

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка

ВОЛОДИМИР ЗДОРОВЕГА

ТЕОРІЯ І МЕТОДИКА ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ТВОРЧОСТІ

Підручник

3-ге видання

Львів
ПАЇС
Видавництво Львів
2008

УДК 071.1 (075.8)

З 466

ББК Ч 612.1 я 73-1

Рецензенти:

Гринів О. І., д-р філос. наук, проф.

(Львівський державний інститут фізичної культури і спорту);

Шкляр В. І., д-р філол. наук, проф.

(Київський національний університет імені Тараса Шевченка)

*Затверджено Міністерством освіти і науки України
як підручник для студентів вищих навчальних закладів,
які навчаються за напрямом "Журналістика"
(Лист № 14/18.2-664 від 06.04.2004 року)*

Здоровега В. Й.

З 466 Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. – 3-тє вид. –
Львів: ПАІС, 2008. – 276 с.

ISBN 978-966-7651-80-0

Пропонована книга – перший у пострадянських країнах підручник, присвячений найважливішій частині теорії та практики журналізму: аналізу природи літературної праці у засобах масової інформації.

Багато уваги приділено сутності журналістської майстерності як найважливішого складника професіоналізму співробітника мас-медіа, головним етапам роботи над твором і написанню тексту.

Висвітлено головні потоки та методикку збору інформації. Чільне місце відведено аргументації та полеміці, загальній характеристиці жанрів, а також інформаційному, аналітичному, художньо-публіцистичному методам відображення дійсності в мас-медіа.

Мета видання – сприяти формуванню професіоналів, журналістів нового бачення світу, оригінального мислення, гострого, чесного слова.

Для студентів інституту та факультетів і відділень журналістики університетів, журналістів-практиків.

ББК Ч 612.1 я 73-1

ISBN 978-966-7651-80-0

© Здоровега В. Й., 2000

© Здоровега В. Й., допов. і перероб., 2004

© Здоровега В. Й., 2008

© ПАІС, 2008

ПЕРЕДМОВА

"Теорія й методика журналістської творчості" – підручник, за яким вчилася, вчиться і ще тривалий час навчатиметься численна когорта студентів класичних університетів України і новостворених вищих навчальних закладів, витримує третє, тиражне за українськими критеріями, видання. Це перший вихід у світ підручника після такої раптової й несподіваної смерті вже далеко немолодого, але напрочуд продуктивного й працездатного до останніх днів життя професора.

Безперечна цінність й актуальність навчального видання – його цілісність, завершеність і повнота. Посібник є кроком і ключем до розуміння такого складного, завжди суперечливого і ніколи до вершин нез'ясованого й неосмисленого поняття, як психологія журналістської творчості та її методика. Природний дар В. Здорогеги до аналітичного мислення, до розуміння складних суспільних процесів, спроможність із висоти орлиного польоту охопити "день суцїй", толерантність і виваженість як у повсякденному житті, так і в публіцистичних та наукових працях заслуговує на особливу увагу. Він унікав, свідомо чи підсвідомо, гучних фраз і категоричних суджень, рідко коли сперечався, майже завжди в кожному науковому доробку – студентському, аспірантському чи більш зрілому – вбачав раціональне зерно й власним авторитетом сприяв його сходженню.

Доволі самокритичний, Володимир Йосипович часто про свої власні наукові й творчі здобутки відгукувався так: "Це була чи не найкраща моя книжка (публікація, наукова стаття). Я так написати вже не можу. Вік не той". Але приходив час і його гостре перо, кероване світлим розумом, здатністю до аналітичного мислення, продукувало нові, дедалі зріліші, глибші й ґрунтовніші публікації. Їх радо й систематично друкували провідні й авторитетні періодичні друковані видання на кшталт тижневика "Дзеркало тижня" і газети "День". Але за найменшої нагоди професор подавав власні публікації до республіканської "Молоді України" та львівської, яка вже давно стала щонайменше регіональною, газети "Високий замок". Тобто в ті видання, головними редакторами яких були його добрі й щиро вдячні учні – Володимир Боденчук і, відповідно, Степан Куршіль.

Володимир Здорогега – один із небагатьох українських теоретиків журналістики минулого сторіччя, якого визнано у світі. Особливу популярність він мав серед яскравих представників московської школи журналістики – визнаних і провідних у своїх напрямках професорів – Євгена Прохорова, Валентини Учонової, Володимира Горохова, Євгена Проніна. В Україні всі наукові авторитети в царині журналістської науки посилались на наукові доробки шановного професора як на виважене, ґрунтовне й аргументоване джерело інформації.

Не можна не оминати індивідуального стилю Володимира Здоровеги. Він завжди писав лаконічно, доступно й просто. Чи не єдиний серед своїх колег вмів викласти найскладніші теоретичні постулати на рівні розуміння й сприйняття пересічного студента. У цьому його геніальність, досі неперевершений талант і наукова майстерність. Свіжість та глибина думки, повнота розуміння сутності проблеми й явища завжди домінували над складністю формулювань, важкими мовностилістичними конструкціями й невиправданим засиллям рідковживаних, а відтак малозрозумілих слів іншомовного походження, якими часто грішать дослідники, щоб за складністю викладу приховати убогість думки.

Друге, на чому варто було б зупинитись окремо, – особливості наукового стилю автора. У ньому завжди були вмотивовані вкрашення публіцистичності й неповторного авторського "я". Натомість у публіцистичних творчих доробках простежувалася професорська зрілість, аналітичний спосіб мислення. Водночас науковий доробок В. Здоровеги є класичним науковим доробком, а журналістські матеріали – повноцінною публіцистикою: подекуди емоційною, частково гострою, у міру дотепною і в момент публікації своєчасною, актуальною й затребуваною аудиторією. Його окремі видання монографічного характеру, тим паче навчальні посібники чи підручники, не наповнювалися публіцистичними інгредієнтами, розпушувачами, добавками, а відносно невеликі за обсягом вони й донині є недосяжними за повнотою й змістом. Автор був переконаний, що ідеальний обсяг підручника для студентів класичних університетів 250–300 сторінок.

До певної міри логічним й закономірним є те, що нинішнє третє видання підручника "Теорія і методика журналістської творчості", як і два попередніх, виходить у "Видавництві ПАІС", створення якого при факультеті журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка було ідеєю й концепцією професора В. Здоровеги. Ринкові відносини в нашій країні лише пережили початковий етап становлення й ще до кінця не утвердилися. Ми, журналісти за фахом, вже залюбки про них писали, пропагували, але, чого гріха таїти, самі до кінця ще не усвідомлювали, що ринок (тим паче неконтрольований, стихійний) – це не панacea від усіх негараздів, а жорстка реальність із тінювим боком медалі. І місця у ньому для наукової української книжки обмаль...

Видавництво вдячне за корисні поради деканові факультету масової комунікації та інформаційних технологій Міжнародного економіко-гуманітарного університету (м. Рівне), чільному представникові львівської школи журналістики Ігореві Лубковичу.

Щиру подяку висловлюємо дружині автора підручника – Неонілі Іванівні Здоровезі – за конструктивну співпрацю та принциповість щодо концепції цього видання.

З надією сподіваємося, що творча спадщина професора Володимира Здоровеги ще довго буде затребуваною студентською аудиторією, дослідниками мас-медійної творчості і, очевидно, творчими працівниками редакційних колективів.

Ігор Паславський

ВСТУП

Мас-медіа будь-якої країни, яку вважають цивілізованою, тримається на трьох китах. Перший із них – економіка, матеріальні підвалини існування системи засобів масової інформації (ЗМІ¹); другий – закон, законодавчі основи функціонування газет, журналів, інформаційних агентств, книговидавництв, документального кіно, телебачення, радіомовлення, Інтернету, реклами, їхніх відносин із владою, суспільством, бізнесом; третій – професіоналізм журналістів, тобто рівень їхньої кваліфікації, загальна, політична, фахова культура. Перебуваючи в міцному зв'язку між собою, вони, до того ж, сотнями ниток з'єднані з багатьма іншими чинниками, починаючи від історичного досвіду народу, його національної ментальності і закінчуючи рівнем духовної культури, інтелекту, способом мислення суспільства. Навіть теоретично не можна уявити сильної преси при хирлявій, неефективній економіці та високого класу професіоналів при правовій незахищеності журналістів.

Своєрідність стану ЗМІ в Україні зумовлена історично, політично, економічно. Завоювавши політичну свободу, ЗМІ потрапили у жорстку економічну залежність від хлібодавця, що неважко було передбачити. Нормальному функціонуванню ЗМІ заважає досі низька ефективність економіки, що обмежує можливість підтримки мас-медіа з державного бюджету, у важкому стані перебуває журналістсько-інформаційний бізнес.

Конституція України цілком у стилі Загальної Декларації прав людини гарантує свободу думки і слова, вільне вираження переконань і поглядів людини. Верховна Рада України ухвалила цілу низку законів

¹ Крім традиційних понять *преса*, *журналістика*, паралельно вживатимемо терміни “*засоби масової інформації*” (“ЗМІ”), “*масова комунікація*” (“МК”) та “*мас-медіа*”. Найпоширенішим сьогодні у повсякденній практиці та зафіксованим у законодавстві збірним поняттям *засоби масової інформації* називають пресу, телебачення, радіомовлення, документальне кіно, інформаційні агентства, комп'ютерні засоби *масового* розповсюдження інформації. Чимала частина авторів для позначення цього ж поняття вживають словосполучення *засоби масової комунікації* (ЗМК), що видається нам не зовсім правомірним, оскільки вносить певну термінологічну плутанину. Поняттям *масова комунікація* ми позначасмо *двобічний процес* обміну інформацією. Термін *мас-медіа*, який увійшов під впливом західних фахівців у нашу практику порівняно недавно, означає у буквальному перекладі *масовий посередник*. Будучи синонімом до ЗМІ, він, на нашу думку, несе слідом нової концепції у тлумаченні сучасної журналістики не просто які засоби інформаційного впливу, тиску на аудиторію, а лише посередника у процесі обміну інформацією.

