, що злочинці не мали можливості зникнути, отже, було лише питанням часу висунути їм пропозицію, на яку вони б погодилися. Справа погіршилася через те, що ситуація перекинулася на територію іншої федеральної землі, а поліція Бремена виявилася неготовою до аналогічного підходу.

Після того, як преса влаштувала справжнє переслідування, злочинці навряд чи могли повірити, що поліція дотримається будь-яких домовленостей. Тепер вони могли сподіватися тільки на те, щоб якось опинитися в безпеці. Зібер сказав: «Завжди є 50% можливостей того захоплення заручників завершиться суїцидом».

Обидва злочинці здаються «розумними, вони точно знали, що робили, реагували на всі події цілком холоднокровно». Ганс-Юрген Рьоснер — це «типовий багаторічний в'язень», очевидно «надзвичайно розумний», можливо, що він переживає «кризу середнього віку». Зібер розраховує на добровільну здачу гангстерів, проте на неї доведеться зачекати. Важко передбачити, як розвиватиметься абсолютно нова, раніше небачена ситуація, що виникла внаслідок постійної присутності фотографів та репортерів, — «поліція не має жодних можливостей, хіба що піддаватиме небезпеці журналістів». За словами Зібера, якби він був керівником поліції, то заарештував би всіх журналістів.

Учасники журналістських бригад переслідування та репортери — помічники поліції — пізніше мали всі підстави для самокритики. Деякі медіа — серед них публічно-правові радіо- та телекомпанії — зробили висновки з драми із заручниками, вирішивши в майбутньому відмовитися від подібних форм повідомлення з місця подій, дотримуватися більшої дистанції та залишати більше часу для належної підготовки матеріалів.

8.4. Публіцистичні засади

8.4.1. Опис

У Німецькій раді преси, що має паритетний склад, представники журналістських спілок намагаються виробити етичні норми, на які журналісти могли б орієнтуватися у своїй роботі. Цей орган самоконтролю був заснований 20 листопада 1956 року Німецькою спілкою журналістів (НСЖ) та Федеральною спілкою видавців газет (ФСВГ). Пізніше до засновників ради приєдналися профспілка медіа (фахова група «журналістика») — тоді вона ще називалася Німецький союз журналістів — та Спілка німецьких видавців журналів (СНВЖ).

Ці чотири організації утворюють **асоціацію**, яка відповідає за діяльність Німецької ради преси. До її складу вони на громадських засадах делегують по п'ять своїх представників строком на два роки. Зі свого складу рада обирає **комісію зі скарг**, що складається з десяти осіб та на основі кодексу преси розглядає скарги й ухвалює рішення з їхнього приводу. При цьому комісія має у своєму розпорядженні три види санкцій: зауваження, висловлення осуду та — найсуворіший засіб — догану.

Подавати скарги можуть будь-які особи чи інституції з Федеративної Республіки. Систематизований аналіз процесу розгляду скарг засвідчив, що зараз дві третини скарг до Німецької ради преси подають приватні особи. На політичних діячів та різні інституції, які раніше були найзавзятішими скаржниками, тепер припадає лише третина справ.

12 грудня 1973 року Німецька рада преси передала тодішньому Федеральному президентові Густаву Гайнеману свої «Публіцистичні засади», що складаються з 16 пунктів і з того часу становлять підґрунтя для роботи ради. Цей **кодекс преси** містить чотири загальні орієнтири для діяльності журналістів:

- подання інформації має відповідати дійсності та бути незалежним від інтересів;
- при пошуку та отриманні інформації не дозволяється використовувати нечесні методи;
- повинні дотримуватися особисті права людей, яких зачіпає надання інформації;
- у разі висвітлення тяжких злочинів журналісти мають залишатися особливо стриманими.

Пізніше «Публіцистичні засади» були безпосередньо поєднані з «Директивами щодо публіцистичної роботи», так що тепер вони можуть правити за своєрідну професійно-етичну програму для німецьких журналістів. Пункт 2 кодексу преси (обов'язок журналістів працювати ретельно та уважно) містить особливо важливі конкретні рекомендації, корисні в проблемних професійних ситуаціях. Вони стосуються використання *результатів опитів громадської думки*, використання *фотографій, символів*, відповідальності за *повідомлення про майбутні події*, дотримання *строків заборони публікації*, уміщення *читацьких листів* та способів проведення *інтерв'ю*. Тут ідеться, зокрема, про домовленості щодо авторизації тексту та точне подання джерел висловлювань.

8.4.2. Оцінка

Як професійна програма «Публіцистичні засади» Німецької ради преси мають переваги по щодо інших кодексів преси. Хоча в центрі уваги тут знаходяться передусім абсолютні цінності, протягом останніх років вони були конкретизовані з метою зробити прозорішими для громадськості правила, можливості та межі медіа як підприємств із надання послуг.

Разом з цим, норми ради преси в цілому неминуче створюють неоднорідну картину. По-перше, вони вимагають, щоб журналісти дотримувалися закону та поводитися коректно в моральному плані: завдяки повазі до *людської гідності* та дотриманню певних правил «гарної журналістики», які служать підвищенню довіри до медіа. По-друге, тут ідеться про певні професійні *стандарти*, наприклад, про використання цитат та прес-релізів. І, по-третє, кодекс преси постійно торкається чинного *законодавства*.

Особливо виразно це виявляється у випадку *захисту інформаторів*, який знаходимо в кодексі преси як вимогу. Журналістів закликають обов'язково дотримуватися домовленої конфіденційності та захищати

джерела інформації (пункти 5, 6). Можливістю робити це вони завдячують чинному в Німеччині *праву відмовитися від надання свідчень*, правовий діапазон якого — у випадку проступків, але не злочинів — уже зараз поширений навіть на матеріали, отримані внаслідок власних досліджень.

Можливе навіть подвоєння правил, що на них мають орієнтуватися журналісти, якщо предметом журналістської етики стають положення законодавства про авторські права та загального особистого права, а також положення законів про пресу федеральних земель.

У випадку різноманітних пресових скандалів (див. розділ 8.2) можна легко довести однозначне порушення кодексу Німецької ради преси.