про ЗМІ, що є помітним кроком у законодавчому забезпеченні діяльності преси, телебачення, радіомовлення. Однак, по-перше, законодавча база у цій сфері далека від досконалості, неповна, подекуди суперечлива. Оскільки закони приймалися до схвалення Конституції України, вони не завжди збігаються з нею. По-друге, відсутня державна воля втілення законів у життя. Про це говорять усі, починаючи від самих законодавців і службовців до журналістів та представників широкої громадськості. Про недосконалість і малу ефективність законодавчого регулювання інформаційних процесів в Україні чимало дискутовано у пресі, з парламентської трибуни, зокрема й у процесі парламентських слухань питання про свободу слова в Україні, що відбулись у квітні 1997¹ і грудні 2002 рр.²

Окрім удосконалення законів про ЗМІ, їх неухильного дотримання, потрібне соціальне усвідомлення суспільством і його керівною елітою журналістики як демократичної протипозиції офіційній позиції влади. Не за будь-яких умов бути в опозиції до влади заради самої опозиції, а мати власну позицію, репрезентувати інтелект громади у трактуванні важливих подій і проблем. Офіційні кола, відповідно, повинні не відкидати цю позицію, так би мовити, з ходу, а бути зацікавленими в її існуванні. Цей важкий урок демократії ще треба засвоїти всім, особливо тим, хто і далі бачить у ЗМІ власний рупор, трибуну для пропаганди, а в особі журналіста – послушних васалів, підручних партій і влади. І річ тут саме у відповідній спадщині, у суспільній психології, у нерозумінні суті демократії, механізму демократичного управління суспільством. Ці знання має дати політологія як наука і як предмет вивчення у вищій школі різних рівнів. Сьогодні в умовах наближення до інформаційного суспільства для інтелігентної людини знання і розуміння “четвертої влади” таке ж обов’язкове, як знання природи трьох гілок влади – законодавчої, виконавчої, судової.

Не можна також не погодитися з тими, хто вважає, що у демократичних країнах світу преса пройнята духом держави, що вона об’єднує, зцементовує суспільство і що лише в цих рамках вона плюралістична, вільнодумна і вільна. Тому й сьогодні далеко не риторично звучить питання Лариси Івшиної до українських журналістів: “Чи вибрали вони своє місце, чи вибрали вони свою країну?”³

Законодавство повинно бути спрямоване на те, щоб слово не руйнувало державних устоїв. Ст. 34 Конституції України, гарантуючи право на свободу думки і слова, застерігає, що “здійснення цих прав може бути обмежене законом в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку”.

¹ Свобода слова в Україні: стан, проблеми, перспективи // Матеріали парламентських слухань у Верховній Раді України 10 квітня 1997 року. – К., 1997.

² Журналіст України. – 2002. – черв.-груд.

³ Івшина Л. У пошуках країни // День. – 2003. – 6 черв.

З огляду на історичні причини й особливості свого міжнародного становища, Україна змушена захищати національну гідність, право на рідну мову і культуру. Без протекціонізму, без пріоритетів, зведених у ранг закону, нам не обійтись. Тут потрібна зважена, продумана державна воля, приведення конкретних реалій у відповідність до вимог Конституції.

Економічні та правові основи ЗМІ нерозривно пов'язані з професіоналізмом журналістів, які в них працюють. Зв'язок цей двобічний. Економічний і правовий стан ЗМІ впливає на добір і якість кадрів журналістів, на престиж професії. Однак сама якість, глибокий професіоналізм журналістського корпусу, авторитет працівника мас-медіа прямо чи опосередковано впливає на престиж видання, інформаційного чи рекламного агентства і навіть книжкового видавництва. Інакше чому, перебуваючи у майже однакових умовах, одні редакції якщо не процвітають, то хоча б тримаються на плаву, інші – гинуть або ведуть напівголодне, жебрацьке існування.

Одразу виникає питання про характер журналістської професії в сучасних умовах. Треба глибоко усвідомити, що професіоналізм журналіста сьогодні суттєво відрізняється від фахових ознак працівника ЗМІ і пропаганди, як тоді прийнято було говорити, радянських, тоталітарних часів. Не тим, що у ті політично важкі часи не було здібних, навіть талановитих журналістів і публіцистів. Інакше не було б суспільно-політичного зламу, який ми називаємо гласністю, національним, демократичним відродженням, і який найактивніше сприяв краху тоталітарної системи, розвалу “імперії зла”. А тим, що сама система чітко визначала місце журналіста як підручного партії. Він змушений був працювати на зміцнення цієї системи. Відступ від партійної лінії, залежно від обставин і умов часу, міг коштувати журналістові життя, відбування каторги чи, у ліпшому випадку, позбавлення партквитка і роботи. Не кажемо вже про позбавлення певних матеріальних благ, заборони друкуватись.

Журналіст міг собі дозволити критикувати, іноді навіть гостро, недоліки. У пресі була сатира, популярність сатиричних видань, скажімо, українського “Перця”, була величезною. Газетярі навчилися обминати цензурні рогатки, вдаючись до езопівської мови. Кращі публіцисти у післясталінські часи досить переконливо писали про неспроможність економіки, засилля бюрократії, окремі випадки беззаконня. Особливо перепадало тим керівникам (навіть високого рівня), коли верховна еліта вирішила, так би мовити, кинути під ноги ту чи іншу жертву з номенклатури. Проте навіть найпереконливіші критичні матеріали про того чи іншого функціонера знімалися зі шпальти “Правды” за вказівкою члена політбюро.

Та головне – нікому не дозволялося сумніватись у правильності марксистсько-ленінського вчення і безпомилковості та мудрості партії. Все, що писав чи говорив журналіст, мало слугувати зміцненню тогочасної системи. Інакше не могло бути. Поняття порядності, совісті, моральності до уваги не брали. Моральним, за Леніним, вважалося все, що служило будівництву комунізму.

Проте професіоналізм журналіста, беручи до уваги саму природу ЗМІ – стража суспільної моралі, – органічно охоплює не тільки фахову компетентність, а й високі людські якості. Дещо перефразовуючи слова відомого американського журналіста і редактора Джозефа Пулітцера, можна зазначити, що від підлабузницько-корисливого ставлення до бізнесу і влади журналістику можуть врятувати найвищі ідеали прискіпливого, болісного відчуття справедливості, глибокого знання проблем, з якими стикаєшся, і чесного сприйняття моральної відповідальності за те, що пишеш.

Ще одна генетична вада журналіста так званого розвиненого соціалізму полягала в тому, що, багато пишучи про тогочасну економіку, а ще більше про технологічні процеси виробництва, він, за незначним винятком, залишався безпорадним у сфері підприємництва, бізнесу. Він звик жити, хай і скромно, на всьому готовому. Його винагорода, зарібок не залежали від успіхів чи невдач видання, від тиражу газети, популярності телепрограми тощо. Перехід до роботи в нових економічних умовах виявився для більшості журналістів драмою.

Тому сьогодні мусимо не тільки по-новому, але й набагато ширше глянути на професіоналізм журналіста. Під професіоналом прийнято розуміти особу, що зробила певне заняття предметом своєї постійної діяльності. Професіоналізм має ще й значення досконалості, вміння, досвіду в якійсь сфері діяльності. З цього погляду професіоналізм у журналістиці – емке і багатозначне поняття. Воно починається із глибокого усвідомлення самої місії мас-медіа у суспільстві як концентрації у вияві думки громади. Демократичне суспільство відрізняється від тоталітарного тим, що погляд на роль преси у ньому поділяють в головних моментах і журналісти та аудиторія, і представники влади. Між ними існує неписана громадянська угода, закріплена у певних законах і звичасвому праві.

Праця журналіста охоплює дуже широкий спектр видів організаційно-редакційної роботи – від розробки концепції певного засобу масової інформації, організації та планування роботи самої редакції до випуску видання чи виходу в ефір передачі. Журналіст сьогодні ще й бізнесмен, менеджер, який повинен забезпечити редакції відповідний прибуток, уміти вигідно придбати потрібні матеріали, ресурси, вдало

продати, прощтовхнути власний продукт, знайти вигідну рекламу і мецената. У великих редакціях цим займаються спеціально найняті й підготовані люди. В умовах функціонування невеликих редакцій цим мусять займатися всі журналісти. Інакше не вижити у конкурентній боротьбі.

Перелік цих та інших питань є предметом вивчення різних курсів, що їх слухають студенти інститутів, факультетів, відділень журналістики, зокрема “Вступ до журналістики”, “Основи масової комунікації”, “Основи журналістики”, “Організація роботи редакції”, “Техніка засобів масової інформації” тощо.

Предметом цього курсу є літературна творчість журналіста – найважливіша і найскладніша частина професійної діяльності працівника ЗМІ, що вимагає творчого обдарування. Зазначимо, що чимала частина журналістів скептично ставиться до можливості навчити людину писати. На нашу думку, навчити писати не можна. Писати, а особливо писати добре, можна навчитися, якщо у молодій людини є велике бажання, природні задатки і хоча б мінімальний рівень знань.