- *Фальсифікації* становлять не лише порушення пункту 1 кодексу («Повага до істини... та правдиве інформування громадськості являють собою найвищі вимоги до преси»), а й перетворюються — як це засвідчує засудження Міхаеля Борна — на випадки обману, що заслуговують на судовий розгляд.
- *Граничні проблеми* у царині між журналістикою та бізнесом розглядаються, зокрема, у директиві 1.1 (Ексклюзивні угоди), у директиві 6.1 (Розмежування професійних функцій) та особливою мірою у пункті 7 кодексу преси. Відповідно до цього «на редакційні публікації не мають права впливати приватні або ділові інтереси третіх осіб»; редакційні тексти та реклама мають чітко відмежовуватися одне від одного, межа до прихованої реклами не повинна порушуватися. У пункті 15, окрім цього, визначається, що прийняття та надання переваг, які зашкоджують свободі журналістів у прийнятті рішень, несумісні з незалежністю преси. Особливою мірою це стосується запрошень та подарунків.
- *Особисті права* мають захищатися пунктом 1 («Повага до людської гідності») та особливо пунктом 8 кодексу преси: «Преса поважає приватне життя та інтимну сферу людей». Щоправда, це правило чинне лише за умови, що не завдається шкоди інтересам громадськості. В окремих випадках необхідно зважувати, чи інформаційний інтерес має перевагу над особистими правами, особливо це стосується згадування імен і прізвищ та використання зображень. Жертви нещасних випадків або злочинів мають особливе право на захист свого імені; у принципі неприпустимо згадування імен та використання фотографій членів родин та інших осіб, зачеплених нещасними випадками чи злочинами.
- *Про потяг до сенсаційності* та запобігання йому йдеться в різних положеннях кодексу преси. Так, згідно з директивою 4.1 (Засади

журналістських досліджень) у разі нещасних випадків та катастроф слід зважати на те, що «рятувальні заходи стосовно жертв і людей, що опинилися під загрозою, мають пріоритет перед правом громадськості на отримання інформації». Пункт 11 виразно виключає «неадекватно сенсаційне відтворення насильства та брутальності». Преса також не має права перетворюватися на «інструмент злочинців».

«Догани» за дії журналістів, які оголошуються Німецькою радою преси, залишаються *окремими спробами* скеровувати діяльність медіа та мають обмежений ефект, оскільки повторення подібних дій запрограмоване наперед у певних медіа. Але ще важливішим було б зробити прозорою систему журналістики з її внутрішніми структурами та звичаями. Адже ради преси не можуть працювати як ремонтні майстерні медіа. Вони виконують достатню роботу, підтримуючи постійне обговорення громадськістю проблем журналістської етики.

Подібна дискусія повинна обіймати структурні передумови надання інформації та постійно виносити на порядок денний питання *компетенції та автономії* у журналістиці. Індивідуальна етика, якщо вона прагне бути більшим від гарної подоби, має виходити з наступного: журналісти можуть робити те, що вони повинні робити, і мають право на те, чого вони хочуть.

8.5. Онлайн-етика

Для комунікацій онлайн існують правила, які безпосередньо не мають нічого спільного з журналістикою. Цей своєрідний «етикет мережі», що набрав силу та чинний уже кілька років, обіймає прагматичну етику користування мережею. Її фундаментом стали певні форми поведінки, які виробилися у 80-тих роках, коли Інтернет функціонував ще переважно як інформаційна система для науковців і студентів. Тут знайшли застосування загальні правила діяльності «наукової спільноти»: прозорість інформації, загальна доступність до фондів знань, коректність і чесність у збиранні й презентації інформації, принципова готовність до дискусій про запропоновані знання та відкритість стосовно аргументів інших.

Разом з цим, завдяки подібним правилам було створено загальні рамки для етики інтернет-журналістики. Такі рамки мають враховува-

ти, з одного боку, вимоги «електронної комерції» (*e-commerce*), з іншого — нові технічні можливості, наприклад, інтерактивне спілкування. Отже, журналістика повинна відмежовуватися від першого чинника та відкриватися для другого. Зрештою йдеться про те, щоб зберігати свою ідентичність у разі гаранта незалежної інформації, у розумінні свого конституційного завдання. Важливо при цьому спиратися на випробувані професійні стандарти та без потреби не піддавати сумніву дотеперішню концепцію актуальної медійної комунікації.

Виконати нові вимоги до своїх якісних стандартів за умов онлайн журналістика спроможна, лише звертаючись до тих етичних норм, щодо яких традиційно існує консенсус: йдеться насамперед про відмежування редакційної інформації від реклами та дбайливе ведення журналістських досліджень.

Небезпеки, що чекають саме тут, можна персоналізувати: досить згадати ім'я Метта Драджа, того американського репортера, котрий став знаменитим завдяки «секс-гейту» — зв'язку тодішнього американського президента Білла Клінтона з практиканткою Монікою Левінські.

Свою «службою онлайн для наклепів та образ» (за висловом «Зюддойче цайтунг») Драдж започаткував нову епоху в журналістиці. Відтоді відома небезпека того, що в мережі плітки можуть видаватися за результат журналістських досліджень і що подібна «Vurass журналістика» буде змушувати авторитетні видання вдаватися до аналогічних засобів.

У випадку скандалу навколо американського президента Драджу вдалося перетворити Інтернет на своєрідний «генератор тактових імпульсів». При цьому він неодноразово випереджав журналіста Майкла Ісікоффа, котрий працював для «Вашингтон пост», а пізніше для журналу «Ньюсуїк». Той мав інформації раніше, проте був змушений дотримуватися правил своїх видань щодо збирання та публікації відомостей. Однак після того, як Драдж умістив інформації в Інтернеті, до них почали звертатися та оприлюднювати їх навіть реномовані медіа, причому вони відмовилися від звичної раніше перевірки джерел.

Своїми пліткарськими репортажами Метту Драджу вдалося похитнути допустимі норми щодо того, що раніше вважалося придатним для публікації. Такий гатунок «журналістики онлайн» піддає маніпуляції авторитетні видання, оскільки вони змушені друкувати неперевірені та непевні відомості.

При відмежуванні редакційної інформації від реклами інтернет-комунікація також загрожує ідентичності журналістики. Адже тут зараз можуть розмитися межі між незалежним наданням інформації та бізне-

сом, межі, яких уже й раніше вдалося вважати дотримуватися. Дедалі небезпечнішою стає проблема, що журналісти використовуються для реклами певної продукції і через це опиняються перед етичною дилемою.

Той факт, що журналістикою зловживають і використовують її як засіб «електронної комерції», можна довести в першу чергу там, де матеріали від редакції безпосередньо пов'язуються з наданням послуг із доставки товарів. Подібний «компаньйонський маркетинг» призводить, наприклад, до того, що новий модний одяг, про який інформує інтернет-видання, можна одразу замовити, натиснувши на «мишу». Ще виразнішими етичні проблеми виступають тоді, коли позитивні відгуки про книжки спираються на спеціальні платежі видавництва. Техніка зводить місток між вигадковою і багатою на ідеї журналістикою та предстваленням товарів; етика журналістики онлайн має чітко показати, чому цим містком не можна користуватися.

Іншим порушенням дотеперішніх меж виявляється паралельна публікація редакційних матеріалів та рекламних оголошень з тієї самої теми, що дуже легко реалізувати технічно. Особливі проблеми виникають при цьому в Інтернеті тому, що оптичне маркування рекламних пропозицій досі загалом залишається недостатньо виразним — частково з технічних причин, але частково й із комерційного розрахунку.

Комерційний тиск на редакції в цьому плані може ще підвищитися, оскільки журналістика онлайн позбавлена можливості рефінансувати себе завдяки роздрібному продажу видань, а можливості переділати дуже обмежені. Додатковим чинником виступає та обставина, що значна частина редакційних матеріалів може з'являтися в Інтернеті без будь-якого впливу самих редакцій. Так, редакції не мають змоги перешкодити тому, що певні матеріали продані як реклама презентують провайдерами як редакційні.

Отже, інтернет кидає виклик традиційним журналістським стандартам, створюючи новий контекст для відомих етичних проблем. Цей контекст зумовлюється передусім технічними причинами — наприклад, дедалі меншою точністю редакційних матеріалів, адже внаслідок постійного звертання до електронних архівних матеріалів зростає можливість помилок.

Технічні можливості особливою мірою загрожують інтимній сфері людей, а саме тому, що зараз можна набагато легше, ніж раніше, вийти на особові дані, що зберігаються в електронному вигляді, — на історії хвороб, списки телефонних номерів або банківські документи. Проблеми виникають також внаслідок того, як журналісти поводяться з матеріалами нових дискусійних форумів, що з'являються в Інтернеті.

Ці проблеми пов'язані і з доступом, і з коректністю при цитуванні висловлювань і думок. Тут журналістика дедалі помітніше потрапляє під тиск невідкладних інформацій, які не визнають для себе жодних етичних норм.

Передумовами збереження достовірності та довіри до себе в журналістиці є компетентність, надійність та поважне ставлення до особистих прав. Власне, саме тому і в умовах онлайн перед журналістами відкриваються великі можливості, якщо вони й надалі орієнтуватимуться на випробувані стандарти якості. Поряд з подібними загальними твердженнями для журналістики онлайн можна сформульовані певні правила, дотримання яких допомагає редакціям зберегти свою автономію, а журналістам — виконувати свій обов'язок працювати добросовісно та, дбаючи про людей. Цей обов'язок має поширюватися й на можливості Інтернету — дискусійні форуми, чати, матеріали з банків даних та посилання (лінки) на зовнішні джерела. Як засвідчують дослідження, подібні стандарти позитивно сприймаються більшістю журналістів, що працюють онлайн.

З огляду на відмежування журналістики від бізнесу висувається вимога, щоб у редакційній частині інтернет-видань не вміщувалися оплачувані лінки. Проте в будь-якому разі потрібне чітке відокремлення журналістських матеріалів від реклами, що в друкованій пресі можливе принаймні теоретично. Не повинно бути також ніяких пов'язань між порадами для споживачів та пропозиціями товарів; редакціям не можна займатися створенням веб-сторінок для клієнтів.

Для виконання обов'язку журналістів добросовісно працювати та для дотримання особистих прав можна навести і чимало конкретних рекомендацій. Зокрема, слід пам'ятати, що не всю доступну інформацію з етичних причин варто робити доступною для громадськості. У цьому плані загострюється традиційний конфлікт між обов'язком журналістів подавати інформацію та особистими правами людей. Досі тут немає певних спеціальних правил, які б відповідали сучасним технічним можливостям отримувати дані про осіб.

Якщо журналісти мають доступ до збережених в електронному вигляді інформацій, вони спочатку повинні поставити собі запитання: чи існує виправданий і законний інтерес громадськості до публікації? Якщо це так, то все одно треба вивчити альтернативи до оприлюднення приватної інформації. У разі публікації завжди слід подбати про те, щоб обмежити негативні наслідки для людей, інтереси яких зачіпаються.

З особливою дбайливістю необхідно ставитися до цитування висловлювань з дискусійних форумів та чатів. У цілому можна рекомен-

дувати розглядати подібні матеріали як плітки, що їх, як завжди, треба уважно перевіряти.

Етичні проблеми виникають у тому разі, якщо доступ до подібних форумів забезпечується внаслідок подання фальшивих ідентифікаційних даних. Слід відкинути як використання «запозичених» паролів, так і обману, за допомогою якого забезпечується доступ до дискусійних груп в Інтернеті.

За умов онлайн зберігає свою чинність старе етичне правило, згідно з яким репортер завжди має виступати саме як репортер. Винятки потребують спеціального обґрунтування. Наприклад, таким обґрунтуванням може бути той факт, що виконання обов'язку подавати інформацію допомагає запобігти шкоді для громадськості.

Саме в онлайн-журналістиці слід особливо ретельно перевіряти новини перед швидким оприлюдненням. Треба контролювати зовнішні лінки, а «cookies» використовувати лише тоді, коли можна розраховувати на згоду користувачів. Правилком повинна стати практика, що особисті дані користувачів не можна передавати далі, зокрема в комерційних цілях. Незабаром журналістам доведеться зіткнутися з новими вимогами та витримувати більше навантаження, тому що нормою редакційної роботи стане докладна особиста відповідь на листи, що надходять електронною поштою.