Великий історичний досвід розвитку літератури і журналістики переконливо засвідчує, що деякі закономірності літературного ремесла людина засвоює шляхом безпосереднього занурення у практику, через певний етап наслідування, навіть змагальності за принципом “Я можу зробити не гірше”. Без цього практичного засвоєння азів творчості не було б розвитку ні журналістики, ні різних інших видів творчої праці задовго до виникнення самої думки про створення певних шкіл, написання книг і підручників із питань методики і психології, зокрема, літературної праці. Цим шляхом і сьогодні, і завтра приходитимуть в журналістику, в літературу шоразу нові адепти.

Цю закономірність дуже точно підмітив литовський дослідник художньої фотографії Володимир Борев у книзі “Фотография в структуре массовой коммуникации”. Роздумуючи над практичним входженням певного кола особистостей у художню фотографію, автор зазначає: “Якщо він [фотограф. – В. З.] знімає, “не знаючи” законів естетики, не вивчаючи ці закони в їх науково знятому, сформованому і систематизованому вигляді, він ознайомлюється з ними і засвоює їх у безпосередньому бутті, в їх зануренні у власне художню тенденцію, у конкретну художню творчість...”¹

Сформульовані у систематизованому, узагальненому вигляді знання про літературну працю у журналістиці не варто переоцінювати, їх треба сприймати критично, а не як догму, правило, бо це може призвести до збіднення творчих пошуків, орієнтації на певну однобічність,

¹ Борев В. Фотография в структуре массовой коммуникации. – Вильнюс, 1986. – С. 138.

заданість. Однак свідоміше використання осмислених, елементарних закономірностей нікому не завадить.

Як свідчить досвід, більшість відомих письменників, художників, кінематографістів, журналістів на якомусь етапі життя прагнуть поділитися власними думками про близьку їм сферу творчої праці, якщо не на рівні теорії, то через науково-практичні поради осмислити для себе і для інших секрети творчого ремесла.

Відомий російський актор і кінорежисер Нікіта Міхалков цілком слушно вважає: "Методика – це одне, а дар божий [так в автора. – В. З.] – це інше, хоч методика – це дуже потрібна річ як спосіб подолання технологічних труднощів. Методика служить для навчання, а дар веде в країну першовідкриттів... Геніальне може бути лиш в одному – єдиному примірнику"¹. Якщо не брати до уваги слів про геніальність, які не дуже пасують до повсякденної літературної праці в мас-медіа, цю думку цілком можна застосувати до журналістики, особливо телебачення з його технологіями.

Зрештою, можна послатися на історичний досвід. Українські письменники і журналісти, з огляду на відповідні національні та соціальні умови, постійно прагнули поповнювати власні знання. Щодо цього характерна думка Володимира Винниченка, висловлена у 1907 році в одному з листів до Євгена Чикаленка. Пояснюючи свою потребу перебування в Європі, він пише: "Хочу придбати освіту літератора. Я ж неук, як і більшість наших письменників. Через це почасти ми й не можемо конкурувати з російськими й європейськими письменниками, хоч здатности, може, й не менші маємо"².

Журналістська праця – це не просто вміння вправно написати замітку чи статтю, хоча ці ази ремесла треба засвоїти, а своєрідний спосіб сприйняття світу, спосіб бачення реальності, спосіб мислення і світовідчуття, спосіб існування й усвідомлення себе у неспокоїному житті.

Надзавдання цієї книги – допомогти людині стати журналістом, сприяти входженню її в фах, засвоєнню чималого масиву інформації, стимулюванню жаги знання, без якого неможливе формування професіонала у сфері інтелектуальної діяльності.

Мета підручника – дати студентові, а також будь-якій людині, яка вирішила пов'язати свою долю із працею у сфері масової комунікації, основи професійних знань і навиків у галузі літературної журналістської творчості.

¹ Міхалков Н. Кино для меня не профессия, а жизнь // Известия. – 1984. – 16 окт.

² Цит. за: Панченко В. Експерименти та експериментатори // Літ. Україна. – 2002. – 12 груд.

Курс “Теорія і методика журналістської творчості” ґрунтується на знаннях, набутих студентом у процесі вивчення основ комунікації, питань загальної теорії журналістики як суспільного, політичного і культурного явища, організації роботи різних видів засобів інформації, а також історії журналістики, української та світової, яку вивчають паралельно. Пропонований студентам курс, його головні розділи тісно переплетені з теорією літератури, її історією, а також історією культури. Курс органічно поєднується з вивченням мови засобів інформації, стилістики та редагування.

Перша частина курсу, пропонована читачеві у цьому виданні, називається “Основи журналістської майстерності” і присвячена науково-теоретичному аналізу природи літературної творчості журналіста, з’ясуванню методики, технології та психології літературної праці у різних видах ЗМІ. Зважаючи на відсутність в українській науці праць, спеціально присвячених психології літературної творчості, цим підручником може скористатися кожен, хто пробує свої сили в літературі.

Друга частина курсу, написана спеціально для цього видання, присвячена трьом методам відображення – інформаційному, аналітичному, художньо-публіцистичному, жанровим особливостям і методиці роботи у рамках кожного з цих методів.

Опановуючи курс, студент повинен навчитися розуміти характерні особливості творів журналістики: розрізняти потоки журналістської інформації; вміти характеризувати сутність поняття майстерності журналіста як літератора, головні етапи праці над журналістськими виступами; засвоїти методи збору і перевірки достовірності інформації, способи аргументації та полеміки; орієнтуватися у сучасних тенденціях журналістики; вміти збирати інформацію з різних джерел, свідомо продумувати композицію твору; шукати переконливі аргументи для підтвердження своєї позиції; спростовувати хибні аргументи; вправно, по змозі власного таланту, викладати свої думки на папері, перед мікрофоном і камерою.

Підручник написаний для студентів, аспірантів, а також численних штатних і нештатних співробітників ЗМІ. Він відповідає вимогам кваліфікаційної характеристики і відповідно університетської програми курсу.

Сподіваємося, що третє видання, як і перших два (2000, 2004), викличе відповідний інтерес. Чи, можливо, спротив тих професіоналів у журналістиці, які вчилися давно, за радянськими підручниками, або й ніколи не тримали в руках подібних книг.

Перед тобою, читачу, перший в Україні й один із перших у пост-соціалістичних країнах підручник, присвячений теорії і методиці літера-

гурної праці в журналістиці. У ньому поєднано виклад елементарних вчень і досить складних, принципово нових, досі не досліджених у науці про журналістику, проблем та індивідуальний, авторський підхід до питань теорії і практики. Зрозуміло, не можемо претендувати на безпомилковість суджень. Природно в таких випадках полеміку вважаємо цілком нормальним явищем на тлі нового практичного досвіду сучасної журналістики.

1. ЖУРНАЛІСТИКА ЯК ВИД ТВОРЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Якими б важливими не були організаторські здібності журналіста, яким би вагомим не був внесок працівника редакції у створення відповідної атмосфери у редакційному колективі, яким би комунікабельним і пробивним не був співробітник газети, головне, що робить його професіоналом у сфері масової комунікації, – це вміння правдиво, оперативно, аргументовано, яскраво і переконливо писати, говорити і показувати, якщо йдеться про аудіовізуальні засоби інформації.

Людей можна поділяти за різними критеріями: за зростом, кольором шкіри, соціальним статусом, темпераментом, вдачею, належністю до тієї чи іншої віри, партії тощо. Літератори, журналісти у вузькому професійному колі поділяють людей ще й на тих, хто вміє добре писати, і тих, хто не вміє добре писати, навіть якщо у його кишені два дипломи.

Здатність ця може бути більшою або меншою. Вона може усвідомлюватись чи ні самою особою. Ця здатність може бути виявленою змолоду, а нерідко так і залишається нерозкритою чи нерозвиненою.

Але й серед тих, у кого є літературні задатки, хто, як кажуть, володіє пером, трапляються особистості з особливими нахилами. Одні тяжіють до ґрунтового наукового аналізу і спокійного вдумливого опису природних і соціальних явищ. Такі переважно обирають науку. Інші схильні до образного, художнього осмислення життя і тому пробують свої сили у поезії чи прозі. А є й такі, які не можуть мовчати, які прагнуть негайно поділитися своїми думками із сучасниками і які шукають для цього трибуну. Не всі з них стають журналістами-професіоналами. Як свідчить практика, одна й та сама людина може бути і вправним журналістом, і вдумливим дослідником – соціологом чи істориком, – і непоганим белетристом. Однак трапляється і таке, коли талановитий художник не може впоратись з елементарним репортажем, а майстер журналістського слова зазнає фіаско, коли береться за роман чи драму. Багато залежить від обставин та від значної кількості інших чинників, які майже неможливо взяти до уваги. У всякому разі, багато письменників, учених-суспільствознавців розпочинали свій творчий шлях як репортери, журналісти і все життя із вдячністю згадують про газету чи журнал. Правда, зазначають, що з газети треба вміти вчасно піти. Не вестимемо мову вже про ті щасливі випадки, коли видатні мислителі, філософи, по-

літологи довго не поривали із газетою, журналом чи навіть телебаченням, а політики здобували особливу славу саме завдяки мас-медіа.