Важко зараз передбачити всі подальші шляхи розвитку онлайн-журналістики. Тим важливіше зустріти нові етичні вимоги, виявляючи готовність дискутувати та зберігаючи вірність принципам.

8.6. Рекомендації та актуальні орієнтири

Тема етики багатьох журналістів виводить із терпіння, а подекуди й обурює. Від критиків вони вимагають пропозицій щодо поліпшення справи, а від науковців — конкретної допомоги.

Від професійної етики журналісти очікують практичних рекомендацій для своєї роботи; особливо важливі для них різні варіанти поведінки у граничних ситуаціях. Адже етика (як і журналістика) існує не для того, щоб розв'язувати проблеми, а скоріше для того, щоб проблеми виявляти — або принаймні допомагати їх усвідомлювати.

У найкращому випадку етика може запропонувати орієнтири для подальших роздумів про діяльність журналістів. Такі орієнтири по-

еднують актуальні приводи з відповідями на загальні фундаментальні етичні питання: що є гарним? що є поганим? що повинна робити людина? У сучасному «медійному суспільстві» актуальний варіант звучить так: чи має право журналіст робити те, що він може?

З цієї причини ті рекомендації, які пропонуються кодексами преси, залишаються незадовільними. Сюди слід додати, що вони мають певні прогалини та відзначаються неточністю. Колишній виконавчий директор Німецької ради преси Доротея Бьольке говорить навіть про «кодекс як пастку з орієнтирами».

Кодекси преси неминуче стосуються переважно загального рівня та не позбавлені ідеалістичних принципів, що орієнтуються на загальні цінності. З іншого боку, виявляється й казуїстичний підхід, що безпосередньо виходить з окремих прикладів та рідко спроможний досягти узагальнення. Нарешті, завжди необхідно враховувати, за яких конкретних національних, медійних та інших умов у кожному випадку діє журналістика; звідси впливають специфічні поправки.

Із цієї причини базою для наближеного до практики розгляду етичних правил журналістики насамперед має бути знання умов професійної діяльності та готовність до аналізу роботи журналістів. На цій основі можна розробити рекомендації, які, щоправда, завжди матимуть середній рівень «влучності».

Так, вивчаючи фальсифікації, можна навчитися того, що журналіст повинен якомога виразніше окреслювати межу, яка відділяє правду від фікції. Альфред Хічкок полюбляв розгортати свої кримінальні інтриги навколо чогось несуттєвого, фіктивного, він називав «Мак Гаффін»: хімічна формула або якісь зловісні таємні угоди. Саме на цій основі його фільми отримували своє уявне почуттєво-смісловне ядро. Журналістика принципово відрізняється від такого підходу: її почуттєво-смісловним ядром є події, які слід спостерігати та описувати *за всіма правилами мистецтва*. Тоді твір є не буквальною відбиттям «реальності», а містить здебільшого корисні інформаційні пропозиції, що дозволяють одержати орієнтири.

За всіма правилами мистецтва, передусім при цьому йдеться про якість журналістського розслідування чи дослідження, якість зібраного матеріалу. У США особливу вагу приділяють структурам для перевірки фактів (fact checking). У багатьох медіа репортерів контролюють співробітники редакції, які отримують від журналістів усі зібрані матеріали. Особливо ретельно в цьому плані працює журнал «Нью-Йоркер» — у його редакції зайнято більше десяти співробітників, які займаються виключно перевіркою статей на їхню відповідність фактам. Це ефек-

тивний структурний засіб для боротьби проти так званої «макгаффінівської журналістики».

У наш час існують дві конфліктні сфери, що мають особливу потребу в орієнтирах: це межа між журналістикою та маркетингом, а також межа між обов'язком подавати інформацію та повагою до людської гідності. Як за традиційних, так і за нових умов необхідно замислюватися над тим, чи можливі якісь захисні заходи, які б допомагали гарантувати якість журналістської праці та тримати під контролем тих, хто не бажає дотримуватися правил.

Вважають, що захист забезпечує навіть саме добровільне зобов'язання медіа дотримуватися певних стандартів, за чим спостерігають структури самоконтролю. Останнім часом такими захисними засобами стали й публічні дискусії про медіа, які проводять самі медіа; подекуди ініціаторами цих дискусій виступають уповноважені з прав людини (омбудсмени).

8.6.1. Повага до людської гідності

Дискусії з етичних питань у наш час виникають передусім у тих випадках, коли спосіб подання інформації про окремих людей викликає незадоволення в осіб, інтереси яких при цьому зачіпаються, або в громадськості. Люди, про яких повідомляють, відчують, що порушені їхні особисті права, або принаймні вважають себе жертвами неналежного зображення. Частину аудиторії відштовхує позбавлений смаку спосіб подання матеріалу — від перебільшень до сенсаційності.

Сьогодні в багатьох країнах можна спостерігати ту саму проблему: як у медіа показувати людей, щоб при цьому враховувалися етичні норми? Але й правові умови, і практика дотримання професійних стандартів дуже відмінні навіть у медійних системах, які можна порівнювати між собою. Отже, в міжнародному масштабі постає проблема етичної багатоманітності.

Здається, у США відносини врегульовані найбільш однозначно. З одного боку, ступінь свободи преси там майже необмежений. Навіть коли йдеться про повідомлення про окремих людей (у тому числі відомих), то діє засада, згідно з якою інформування громадськості має пріоритет перед індивідуальними інтересами. З іншого боку, в разі оприлюднення наклепницьких повідомлень жертви можуть через суд отримати досить великі суми як відшкодування моральних збитків.

В американських медіа має чинність так звана «теорія хатнього порога». Простір, відкритий для громадськості, закінчується лише біля

дверей дому, проте тут закінчуються й права журналістів. Тільки той, хто не поважає цю межу приватної сфери, порушує людську гідність об'єктів інформаційних повідомлень.

В *Італії*, здається, взагалі майже немає захисту окремих осіб від наклепів, що відкриває широкі можливості для проведення наклепницьких кампаній. Відсутній ефективний захист особистості. Спростування доводяться до абсурду редакційними коментарями. Особливу сенсацію викликала акція міланської щоденної газети «Ліберо», яка представила громадськості засуджених педофілів, умістивши їхні імена й фотографії. До такого самого методу викриття вдавалася й британська бульварна газета «Ньюс оф зе уорлд», а пізніше — німецька «taz», у даному випадку для виявлення тих, хто стоїть за правими радикалами.

У *Великій Британії* також бачимо більшу свободу в повідомленнях про окремих людей, ніж, наприклад, у Федеративній Республіці Німеччині. Проте, як і в США, за наклеп тут загрожує значний грошовий штраф.

Суди — як у справі співака Елтона Джона (див. розділ 8.2.3) — надзвичайно суворо ставляться також до поширення знеславлюючих пліток, обмови у матеріалах преси. Колишньому політикуві та авторові бестселерів Джеффрі Арчеру вдалося у свій час добитися відшкодування збитків сумою майже півтора мільйона німецьких марок, коли одна з газет звинуватила його у контактах із проституткою.

У *Швейцарії*, як і в більшості країн, особисті права відомих, визначних людей знаходяться під меншим захистом, ніж права людей звичайних. У принципі визначні особи мають менше право на «особисте життя», ніж нормальні громадяни.

У *Франції* закон про пресу 1990 року було зроблено жорсткішим для забезпечення надійнішого захисту особистих прав. У цій країні існує необмежене право на спростування без «редакційного хвоста».

У *Німеччині* ситуація складніша, ніж у більшості порівнювальних країн. Юридичні інстанції ухвалюють тут рішення здебільшого по конкретних справах. При цьому вони в принципі можуть посилалися лише на закон про діячів мистецтва 1907 року та — особливо у випадку публікації фотографій — на окремі рішення Федерального конституційного суду з приводу «особистостей сучасної історії». Щодо встановлення розміру відшкодувань останнім часом траплялися досить спірні судові рішення — вони залишають враження, що відомі люди отримують особливо високі суми відшкодування. Автори критичних зауважень вважають, що таким чином унаслідок оприлюднення недопустимих повідомлень багаті стають ще багатшими, тоді як нікого не обходять права

звичайних людей, що стають жертвами фотографів, особливо в країнах «третього світу».

Німецькі суди часто діють казуїстично, розглядаючи саме справи визначних людей. Дочка актриси Марлен Диттріх Марія Ріва зазнала невдачі, намагаючись заборонити журналу «Шпігель» публікацію фотографій своєї матері. Суд другої інстанції в Мюнхені в цій справі дотримувався думки, що одна з найвідоміших актрис ХХ століття є «абсолютною особистістю сучасної історії», і тому її фотографії можуть публікуватися й без дозволу — якщо їх публікація має інформаційну мету. А от подружжя федерального канцлера Шредера, навпаки, досягло успіху, коли вдалося до юридичних засобів, захищаючись від пліток, що поширювалися журналами видавництва «Бауер-ферлаг».

Диференційований підхід продемонстрував Федеральний конституційний суд у справі за одним з численних позовів принцеси Кароліни з Монако до ілюстрованого журналу «Бунте». У принципі відомих людей (але не їхніх дітей) можна фотографувати в громадських місцях без їхнього дозволу. Однак «вільна від медіа зона» виникає в тому разі, коли «особистості сучасної історії» з очевидністю усамітнюються в місцях, не призначених для сторонніх очей.

Гучний розголос викликало рішення Федерального конституційного суду за вимогою про відшкодування, яку подали батьки трьох дітей, що загинули внаслідок автомобільної аварії. За свої моральні та фізичні травми вони отримали набагато менше відшкодування, ніж принцеса Кароліна за вигадані інтерв'ю. Однак, на думку суддів, тут наявні предметно обґрунтовані відмінності. Засудження видавництва «Бурда» до сплати великих сум відшкодування повинне було застерегти його від «беззастережного продажу особистості на ринку»; на відміну від цього, у випадку транспортних аварій профілактичного ефекту неможливо досягти за допомогою великих сум відшкодування.

«Беззастережний продаж особистості на ринку» в багатьох випадках відбувається за ініціативою самих відомих людей. Вони «реалізують» свої весілля й у своїх відвертих мемуарах чи «романах з ключем» щедро дозволяють зазирати крізь замкову щілину. Якщо в такий спосіб задовольняється потреба в підгляданні, то немає підстав забезпечувати таких відомих людей спеціальним захистом. Тому на наше співчуття вони заслуговують лише у рамках, накреслених конституційним судом.

Говорячи про повагу до людської гідності, можна досить просто обґрунтувати, чому робиться різниця між «великими» та «маленькими» людьми: до того, кому не так уже й легко захищатися самому, медіа повинні ставитися з особливою обережністю. Це правило було порушено

в багатьох випадках: під час драми з заручниками в місті Гладбек та на острові Йоло, щодо жертв Рамштайна та катастрофи «Конкорда» в Парижі тощо.

З іншого боку, більшість медіа та журналістів часто поводяться набагато пристойніше, ніж можна сподіватися, виходячи з їхньої репутації. Так, усі газети та журнали прислухалися до заклику не друкувати фотографії помираючої принцеси Діани та її друга Доді аль-Файеда. Лише одна місцева телестанція у США показала кадри самогубства міністра фінансів штату Пенсільванія, який з особистих причин застрелився перед увімкненими камерами. Протягом кількох тижнів гамбурзькі медіа зберігали особливу стриманість під час викрадення спадкоємця мільйонів Яна Філіппа Реєтсма. Вони відмовлялися від будь-яких повідомлень, поки життя заручника залишалося під загрозою.

8.6.2. Конфлікт інтересів

Журналісти повинні уникати фактичних або уявних конфліктів інтересів, а конфлікти, яких не можна уникнути, вони мають робити прозорими. І вони мусять відхиляти подарунки та послуги. Так або інакше записано в усіх кодексах преси. У США вимоги заходять навіть настільки далеко, що журналісти мусять відмовлятися від політичної заангажованості, від посад в адміністративних органах та членства в місцевих організаціях, якщо така діяльність ставитиме під сумнів їхню журналістську об'єктивність.