І все ж кожен із видів літературної праці має свою специфіку, вимагає своєрідних задатків. Літературна робота в журналістиці не належить до найскладніших. Нерідко вона видається надивовижу простою. Кожна освічена, грамотна людина може написати замітку для газети чи сказати кілька слів у мікрофон. Однак дописувати епізодично до газети і бути журналістом-професіоналом – це не одне й те саме. Не будучи найскладнішим видом літературної творчості, журналістика, за загальним визнанням, є водночас найважчим її видом.

І це пояснюється характером творчої праці саме у ЗМІ. Вона вимагає насамперед оперативності, максимальної зібраності, зосередженості, вміння шукати інформацію та її найрізноманітніші джерела, здатності налагоджувати контакти з людьми. Журналіст має бути всебічно обізнаною людиною, бути якоюсь мірою універсалом, бачити зв'язки між різними явищами. Він повинен вміти швидко схоплювати сутність подій і явищ. Учений, кажуть, бачить глибше, журналіст – ширше.

Оскільки журналістика є строго документальною, адресною, вона потребує виняткової акуратності й точності, відповідальності за кожен факт, кожне слово, що нижче розглянемо детальніше. Це накладає на журналіста ніби додатковий тягар, примушує жити у постійному напруженні.

Нарешті, журналістика вимагає від професіонала постійного фізичного та психологічного напруження, що пов'язане з поїздками, чергуваннями, надзвичайними ситуаціями, непередбачуваними подіями. Складність журналістської праці полягає також у необхідності поєднання літературно-творчої та організаторсько-редакційної, а іноді й комерційної роботи.

У Законі України “Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів” для обґрунтування необхідності застосовувати окремі й особливі норми соціального захисту досить вдало і точно сформульовано такі риси та умови журналістської діяльності:

- “творчий характер, інтенсивність інтелектуальної праці, її нерегульована тривалість за умов жорсткої регламентації редакційного і технологічного циклу підготовки та випуску видань і програм;
- суспільно впливове за наслідками значення роботи, висока соціальна відповідальність за свою працю та її результати;
- постійно значне морально-психологічне навантаження і напруженість виконання службових обов'язків і реалізація творчих планів у стресових ситуаціях;
- систематичне перебування у відрядженнях та роз'їздах, включаючи відрядження до місць надзвичайних подій, професійна творча

діяльність в екстремальних умовах, виконання спеціальних завдань з ризиком для здоров'я і життя;

- необхідність здійснювати власний творчий пошук нової, потрібної інформації та її джерел, наявність об'єктивних та суб'єктивних труднощів та перешкод у добуванні інформації;

- прояви морально-психологічного тиску, погрози та безпосередні загрози дії проти журналіста у зв'язку з виконанням ним службових обов'язків¹.

Отже, журналістський твір, на відміну від наукового чи художнього, має специфічні ознаки: актуальність, оперативність, політична гострота, практична спрямованість, постійна циклічна повторюваність тем, строгий документалізм та ін.

Актуальність (від лат. слова *aktualis* – важливий у певний час, злободенний, назрілий) є важливою прикметою саме журналістики. Вона насамперед присвячена злобі дня, тому, що хвилює публіку в певний момент. Цю злободенність ЗМІ підслуховують, вловлюють і виносять на суд громади. Актуальність є однією з підвалин такого важливого феномену журналістики, як цікавість. У журналіста повинен бути виражений постійний інтерес до того, що насамперед болить людям. Джерелами суспільного настрою є редакційна пошта, дзвінки в редакцію, офіційні звернення громадян, збори і мітинги. Сьогодні важливим джерелом соціальних настроїв є соціологічні дослідження, певні документи тощо. І все ж журналіст повинен мати відповідне чуття, здатність, перефразовуючи І. Франка, боліти чужим і власним горем. Його душа – чутливий інструмент, який негайно резонує на настрої сучасників. Це одна з притаманних рис майстерності журналіста.

Українська журналістика разом із ЗМІ колишньої радянської імперії пережила досить тривалий час, коли теми виступів преси, їх так звана актуальність, диктували зверху. Зверху визначали те, що мало цікавити читача та слухача і, навпаки, те, що справді цікавило людей, відсували на задній план або забороняли зовсім. Реципієнт відповідав взаємністю. Він починав читати газету з останньої сторінки, бо там була спортивна інформація, розваги, гумор. Журналісти старшого покоління ще добре пам'ятають так звану проблему першої сторінки, де була передовиця, казенна інформація про успіхи соціалістичного будівництва, які майже не цікавили широку громадськість.

Саме життя змело атрибути цієї квазіжурналістики, але це не означає, що пошуки актуальних тем і проблем у ЗМІ знято з порядку денного. Актуальність сьогодні перемістилась у площину конкурентоспроможності, творчої змагальності редакційних колективів. Не усунені

¹ Голос України. – 1997. – 14 листоп.

певні об'єктивні перепони у постановці гострих питань, не всі журналісти здатні професійно досягати належної актуальності виступів.

З актуальністю тісно пов'язана **оперативність** журналістики, хоч актуальність оперативністю не вичерпується. Адже актуальними є не тільки оперативно написані інформаційні виступи, але й історико-публіцистичні, теоретичні, економічні, філософські роздуми і навіть практично-господарські поради. Оперативність – це здатність журналіста і редакції вчасно донести відповідну інформацію до аудиторії. Оперативність інформації залежить від її характеру. В одному випадку, коли йдеться про стисле повідомлення про факт, подію, явище, тобто про новини, оперативність вимірюється годинами, навіть хвилинами. Такими ж оперативними мають бути стислі коментарі до новин.

Коли ж йдеться не просто про новини, а про ширші узагальнення подій, явищ, цілої системи фактів, тобто про аналітичні, розслідувальні жанри журналістики, виступи оглядачів, їхня оперативність вимірюється більшими відрізками часу, тобто днями, тижнями. Здібний і досвідчений журналіст, щоденно друкуючи чи передаючи в ефір оперативну інформацію, може паралельно працювати над аналітичними матеріалами, навіть книгами чи фільмами.

І все ж сучасна журналістика – це насамперед новини. І її наріжний камінь – оперативність. Цьому сприяє сучасна техніка і технологія. Цивілізований світ практично став “великим селом”, давно передбачуваним канадським професором Маршалом Маклюеном: подія, що трапилась в одному його кінці, швидко стає відомою для всіх. Це має не тільки суто професійне, а глобальне політичне, стратегічне значення.

Одна із причин нищівної поразки комуністичного блоку в холодній війні полягала у тому, що тоталітарна система не могла конкурувати із західним світом в оперативному і докладному інформуванні населення про події і факти. У часи існування найдикішого виду цензури – заборони на факт, коли повідомлення про важливі події у світі суворо контролювали, а тому їх подавали із великим запізненням або замовчували зовсім, – вести мову про оперативність журналістики не доводиться. Проте у процесі ідеологічного впливу діє психологічний принцип: “Перший прийшов – перший зайняв”. Той, хто першим повідомляє про подію, факт, явище, першим формує думку про нього.

Незважаючи на заклики, докази вчених про потребу підвищення оперативності інформації, саме її трактування як різновиду пропаганди, як способу агітації фактами, тобто тенденційного їх підбору, не могло сприяти формуванню інформаційної культури журналістів, яка, крім оперативності, охоплює всебічність, точність, об'єктивність. Враховуючи традиції української журналістики (переважання журнальних і тижневих видань), виховання інформаційної культури, зокрема й оперативності, є актуальним.

Політична гострота журналістики випливає із самої її природи як частини політичної системи суспільства, як своєрідної форми влади над суспільством. Відмовившись від вульгарного і примітивного тлумачення масової комунікації як служниці політичної системи, ми не маємо забувати, що журналістська праця є різновидом суспільно-політичної діяльності, а журналістські виступи, з огляду на всю багатоманітність тематики, мають більше чи менше політичне спрямування, оскільки забезпечують інформаційно практично всі політичні процеси у державі. По-перше, у більшості ЗМІ політична тема є якщо не домінуючою, то дуже важливою. По-друге, для журналістських творів, особливо для публіцистики, характерний розгляд багатьох явищ життя під суспільно-політичним кутом зору. По-третє, ЗМІ здійснюють своєрідний контроль за діяльністю різних гілок і рівнів влади, ставлячи з допомогою громади актуальні питання державного будівництва, стежачи за їх виконанням, тобто беруть активну участь в управлінні соціальними процесами.

Працівник газети, журналу, телебачення, радіо, а також інформаційного агентства, як і інших видів інформаційних служб, повинен вміти передбачити можливий політичний резонанс будь-якого виступу. Своєрідне надзавдання журналістського матеріалу, позитивного чи критичного, – впливати на політичну свідомість аудиторії, активізувати людину-громадянина молодшої держави, спонукати її до дії.

Ще одна характерна ознака журналістики як виду творчості – її практична спрямованість на досягнення певних результатів як у сфері свідомості, так і практичних вчинків конкретної людини, групи людей, органів влади, громадських організацій тощо. Іншими словами, йдеться про результативність преси. Відсилаючи читача до відповідної літератури з цього питання¹, зазначимо, що, відкинувши як недієздатний, спрощений більшовицький принцип трактування преси як засобу комуністичного будівництва, ми водночас принизили пропагандистську, виховну функцію ЗМІ.

Сьогодні на виступи преси, навіть найправдивіші, найгостріші, найпереконливіші, ніхто не реагує. У багатьох журналістів просто опускаються руки. Кращі з них стурбовані втратою більшістю працівників мас-медіа чіткої відповіді на питання до самого себе: заради чого? Заради чого критикувати, заради чого пропагувати досвід кращих?