Такий підхід спирається на постулат, згідно з яким журналістська праця має бути відмежована від ділових справ та операцій будь-якого ґатунку. Проти цієї засади лунає дедалі більше голосів. Особливої небезпеки зазнають відомі тележурналісти — їм легше піддатися спокусам добре оплачуваної реклами чи піарівської діяльності, що ними вони можуть займатися у вільний час.

Останнім часом сіра зона між журналістикою та роботою з громадськістю перетворюється на проблематичну структурну ознаку сучасних тенденцій у розвитку журналістики. Щоб вижити в економічному плані, вільні журналісти намагаються об'єднати обидва заняття «під одним капелюхом» або точніше: «під двома капелюхами». «Людьми з двома капелюхами» в США називають осіб, які по черзі надягають то одного (журналістика), то іншого (піар) капелюха.

У Північній Америці також не завжди вдається відмежовувати обидві царини одна від другої. У спеціальних медіа та на місцевих радіостанціях часто працюють журналісти, які мають побічну роботу у сфері

піар або реклами. Однак загалом заради збереження довіри до себе медіа дотримуються більш суворих правил, ніж у Німеччині, та відзначаються більшою прозорістю в розкритті можливих конфліктів інтересів.

Важким завданням для журналістів є балансування між близькістю та відстанню. Той, хто наближається впритул, наражається на небезпеку бути поглиненим. Той, хто зберігає велику відстань, не дізнається нічого хвилюючого або принаймні цікавого. Тому журналісти повинні залишатися аутсайдерами, сторонніми, якщо вони не хочуть зливатися з тими, хто зацікавлений у поширенні позитивної інформації. Проте журналісти мусять також знаходитися всередині, коли йдеться про справу. Знання зсередини, тобто внутрішня інформація, необхідні, якщо ти хочеш подати корисні й достовірні матеріали. Однак як виглядає ситуація з інтересами «тих, хто всередині» (інсайдерів)?

У США суворо карається збагачення завдяки внутрішній інформації. У Німеччині зараз також визнали: якщо внутрішня інформація використовується, щоб поряд з журналістською діяльністю нажити багатство за допомогою спекуляцій, або якщо, навіть, навпаки особисті біржові інтереси позначаються на економічній інформації, то виникає проблематична ситуація, особливо в економічній журналістиці. Саме тут повинна відчуватися висока відповідальність, адже оприлюднена інформація часто впливає на прибутки чи збитки. Тому це питання дуже серйозно обговорюють і в самих медіа, і поза ними (приклад А).

[А] ГАМБУРГ (дра). [...] Мабуть, немає дня, коли б медіа не закидали, що їхня поведінка безвідповідальна та несумісна з журналістською етикою. [...] Боротьбу медіа за прибутки, наприклад, за допомогою збуту воєнних кадрів та фотографій про конфлікт у Косові на цьому тижні затаврував інтендант ZDF Дітер Штольте на традиційних «Днях телекритики» у Майнці.

Однак діяльність журналістів піддається сумніву не лише тоді, коли вони у гонитві за інформацією хочуть створити переваги для своїх працедавців. В останні місяцями в центрі уваги опинилось і здобуття журналістами особистих переваг, наприклад, при поданні інформації про ринок акцій.

На початку квітня лише через кілька днів після виходу першого числа журналу для інвесторів «Фокус мані» його головний редактор Манфред Шумахер був змушений піти у відставку через підозру в обурдках із внутрішньою інформацією. Дружина Шумахера була керівницею агенції зв'язків із громадськістю та надавала консультативні послуги акціонерним товариствам, які були згадані у першому номері

журналу. Біржового аналітика з телебачення Егберта Пріора прокуратура звинуватила в тому, що він цілеспрямовано рекомендував два види акцій, які перед цим сам придбав. Однак у квітні земельний суд у Франкфурті відхилив порушення кримінального провадження проти Пріора, оскільки неможливо було точно встановити часовий зв'язок між порадами та операціями Пріора з цінними паперами.

Німецька рада преси в середу вперше представила в Бонні свої правила для економічної журналістики, спрямовані проти зловживання внутрішньою інформацією. «Журналістам має бути заборонено використовувати внутрішню інформацію у ділових цілях», — вирішив орган самоконтролю.

Наприклад, журналісти, які заздалегідь дізнаються про заплановане злиття двох фірм, не мають права після цього купувати акції цих фірм, якщо вони ще не оголосили про своє злиття.

В англосаксонських країнах уже існують суворі правила щодо внутрішньої інформації. Два співробітники британської бульварної газети «Міррор» були змушені звільнитися, бо писали про акції, якими самі торгували. Головному редакторові видання оголосила догану Комісія зі скарг до преси, аналог Німецької ради преси. [..]

Ірена Неверла, професор журналістики з Гамбурзького університету, вважає важливим, щоб журналісти самі визначали власні проблеми.

«Для журналістського «контролю якості», — стверджує вона, — велику роль відіграють професійна підготовка та дослідницька робота у вищих навчальних закладах».

Численні німецькі медіа у спосіб, суперечливий з огляду на етику, взяли участь у створенні міфу про багатство без праці за допомогою так званої «нової економіки» («new economy»). Біржові операції подавалися як велетенські вистави для «суспільства розваг», економічні ризики применшувалися, а про шанси на отримання прибутків повідомлялося в ейфорійному тоні.

Так виникла «інвестиційна журналістика» — підрозділ економічної журналістики. При цьому особливо впадали в очі окремі журналісти, у яких не було жодних проблем при поєднанні роботи у журналістиці з консультуванням вкладників. У разі такого змішування журналістики та бізнесу вони діють удвічі безвідповідально: стосовно аудиторії медіа, яку залишають без точних відомостей про колізії інтересів, та по відношенню до приватних вкладників, яким, можливо, робляться недбалі чи навіть невірні обіцянки.

Наприклад, під вогонь критиків потрапив колишній співробітник журналу «Фокус», котрий рекомендував своїм читачам акції, якими володів сам, — що в США призвело б до негайного звільнення з роботи. «Шпигель» закинув «Фокусу», що той намагається змінити ціннісні масштаби в економічній журналістиці. Концепція журналу завдає шкоди етичним засадам професії в цілому.