Процес впливу журналістського твору на практику складний і диференційований. Певні ідеї, судження, концепції, тобто пропагандистська інформація, знаходять своє втілення у відповідних журналістських формах. Їх засвоює аудиторія, внаслідок чого ми досягаємо певного ду-

¹ Див.: Москаленко А. З. Вступ до журналістики. – К., 1998. – С. 163–202; Різун В. В. Маси: Тексти лекцій. – К., 2003; Прохоров Е. П. Введення в теорію журналістики. – М., 1995. – С. 237–258.

ховного ефекту у вигляді зміни чи посилення відповідних поглядів, думок, настроїв і психологічних установок, тобто готовності діяти відповідно до проповідуваних ідей. І як результат – відповідний “поведінський” ефект, тобто зміна поведінки конкретної людини чи групи людей. Отож журналіст впливає на стан конкретних справ шляхом впливу на свідомість, на переконання аудиторії. Своєрідність регулятивно-управлінської діяльності ЗМІ, їх відмінності від інших форм управління, які безпосередньо спонукають людей до дії (закон, наказ, розпорядження, поста-нова), і є обов’язковими для них, інформація, яку несуть засоби масового впливу, за деякими винятками, не мають директивного характеру і навіть не є обов’язковими для засвоєння. Тому найперше завдання журналіста – зацікавити своїм матеріалом, своєю газетою, друкованою чи електронною, журналом, передачею читачів, слухачів і глядачів.

Однак існує й інша система прямого організаційного впливу ЗМІ на стан справ у суспільстві, чим широко користувалася тоталітарна журналістика. Переставши здебільшого бути органами відповідних партійних і урядових інстанцій, ЗМІ втратили їх організаційну підтримку в формі обов’язкового реагування на виступи преси. Відсутність правових норм відносин “журналістика – соціальні інститути” призвели до очевидного для всіх зниження результативності, особливо дієвості, практичної віддачі слова. Бюрократи, казнокради, бездарні господарники на критичні чи конструктивні виступи ЗМІ діють за принципом героя відомої байки Крилова: слухають публічну критику і далі роблять свою справу.

Відмінність журналістики від інших форм творчості полягає також у постійній повторюваності тем і проблем. Журналістика, яка постійно слідує за людським життям, як саме воно, живе за певними циклами: річними, сезонними, тижневими тощо. Щороку людство проводить і зустрічає календарний рік, святкує Різдво Христове і Великдень. Щороку селяни сіють і збирають, а комунальники готуються до зими та ін. Зрозуміло, журналістові щороку доводиться порушувати одні й ті самі теми. Коли це триває багато разів поспіль, немикнучі повторення, певний вироблений трафарет. Особливо в складній ситуації опиняються регіональні редакції, які змушені повторювати не тільки теми, але й ті самі об’єкти і суб’єкти відображення. Об’єктивно виникає така небажана у мас-медіа несвіжість, банальність. Журналіст змушений щоразу шукати нові повороти теми, помічати незвичайні подробиці, тобто збільшувати інформаційний потенціал виступу через оригінальність підходу, неба-нальність мислення.

Дуже важливою особливістю журналістського твору є його доку-менталізм. Журналістський виступ, від замітки у три рядки і до великого за розміром нариса чи памфлету, зазвичай, будується на дійсних, достовірних фактах. У цьому велика привабливість ЗМІ і журналістики

як виду творчої діяльності, що за неї події та факти “придумує” саме життя. Водночас це накладає на журналіста особливу відповідальність. Журналіст має право писати лише про те, що добре знає. Він нічого не мусить сприймати на віру, з чужих слів без перевірки, мусить дотримуватися золотого правила: по змозі, побачити подію власними очима. А оскільки це не завжди можливо, потрібно знаходити людей, які були учасниками відповідних подій, ґрунтовно вивчати документи, радитись із фахівцями. Інакше не уникнути помилок, неточностей і плутанини, чим дуже грішать сучасні ЗМІ. У цьому разі слід брати до уваги те, що сучасна журналістика зорієнтована на пошук незвичайних фактів, вона функціонує в умовах сильної конкурентної боротьби. Однак і за цих умов журналіст не має права порушувати достовірності у викладі фактів, перекручувати їх.

Зрештою, багато залежить від розуміння характеру журналістської творчості¹. Що таке журналістика з погляду психології творчості? Дещо спрощуючи цю складну проблему, можна сказати, що **творчість** – це така діяльність, у результаті якої народжується щось нове, досі невідоме, цінне, суспільно корисне. В науці мислення прийнято поділяти на репродуктивне і творче. Одні дослідники вважають, що між репродуктивним і творчим мисленням існує неперехідна межа, інші небезпідставно твердять, що, незважаючи на величезні відмінності, між ними є щось спільне, й у звичайному репродуктивному мисленні, навіть у мисленні учня, є елементи творчості, тобто малесенького відкриття.

Не заглиблюючись у це складне питання, зазначимо, що є різні рівні творчості. Є творчість геніїв, у результаті яких відбуваються такі епохальні відкриття, як закони Архімеда, гравітаційна теорія Ньютона, теорія відносності А. Ейнштейна. Не менш важливими є прикладні винаходи, зроблені на підставі фундаментальних законів, як, наприклад, паровий двигун чи електрика в побуті, польоти в космос тощо.

Твори журналістики не можуть претендувати на високі епохальні відкриття. Вони здебільшого мають прикладний характер. Масштаб узагальнення незрівнянно нижчий, ступінь узагальнення незначний. Це дає підстави спеціалістам у галузі психології творчості заперечувати трактування журналістики як виду творчості.

Тут потрібен диференційований індивідуальний підхід. Журналістика, коли мати на увазі літературну частину цієї справи, – це водночас ремесло і творчість. Як і всяке ремесло, вона охоплює елементи творчого підходу. Літературна праця журналіста ґрунтується, здебільшого, на

¹ Вживаючи слово “творчість” стосовно журналістики, хочеться сказати словами Оксани Забужко: “...от не люблю цього слова – а чим заступити розважне й геть-то неромантичне англійське слово writings: “писанням”, “текстами”, – що вже є далеко серйозніше” (Забужко О. Хроніка від Фортінбраса: Вибрана есеїстика 90-х. – К., 1999. – С. 273).

використанні уже відомих теорій, прийомів, підходів. В усі епохи журналістика давала і дає для науки необхідний емпіричний матеріал.

Не формулюючи нових законів, вона все ж нагтовхує вчених на нові відкриття своїми свіжими здогадками, припущеннями, оригінальними гіпотезами. Як уже зазначалось, особливе творче значення журналістика і публіцистика мають у переломні епохи історії. Така ситуація склалась на наших очах у 80-х – на початку 90-х років, коли нові ідеї, конструктивні рішення проголошувались не в науці, а саме в публіцистиці. Публіцистичні дослідження Миколи Руденка, Івана Дзюби, Олесь Гончара, Сергія Плачинди, В'ячеслава Чорновола, Юрія Щербака, Юрія Бадзя, Івана Драча, Бориса Олійника, Євгена Сверстюка, Мирослава Мариновича, Степана Колесника та багатьох інших авторів були новим етапом у розвитку науково-політичної думки періоду українського відродження.

Якщо головна ознака творчості – новизна, руйнування стереотипу, то творчість у журналістиці – це нові оригінальні думки, нові погляди на явища, нові образи, втілені у відповідну досконалу форму. Журналіст повинен володіти здатністю помічати суперечності, альтернативи, піддавати сумніву істину, хай тривалий час очевидні, вміти ставити запитання і уникати поверхових відповідей. Він не може обійтись без творчої уяви, інтуїції. Йому повинні бути властиві велика схвильованість, активний інтерес до проблеми, поєднання сміливості, захоплення і творча розважливність. Зрозуміло, це характерно лише для певного виду журналістських творів, окремого потоку журналістської інформації. Розглянемо різновиди інформації детальніше.

Схематично всю інформацію, яку несуть засоби масового впливу, можна поділити на кілька груп (див. схему): офіційна, подієва, науково-просвітницька, ділова, естетично-розважальна, власне публіцистика.

Офіційна інформація – державні постанови, партійні документи, резолюції та звернення, заяви офіційних осіб тощо. Це дуже важлива інформація, яка йде від владних структур до населення. Мас-медіа служать у цьому випадку каналом зв'язку. Такі документи, зазвичай, передаються державними інформаційними агентствами чи прес-службами. У часи так званого розвиненого соціалізму тексти офіційних документів друкували у всіх виданнях, а довжелезні промови вождів годинами передавали по радіо і їх навіть читали диктори телебачення. Сьогодні офіційні документи друкують лише державні видання, насамперед газети “Урядовий кур’єр” та “Голос України”, партійні документи – у відповідних партійних органах. Загальнополітичні газети, а також телебачення та радіо, здебільшого, обмежуються їх стислим викладом. У цьому разі журналіст мусить бути абсолютно точним і відповідальним за об’єктивний виклад документа.

Схема
головних потоків журналістської інформації



Подієва інформація – оперативні повідомлення про все, що відбувається у світі. Подієва інформація зі стислим оперативним коментарем є хлібом насущним журналістики, без якого не може обійтись щоденна газета і навіть тижневик. Без цього інформаційного хліба неможливе успішне функціонування радіо, а також телебачення, що має величезну перевагу над іншими: змогу не тільки сказати, але й показати.