Велике значення могли б мати чіткі правила й щодо використання внутрішньої інформації при повідомленнях про діяльність медіа. Дедалі частіше згадуються власні фірми та підприємства, коли публікуються матеріали про злиття, трансакції або про якісь прості ділові операції, які торкаються власної продукції.

Аудиторія має знати, що журнал «Штерн» пов'язаний з концерном «Бертельсманн», а «Бертельсманн» в свою чергу з AOL та RTL. Або що спільного група Кірха має з концерном Шпрінгера. Лише той, хто має докладніші відомості про все це, правильно сприйматиме гімни, присвячені стратегії концернів, що вміщуються у їхніх власних виданнях, і гучні рекламні кампанії про власні програми. Саме в тих випадках, коли медіа спостерігають за самими собою, усі карти треба покласти на стіл. Це було б важливим внеском до демонстрації внутрішньої свободи преси.

Велика структурна проблема виникла в журналістиці через те, що традиційне відмежування редакцій від відділів оголошень в окремих медіа вже не додержується.

Піонером у цій справі виступила «Лос Анджелес таймс», яка зруйнувала мур між журналістикою та цариною бізнесу після того, як видавництво очолив колишній менеджер компанії з виробництва вівсяних пластивців. Однак він перегнув палицю, коли його газета за спиною редакції під час будівництва нової спортивної арени уклала вигідну рекламну угоду з її власником.

Власний критик газети з питань медіа Девід Шоу, який писав про помилки інших видань, цього разу був змушений проводити розслідування в рідній газеті. На 14 сторінках він розповів про те, що як виявилось, газета останнім часом у своїх повідомленнях регулярно враховувала економічні інтереси. Глибоку внутрішню кризу в газеті, вдалося подлати, відновивши старі структури, що сприяло відмежуванню редакційної роботи від бізнесу.

Подібна небезпека загрожувє в Німеччині тим газетам, які намагаються організувати свої місцеві редакції як «прибуткові центри». У такий спосіб журналісти опиняються під прямим впливом рекламного бізнесу, — організаційна новація за рахунок редакційної автономії.

8.6.3. Контрольні інстанції та заходи захисту

Найкращим контролем над медіа є самоконтроль. Контроль ззовні, державними інстанціями призводить до цензури. Проте щодо самоконтролю медіа немає патентованих рецептів.

Помітно, що зростає готовність медіа публічно говорити про себе, про власні помилки. Це можна вважати позитивним результатом конкурентного тиску на дуже комерціалізованих медійних ринках, де довіра до медіа є центральною, хоча й ризикованою величиною.

Розвиткові такої готовності до самокритики також сприяла драма із заручниками в місті Гладбек. Після її завершення медіа як ніколи принципово поставили питання про поведження журналістів у пограничних ситуаціях та про причини невдач у Бремені та Кельні (приклад Б).

[Б] ГАМБУРГ (дра). Після завершення драми з заручниками коментатори німецької преси піддали суровому засудженню свій власний цех. Так, «Франкфуртер фрайс пресе» у своєму випуску в п'ятницю запитує: «Про що, власне, думали репортери усіх медіа, коли вони супроводжували злочинців з Гладбека та брали в них інтерв'ю, як у зірок перегонів «Тур де Франс»? Як і інші видання, газета вважає: «А того, хто пропонує викрадачеві людей можливість хизуватися перед мільйонами німецьких телеглядачів, можна розглядати майже як співучасника». [...]

«Везер-курір» (Бремен) так коментує причину нечуваного донедавна активного втручання представників преси в події «При всьому жахливому враженні від кривавого фіналу драми із заручниками не менш повинне вражати й лякати ще й інше: небачені в подібному масштабі протиприродні стосунки медіа зі злочинцями; у своїй безжальній конкурентній боротьбі медіа, напевно, не вбачають нічого поганого в тому, щоб ставати фактичними підручними потенційних вбивць, щоб заімпонувати пересиченій аудиторії новими трилерами».

Газета «Есслінгер цайтунг» запитує: «Отже, тепер на ринку збувають злочинців, причому перспектива прибутків тим більша, чим вони брутальніші?»

«Гайльброннер штімме» песимістично дивиться в майбутнє: «Проте ніде не видно нікого, окрім беззубої ради преси, хто міг би зупинити цю тенденцію. Конкурентна боротьба медіа — цілком новий важіль, яким незабаром навчатися користуватися злочинці». «Дайстер-унд Везерцайтунг» (Гаммельн) також побоюється, що «драма із заручниками знайде продовження».

Численні коментатори закликають винести урок з останніх подій. «Навчатися повинна й преса. Обов'язок інформувати громадськість закінчується там, де на карті стоїть людське життя», — пише «Райн-цайтунг» (Кобленц / Майнц).

Етичні помилки та прорахунки зашкоджують журналістиці, тому медіа одразу ж вибачаються, перш ніж медійні скандали стають підставою для принципових дискусій про політику газети, журналу чи радіостанції, які завдають шкоди їхній репутації.

Розуміючи це, «Зюддойче цайтунг» після скандалу з Куммером одразу визнала свою помилку.

Довіра до медіа стало чарівним словом, цінністю, яка окупається за доби «брендів», що за допомогою гарного іміджу створюють додаткову вартість. Сьогодні довіру до медіа вважають орієнтиром для забезпечення якості.

Кризи довіри непокоять менеджерів та критиків медіа. Якщо частина аудиторії позбавляє «свій медіа» довіри, справи йдуть погано.

Однак у цьому плані описи ситуації відрізняються один від одного. Дехто вже роками твердить про кризу довіри до медіа, інші вказують на те, що принаймні деякі медіа сьогодні отримують кращі оцінки, ніж раніше. У США половина читачів вважає, що їхня місцева газета підвищила якість своєї роботи. У Німеччині спостерігається падіння довіри до телебачення (порівняно з високим рівнем 80-х років). А, показники щоденних газет залишилися стабільними.