Переважальну роль у передачі оперативної подієвої інформації відіграють сьогодні потужні інформаційні агентства світу – технічно добре оснащені комунікаційні гіганти з цілою системою кваліфікованих репортерів у найважливіших, найгарячіших точках Землі. В Україні, крім державного інформаційного агентства “Укрінформ”, діє низка незалежних інформаційних агентств, зокрема “Inter-Fax Україна”, Українська пресова агенція. Найпоширенішим і найавторитетнішим універсальним за характером інформації та її достовірністю є УНІАН (Українське незалежне інформаційне агентство новин). Дедалі більше значення у поширенні найрізноманітнішої інформації, зокрема опублікованої та переданої в ефір, має неоднозначно оцінюваний із правового та етичного поглядів Інтернет.

Якщо ж ідеться про оперативне донесення новин до аудиторії, то тут поза конкуренцією радіо і телебачення. Газета, яка тривалий час була монополістом у повідомленні новин, в умовах широкого поширення електронних засобів інформування опинилась у досить скрутному становищі, з якого ліпші періодичні видання знаходять свої шляхи виходу. По-перше, газети переорієнтовуються на аналітичну інформацію, ґрунтовніше коментують найвагоміші новини. Програвши в оперативності, якісні газети виграють у достовірності й компетентності, документальній точності (можливість звірити, повернутись іще раз до інформації, запам’ятати цифру, прізвище тощо). По-друге, ліпші газети, тижневики прагнуть знайти і повідомити такі новини, яких немає в офіційних повідомленнях інформаційних агентств, на екранах телевізорів і комп’ютерів. У гіршому випадку намагаються знайти непомічені нюанси, ширший погляд на уже відомі події. Найбільш достовірну і точну, найширшу і найдетальнішу інформацію про трагічне вбивство в Донецькому аеропорту в 1996 році родини Щербанів можна було одержати із газети “День”¹. Так само з різних поглядів подала ця ж газета повідомлення “Авіакатастрофа в Підмосков’ї. Нещасний випадок чи трагедія?”²

Великою мірою завдяки добре поданій інформації здобули популярність у читача і відповідно високі тиражі київські газети “Факты и комментарии” та “Сегодня”. Вмішувана на їхніх шпальтах подієва інформація є актуальною, всебічною, широкою за тематикою, кваліфіковано і цікаво поданою.

¹ Див.: Політика з летальним фіналом // День. – 1996. – 5 листоп.

² День. – 2000. – 10 берез.

Кожна газета по-своєму подає оперативну інформацію. “Молодь України”, наприклад, найважливіші на думку редакції події стисло друкує під традиційною рубрикою “Факт”. Дещо ширші повідомлення переважно офіційного характеру газета об’єднує під загальною шапкою “Коли верстався номер”. Львівська регіональна газета “Високий Замок” має постійну рубрику “Коротко”, популярна в Україні “Комсомольська правда” – “Коротше не можна”. У газеті “День” у кожному номері є інформаційні рубрики “Цей день в історії”, “Опитування “Дня” в Інтернеті”.

Власне публіцистика – тобто аналітичні авторські матеріали різних жанрів – від стислого коментаря, полемічної замітки до чималих за обсягом статей, оглядів, есе, політичних портретів, нарисів, памфлетів, у яких трактуються гострі суспільно-політичні питання з метою прямого впливу на громадську думку. Це найкваліфікованіший вид журналістських виступів, який потребує від автора відповідного обдарування та досвіду. Публіцистика, яка, з огляду на історичні умови, має в українській журналістиці та літературі багаті традиції, є своєрідним згустком громадської мужності й політичної енергії. Про неї йтиметься в окремому розділі.

Науково-просвітницька інформація – різноманітні, дуже популярні сьогодні виступи фахівців, позаштатних авторів на теми історії, культури, мистецтва, науки, економіки, політики, філософії тощо. Важко знайти чітку межу між власне публіцистикою і науково-просвітницькою інформацією у сучасних ЗМІ. Науково-просвітницька інформація вирізняється насамперед меншою порівняно з публіцистикою політичною заангажованістю, більшою об’єктивністю, освітницькою, пізнавально-науковою, ніж прямо політично-спонукальною, характерною для власне публіцистики, функцією.

Типовим прикладом такої інформації може бути рубрика “XX століття: українські акценти”, яку в газеті “Голос України” протягом років веде талановиті журналісти Віталій Абліцов, Віталій Жежера, Володимир Краснодемський, ґрунтовні публікації, “круглі столи” газети “День”, тижневика “Дзеркало тижня”.

Ділова інформація – різноманітні поради, консультації, виступи спеціалістів, скажімо, лікарів, агрономів, екологів, педагогів, юристів, присвячені найширшому колу практичних питань – від побутових (до прикладу, як ліпше вирощувати помідори на балконі) до глобальних (таких, як запобігання зараженню СНІДом). Відповідно до профілю, специфіки видання чи мовлення ця інформація може вирізнятися за характером і подаватись по-різному. У певній категорії читачів чи глядачів ця інформація викликає більший інтерес, аніж подієва чи публіцистика.

Найбільша за тиражем газета “Сільські вісті” цікава не тільки гострою публіцистикою, кваліфікованими виступами на теми сільського життя, але й порадами численній армії любителів природи, дачників. Популярність мають спеціальні сторінки й особливо додатки, наприклад, “Здоров’я”, “Добрий господар”, “Зроби сам” тощо. Крім того, сьогодні популярні спеціалізовані видання, зокрема “Порадниця”, “Ваш сад і город”, “Народний лікар” та інші, які мають великі тиражі.

Естетично-розважальна інформація. Сьогодні це колосальний масив специфічної й дуже різноманітної інформації. Якщо у XIX і на початку XX століть естетична інформація у вигляді прозових і поетичних творів, репродукцій картин зосереджувалась переважно у журналах; частково потрапляла на шпальти газет, то з виникненням радіо й особливо телебачення естетична інформація – пісня, музика, художній фільм, а також суто розважальні програми у формі найрізноманітніших шоу, ігор, музичних змагань – займає чималу частину ефірного часу. Аналіз виявив, що, по-перше, естетично-розважальна інформація значно переважає всі інші потоки інформації на радіо і телебаченні, є мало не основною в окремих програмах, а по-друге, саме розважальна інформація має найбільшу аудиторію. Хоч як би ми критично, скептично не ставились до так званої масової культури, її реальність очевидна. А з реальною аудиторією “мильних опер” ненашого виробництва і ненайвищої якості не може конкурувати навіть аудиторія міжнародних футбольних матчів. Припинити цей об’єктивний процес, який має глибокі економічні, психологічні причини, не можна. Однак можна і треба ставити заслін низькопробній, шкідливій для морального і навіть фізичного здоров’я нації, народу, людства інформації, індустрії космополітичних розваг. Екологія інформаційного середовища – серйозна проблема нашого часу. Для її розв’язання потрібні добре і різнобічно підготовані кадри працівників ЗМІ.

Довідкова інформація, здавалось би, не належить до найважливішої у журналістському середовищі. Реципієнт же нерідко ставить її чи не на перше місце. Прогноз погоди, повідомлення про курси валют, програми телебачення, інформація про театральні вистави і концерти, гастролі естрадних знаменитостей та інша довідкова інформація є серйозними, іноді навіть вирішальними стимулами звертання до мас-медіа. Не випадково, мабуть, усі інформаційні програми радіо і телебачення починаються і закінчуються зведеннями про погоду, а читач газети неминуче звертає увагу на карту погоди і неодмінно купує газету з телевізійною програмою. Зрозумівши це, редакції солідних видань запровадили додатки “Телебачення”.

Реклама давно уже стала одним із самостійних різновидів публічної інформації. Реклама у ЗМІ є лише одним, щоправда, дуже важливим, різновидом потужної рекламної індустрії у сучасному світі. У ст.1 Закону України “Про рекламу” вона визначається як “спеціальна інформація про

осіб чи продукцію, яка розповсюджується в будь-якій формі і в будь-який спосіб з метою прямого або опосередкованого одержання прибутку”. Виробництво реклами, звичайно, здійснюється на замовлення спеціальними рекламними агентствами чи підрозділами редакції. У Законі “Про рекламу” виробником реклами називають особу, яка повністю чи частково здійснює виробництво реклами.

На нашу думку, в наведеному вище визначенні пропущений дуже важливий момент: реклама поширюється не тільки з метою одержання прибутку, але й з метою поширення, популяризації відповідного виду товару чи послуг, а у політичній чи соціальній рекламі – ще й певних осіб, груп осіб, партій тощо, що не завжди вимірюється одержанням навіть опосередкованого прибутку.

Звичайно, реклама – дуже специфічний різновид інформації, який потребує своєрідного літературного обдарування й особливої підготовки. Однак, потрапляючи у контекст інших потоків інформації, яка передається мас-медіа, вона відіграє свою роль у змісті газети, телебачення, радіо. Оприлюднення реклами – важливий засіб прибутку редакції. Та насамперед журналісти повинні дбати про те, щоб реклама не шкодила тому чи іншому виду ЗМІ, не відштовхувала, як це часто буває, аудиторію, споживача журналістської інформації.

Схематично подаючи потоки багатоманітної інформації, ми мали на увазі не тільки **вербальну** (словесну) інформацію, а й **візуальну**. Як слушно наголошують дослідники, ці види інформації по-різному впливають на людину, оскільки обробляються різними півкулями головного мозку, що сприяє гармонізації сприйняття¹.