У будь-якому разі збільшився інтерес до зусиль медіа в напрямку збереження свого доброго імені. Газети непокояться у зв'язку із зростанням кількості помилок на своїх шпальтах після скасування посад коректорів.

Учитель, що криється в читачі, стає пильним, якщо в нього виникає враження, що журналісти не досить добре володіють німецькою мовою. Дуже швидко висновки переносяться з помилок у вживанні розділових знаків на помилкові журналістські дослідження: якщо коми ставляться неправильно, то й факти можуть бути хибними. «Малі помилки» спричиняються до недовіри щодо медіа; великі скандали лише зміцнюють таку позицію.

З більшістю малих помилок можна ефективно боротися за допомогою солідної журналістської освіти, тоді як великі помилки потребують контрольних інстанцій та захисних заходів. Однак щодо більшості помилок обох видів допомагає навіть сама готовність публічно виправляти помилки в медіа. Добра воля винагороджується аудиторією. Це сто-

сується і спроможності публічно обговорювати власні похибки. Завдяки прозорості та інтерактивному зв'язку з аудиторією медіа збільшують довіру до себе.

На цій основі американські медіа — їхні досягнення здебільшого переоцінюються в Європі — створили значну кількість контрольних інстанцій та захисних заходів, що можуть бути корисні для власного іміджу. Сюди, по-перше, належить природна готовність виправляти свої помилки. По-друге, це дуже поширене залучення спеціальних уповноважених для зв'язків між медіа та громадськістю. По-третє, надання великого професійного статусу критикам медіа, а також заснування спеціальних журналів з проблем медіа. По-четверте, це публічне обговорення проблем медійної етики, яке стимулюють переважно журналістські школи та спілки.

У Німеччині спілки або профспілки журналістів — Німецька спілка журналістів (DJV), а також профспілки IG Медіен (IG Medien) та DAG, що зараз увійшли до профспілкового об'єднання ver.di, — беруть участь у подібних дискусіях, зокрема, підключаючи свої журнали «Журналіст» і «Люди роблять медіа» та здійснюючи акції типу «Ініціатива якість». Окрім цього, видається журнал «Месседж», що наслідує американські зразки «Brill's Content» або «Columbia Journalism Review».

Менш яскраво виражена в Німеччині готовність до добровільного виправлення помилок на зразок спеціальної шпальти у «Нью-Йорк таймс», що присвячена саме цьому. Ще не утвердився в Німеччині й інститут спеціальних уповноважених

Такі європейські газети, як «Монд» (Франція), «Ель паіс» (Іспанія), «Републіка» (Італія) та «Тагес-анцайгер» (Швейцарія), навпаки, уже давно практикують модель своєрідних «адвокатів читача». Часто на цю роль запрошують досвідчених фахівців, наприклад, колишніх головних редакторів.

У Швейцарії працює більше ста уповноважених, які на всіх радіо-та телеканалах стежать за можливими порушеннями ліцензій. У Швеції існує головний уповноважений, який самостійно розглядає численні скарги, звільняючи від цього раду преси.

Інституція національної ради преси наявна в 21 європейській країні. Як і в Німеччині, ці ради складаються з представників спілок журналістів та видавців, що й фінансують їхню діяльність. Їх головною санкцією є догана. Лише в чотирьох країнах такі догани спричиняються до грошових штрафів (Швеція, Велика Британія) або до професійних наслідків для журналістів (Італія, Словенія). Дуже бажана участь читачів, слухачів та глядачів у роботі рад преси залишається винятком.

Міжнародна федерація журналістів (МФЖ) як професійно-етична інстанція відіграє скоріше декларативну роль. Уже 1954 року МФЖ ухвалила в Бордо «Декларацію обов'язків журналістів», що 1971 року була доповнена Мюнхенським кодексом.

Усі ці спроби за допомогою контрольних інстанцій та захисних заходів добитися виконання етичних норм та забезпечити якість мають сенс тільки в тому разі, якщо є *мінімальний консенсус* щодо професійних стандартів в інформаційній журналістиці. Такий консенсус, як і раніше, є лише щодо зв'язків інформаційних повідомлень з дійсністю, щодо відмежування повідомлення про новину та коментарю, стосовно можливості перевірки джерел, а також до орієнтації на аудиторію замість орієнтації на джерела чи інтереси.

Список скорочень

AFP	Agence France Presse
AP	Associated Press
AVZ	Aachener Volkszeitung
AZ	Abendzeitung (München)
BamS	Bild am Sonntag
ddp	Deutscher Depeschen Dienst
DW	Die Welt
DZ	Die Zeit
dpa	Deutsche Presse-Agentur
exp	Express (Köln)
FAZ	Frankfurter Allgemeine Zeitung
FR	Frankfurter Rundschau
FTD	Financial Times Deutschland
HA	Hamburger Abendblatt
KstA	Kölner Stadt-Anzeiger
MoPo	Hamburger Morgenpost
NRZ	Neue Ruhr-Zeitung (Essen)
NZZ	Neue Zürcher Zeitung
RN	Ruhr-Nachrichten
RP	Rheinische Post (Düsseldorf)
rtr	Reuters
Sp	Der Spiegel
st	Stern
SZ	Süddeutsche Zeitung
taz	Die Tageszeitung
TS	Der Tagesspiegel (Berlin)
WamS	Welt am Sonntag
WAZ	Westdeutsche Allgemeine Zeitung (Essen)
WN	Westfälische Nachrichten (Münster)
WP	Westfalenpost (Hagen)
WR	Westfälische Rundschau (Dortmund)

Навчальний посібник

Зігфريد Вайшенберг

НОВИНА ЖУРНАЛІСТИКА

Літературний редактор *Чукіна В. Ф.*
Верстка, дизайн *Горшков К. П.*
Обкладинка *Коль А.*

Підписано до друку ХХ.06.2004 р. Формат 60×84/16.
Гарнітура Minion Pro. Папір офсетний. Друк офсетний.
Обл.-вид. арк. 13,75. Ум.-друк. арк. 15,35. Наклад 2000 прим.

Віддруковано ТОВ "Інтерлінк"
вул. Воровського, 4, оф. 010
Київ, Україна, 04053
Тел.: 38(044) 212-1322, 212-1347