Слово і відображення відіграють різну роль і перебувають у різному співвідношенні у газетно-журнальному тексті й на екрані телевізора, де зображувальний ряд, якщо не домінує, то є рівноправним із словесним. Та це вже питання типів дискурсів².

Отже, літературна праця у ЗМІ характеризується певними ознаками, що вирізняють її з-поміж інших видів творчої роботи. Потрібний диференційований підхід до масиву інформації, що його несуть засоби масового зв'язку. Відсутність такого підходу, по-перше, спричиняє творчі невдачі, оскільки різні закономірності виявляються під час написання, скажімо, подієвої інформації й аналітичного художньо-публіцистичного твору. По-друге, не можна за одними і тими самими критеріями оцінювати публіцистику і ділову інформацію. Оцінка буде неадекватною, що нерідко виявляється на практиці.

¹ Див.: Почетцов Г. Теорія комунікацій. – 2-ге вид., допов. – К., 1999. – С. 80.

² Див.: Там само. – С. 75–99.

Питання для обговорення

1. Літературна праця журналіста та її особливості.
2. Досвід української та світової журналістики як джерела збагачення фахової майстерності.
3. Характерні особливості журналістського твору: актуальність, оперативність, інформаційна насиченість, документальна точність, соціальна гострота, практична спрямованість, постійна повторюваність тем тощо.
4. Головні потоки журналістської інформації: офіційні документи, подієва інформація, власне публіцистика, науково-просвітницька інформація, естетично-розважальна, ділова, довідкова інформація, реклама.

Список літератури

Гриценко О., Кривошея Г., Шкляр В. Основи теорії журналістської діяльності. – К., 2000. – С. 8–88.

Москаленко А. Вступ до журналістики. – К., 1998. – С. 203–252.

Москаленко А. Теорія журналістики. – К., 2002. – С. 210–261.

Основы творческой деятельности журналиста. – СПб., 2000. – С. 7–57.

Прилюк Д. Теорія і практика журналістської творчості. – К., 1973. – С. 74–141.

Різун В. Маси: Тексти лекцій. – К., 2003.

Роль мас-медіа у плюралістичному суспільстві. – К., 1996.

Свитич Л. Професія: журналіст. – М., 1996.

Свобода слова в Україні: Стан, проблеми, перспективи // Матеріали парламентських слухань у Верховній Раді України 10 квітня 1997 року. – К., 1997.

Українська журналістика: вчора, сьогодні, завтра. – К., 1998.

2. СКЛАДОВІ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ МАЙСТЕРНОСТІ

Як і в інших сферах людської діяльності, в журналістиці кожен проходить певні етапи професійного становлення. Талант же творчого працівника формується поступово, внаслідок насамперед самостійної праці, самостійного досвіду. Не можна навчити писати – цього можна навчитися, повторимо ще раз. Тим паче не можна навчити стати майстром у творчій справі. Майстри народжуються у процесі поєднання природних здібностей, знань, наполегливої праці, терпіння.

І все ж певні професійні знання як результат конденсованого досвіду, як своєрідний компас, орієнтир у суперечливих процесах творчості у журналіста, особливо початківця, повинні бути. Хоча б для того, щоб учитись і на чужому досвіді, на чужих, а не тільки на власних помилках. Нікому не вдається уникнути власних помилок, але можна звести їх до мінімуму і не винаходити заново велосипед.

Отже, щоб стати професіоналом у тій чи іншій сфері діяльності, необхідно хоч би у загальних рисах досягнути, в чому секрети ремесла. І тим паче, що у різних соціальних умовах сутність майстерності зазнає змін. Тоталітарна журналістика виробила одні критерії вимог до журналістики, демократична – інші. Не слід думати, що тоталітарна журналістика не виховувала своїх майстрів пера. І не діяла ефективно. Пропагандистська, саме пропагандистська, а не інформаційна діяльність ідеологів тоталітарної системи від Леніна і Троцького до Гітлера і Геббельса була, як свідчить історичний досвід, досить ефективною. То вже інша річ, що ця пропаганда і породжена нею журналістика були аморальними, кон'юнктурними і брехливими в своїй основі, антилюдськими і врешті приреченими.

Як уже зазначалось, відмінність демократичної журналістики від тоталітарної, крім багатьох інших ознак, полягає у тому, що у демократичному суспільстві, яке ми намагаємось будувати, ЗМІ становлять відносно самостійну силу, "четверту владу". Отож і поняття майстерності трактується в них по-різному. Свого часу журналіст насамперед повинен був вміти переконливо, дохідливо і популярно пропагувати, доносити до аудиторії розроблені кимось зверху доктрини, теорії, ідеї, за можливості ілюструючи їх прикладами із життя. Тому тривалий час існував погляд на майстерність журналіста як на вміння побудувати твір так, щоб він легко, емоційно сприймався і ліпше засвоювався. Відповідаючи на запитання

про те, що є літературна майстерність у журналістиці, один з авторитетних тоді дослідників стверджував: “Це сукупність композиційно-сюжетних і мовностилістичних засобів, яка дає можливість авторові глибше заглянути в зміст, ясніше викладати думку і насичувати її такими поглядами, які б здатні були оволодіти читачем, його мисленням і його емоціями”¹.

Якщо для того часу це визначення, хай і стилістично незграбне, можна було сприймати як належне, адже журналіст повинен був у підсумку ілюструвати, підтверджувати окремими фактами “геніальні” партійні ідеї, то важко зрозуміти тих авторів, які й сьогодні, хай у дискусійному плані, ставлять у журналістиці на перший план “майстра виготовлення тексту”, вважаючи це сенсом професії. Не знання з економіки, культури, медицини, техніки, а власне знання глобальних процесів текстотворення, розуміння текстової діяльності як суспільного явища, покликаного регулювати соціальні відносини в суспільстві, є основою журналістської діяльності. Річ не в тому, має журналіст знання з різних галузей і сфер соціального буття чи ні, річ в іншому – у здатності та вмінні його написати і сказати про будь-що переконливо і грамотно. У цьому й полягає майстерність журналіста.

З такими підходами можна погодитись в одному: до журналістської діяльності треба ставитися як до абсолютно самостійного і дуже специфічного виду суспільної діяльності, що знання економіки, техніки, культури чи медицини не забезпечують успіху в журналістській творчості. Інакше найкращими журналістами автоматично ставали б академіки, заслужені працівники сільського господарства, свинарі і доярки, шахтарі і металурги та інші знавці своєї справи. Насправді це не так.

Однак таке плуначення фахових ознак літературної праці журналіста є однобічним, звуженим. Воно вразливе як з теоретичного, так і з практичного погляду. З теоретичного погляду не може бути вдалим висутуц, позбавлений вагомості змісту, тобто оригінальності фактів, їх зіставлення, осмислення, компетентності в оцінках та судженнях. Навіть елементарне повідомлення потребує вміння розібратись у складних явищах і процесах. Інакше журналіст опиниться у позиції героя – редактора сільськогосподарської газети з відомого оповідання Марка Твена. Ніякі формальні словесні “окраси”, “знання глобальних процесів текстотворення” тут не зарадять.

Із практичного погляду журналіст, який не розбирається у питаннях політики, економіки, культури, науки, ніколи не матиме поваги серед колег і керівництва редакцій. Інша річ, що працівник ЗМІ не може бути компетентним у всіх сферах життя на рівні дипломованого фахівця. Але у ході практичної діяльності він зобов’язаний ці знання постій-

¹ Лазебник Ю. Проблеми літературної майстерності в журналістиці. – К., 1963. – С. 64.

но набувати всіма доступними засобами. В окремі галузі знань він, як свідчить практика, змушений бути обізнаним на рівні фахівця.

Журналістові, як і письменникові, промовцеві, треба мати насамперед що сказати читачеві, глядачеві, слухачеві, а відтак уміти сказати вчасно, точно, стисло, дохідливо, переконливо, емоційно. Одне нерозривно пов'язане з іншим, але визначальним є все-таки зміст сказаного, а вже опісля – вміння втілити його у відповідну форму.

Майстерність, професіоналізм не починаються і не закінчуються за робочим столом. Корені таланту – в глибині людського ества, у людській натурі, совісті. Це дало підстави Григорові Тютюннику записати у нотатнику: “Немає загадки таланту, є вічна загадка любові”¹.

Дещо по-іншому до тієї ж проблеми підійшов Євген Сверстюк. Роздумуючи над сучасним літературним процесом, він зазначає: “Зараз дуже багато людей, які вміють писати, а до того ж досягли певного рівня ментального розкріпачення, мають силу, але не мають вистражданої ідеї. Вони не знають про що писати, бо в них немає великої віри, яка завжди надихала людей”².

Також у журналістиці дуже важливим є вміння бачити – риса, органічно властива будь-якому літературному талантові. Прекрасно про це сказав І. Франко, пишучи про ускладнення пізнавальної ролі письменника-реаліста у XIX ст.: “...Романіст став не тільки психологом і соціологом, він мусить бути тепер і природознавцем, і промисловцем, і лікарем, і юристом, і ремісником, і хліборобом, щоб зрозуміти, заглибитися і відтворити надто диференційоване суспільство, всюди знайти явища істотні і відмежувати їх від менш важливих. Діапазон його відчуттів мусить бути величезним так само, як масштаби його зору; його очі мусять бути в деяких випадках мікроскопами, здатними помітити і відобразити найменші, для звичайних людей непомітні порухи, імпульси або гру кольорів та водночас мусять збагнути велику кількість вражень і явищ, мусять помітити деякі сталі угруповання і закономірності там, де звичайне невинне око бачить тільки хаос. Його почуття мусять мати також здатність миттю опановувати найрізноманітніші середовища й ситуації, приживатися до них і відтворювати в деталях те, що відоме авторові як сирий матеріал чи то з власних спостережень, чи добуте з книжок”³.

Уміння бачити і розуміти побачене охоплює широту поглядів на явища, органічний зв'язок між ними. На думку дослідників, майстер – це людина, яка своїм поглядом охоплює широкі перспективи. Глибина бачення передбачає сприйняття явищ у їх глибокому зв'язку. Йдеться

¹ Тютюнник Г. Твори: У 2 т. – К., 1985. – Т. 2. – С. 281.

² Сверстюк Є. Письменником мене зробила тюрма і заслання // День. – 1999. – 21 лип.

³ Франко І. Збір. творів: У 50 т. – К., 1980. – Т. 28. – С. 181.

про живий зв'язок речей як у просторі, так і в часі. Журналіст, як і політолог, як соціолог, має вміти бачити в минулому корінь сучасного, проектувати це сучасне на майбутнє, володіти мистецтвом прогнозу, може одним з найскладніших і водночас найпотрібніших і в науці, і в журналістиці. Це повинно бути властивим такому важливому потоку журналістської інформації, як публіцистика.

Зрозуміло, журналіст-професіонал, як і будь-який літератор, може навіть більшою мірою, ніж письменник чи соціолог, повинен вміти відшукати для вираження своїх думок відповідну літературну форму. Яскрава, багата, досконала літературна форма ніколи не дається сама собою, як безплатний додаток, а вимагає важкої праці, великих творчих зусиль. Варто пам'ятати, що форма повинна бути адекватною змісту. Всіляко прагнучи до благородної простоти, не можна не зважати на те, що заглиблене проникнення у суперечливі явища життя вимагає і відповідної форми. Вульгаризація, спрощення збіднюють зміст, спотворюють його. І, навпаки, ще більшою небезпекою є навмисна ускладненість форми, за якою може приховуватись і убогість змісту. Повну гармонію, ідеальну рівновагу глибини думки, широкого осягнення суті життя знаходимо у справжніх майстрів публіцистичного слова.

Навіть звичайний, здавалось би, відгук про ювілей відомої людини може бути неповторним, оригінальним, коли за справу береться винахідливий, з творчою фантазією журналіст. Ось, наприклад, матеріал Віталія Жежери, присвячений 70-річчю Івана Дзюби¹. Перелічивши головні заслуги, титули, звання і посади цієї видатної постаті, автор відзначав, що його герой "з тих рідкісних у нас гуманітаріїв, хто пише без "священного придихання", точно, немов математик. Можливо, саме тому Дзюба як особистість мало піддається популяризації. Бо, щоб ним захоплюватись, його треба передусім читати. Але коли ми ще щось читали, Дзюбу не друкували. А коли Дзюбу почали друкувати, ми вже розучилися читати. Слово перестало бути аргументом в епоху поп-зірок, а пророків змінили укладачі щоденних гороскопів". І далі журналіст із природним відчуттям гумору і сарказму пробує схематично, але за допомогою промовистих деталей відтворити суттєві віхи життя свого персонажа, вигадавши сценарій кінобіографії Дзюби за голлівудським, як він каже, зразком.

Спочатку буде розмова Щербицького із Дзюбою на "...дачі останнього після прочитання рукопису праці "Інтернаціоналізм чи русифікація?", у процесі якої лідер комуністів України ніяк не може второпати, до чого тут інтернаціоналізм, але, просльозившись, рече: "Всі справжні інтернаціоналісти сиділи в тюрмі. Це єдине, що я можу для вас зробити.

¹ Жежера В. Пророк з країни аматорських гороскопів. Вчора Івану Михайловичу Дзюбі сповнилось 70 літ // Голос України. – 2001. – 27 лип.

А книжечку вашу, дозвольте, залишу в себе – вона нам ще знадобиться!”. Далі колоритно розповідається, як наступники Щербицького, підглядаючи у книжку Дзюби, міняють червоні прапори і навіть запрошують її автора стати Міністром культури. У той час над київськими макдональдсами злітають жовто-блакитні салюти, а на північ летять стратегічні бомбардувальники здаватись на брукхт.

І тут ще один діалог, тепер уже з Президентом України у підземному переході: “Ах, Іване Михайловичу! Ми так мало дбаємо про культуру – ледве вистачає шароварів для святкових концертів! А ви у нас такий інтелектуал, що аж незручно перед Європою!” – “То я підую?” – “Ідіть, дорогенький, ми тут якось уже без вас будемо мучитись!”

Сценарій цей, вважає автор, дуже спрощений, що, мовляв, візьмеш з тієї Америки, але в одному правдивий: “Дзюба – вчений надто серйозний, а тому для будь-якої спекулятивної ідеології невідгідний. Він виглядає там, як професор математики серед бравих гравців у підкидного дурня”. А ще автор співчутливо зазначає про те, що за своїм походженням і навчанням на російському відділенні Донецького педінституту Дзюба міг би зробити кар’єру і дослужитися до чину президента нашого “Русского движения” і висунув би плакатне гасло: “Ребята, давайте сделаем нашу родную Украину лучше, чем даже наша бывшая родная Россия!”. І завершальна фраза: “Але хто зна, чи до цього старого інтернаціоналіста прислухались би – адже Іван Михайлович нетелегенічний, і голос у нього тихий. Отака біда. З днем народження вас, Іване Михайловичу!”

Часто вживаючи слово “журналістика”, “журналістський текст”, “літературна праця журналіста”, не завжди задумуємося, що ці поняття багатозначні, що за їх допомогою ми об’єднуємо неоднозначні явища, у чому ми мали можливість переконатися, аналізуючи поняття “журналістська інформація”. Тому знаходження єдиних вимог до майстра у цьому гарячому цеху літературної праці – робота не з вдячних. І все ж спробуємо знайти спільний знаменник.

Коли читаєш думки деяких досвідчених журналістів про саму сутність журналістського фаху, відбуваються цілком природні психологічні зміни акцентів. Людина, яка успішно працює у бізнесовій пресі, мимоволі здригається при самих словах “журналістська творчість”. Добрий репортер вважає, що врятувати сучасну журналістику може лише підготовка нового покоління репортерів. Самобутній публіцист, вихований на кращих радянських традиціях, і слухати не хоче про якусь там об’єктивно викладену подієву інформацію. І кожен з них має певну рацію, бо він добре знає зсередини лише “свою” журналістику. До іншої в

ного немає діла. Але ж вона об'єктивно єдина, ця журналістика. І му-
сить виконувати водночас різні властиві їй функції.¹

Хто не бачить необхідності в тому, щоб мас-медіа подавали щоденно оперативну і різнобарвну хронікально-новинну інформацію, той не усвідомлює найтершого обов'язку журналіста; хто зводить усю сутність ЗМІ лише до фіксації та повідомлення новин, той загалом не розуміє глибокої сутності журналізму.

Цікаво, що до таких приблизно висновків і настанов приводять видатні сучасні мислителі, які дивляться на журналістику дещо збоку. Роздумуючи над тим, як, за афористичним висловом Андрея Шептицького, будувати Рідну Хату, Блаженніший Любомир (Гузар) наголошує на тому, що Україна перебуває у важкій ситуації, що ми маємо багато слів, декларацій, заяв. А нам “треба дій, слів, опертих на конкретних діях”. “І ви, журналісти, – наголошує Владика, – маєте колосальне завдання, адже повинні бути тим товчком, який має не тільки інформувати людей, але наштохувати їх на думання”. І далі цей християнський мислитель європейського масштабу застерігає відповідально ставитися до слова, розрізняти добро і зло:

“Якщо твоє слово, оперте на доказах твого життя, мене вчить більше любити, більше працювати, навіть більше терпіти задля добра – то є добре слово. Коли мене те слово вчить більше ненавидіти, руйнувати, не шанувати, принижувати других людей, не дивитися на їхні потреби, не дивитися на їхні права, прямо тільки себе пропихати – це є небезпечне слово...”²

Отже, поняття журналістської майстерності навіть на індивідуальному рівні складне і суперечливе. Журналістика – динамічний і складний процес. Вона зазнає постійних змін. Журналістика багатоліка як у плані різних потоків інформації, про які йшлося вище, так і різних видів комунікації. Одна річ радіо, інша – потужне інформаційне агентство. Газетна журналістика відрізняється від журнальної, а разом вони дуже неподібні до незборимо проникаючого у людське життя телебачення. А тут іще не до кінця збагненна ком'ютерна інформація.

Те, що може чудово прозвучати на радіо, виглядатиме блідо на газетній шпальті. Навіть блискуче, але велике за обсягом філософське есе неприродно виглядатиме на сторінках масової популярної газети. Оперативна інформація про те, що відбулось щойно, позбавлена сенсу в аналітичному тижневику, наприклад “Україна”, розважальному журналі “Натали”. Сьогодні мало хто захоче слухати з екрана телебачення читання

¹ Детальніше див.: *Здоровега В.* До чого подібний слон, або Декілька думок про мас-медіа і журналістів у сучасному світі // *День*. – 2002. – 26 лип.

² Хіба ревуть воли, як ясла повні. Текст відповіді Блаженнішого Любомира (Гузара)... // *Дзеркало тижня*. – 2002. – 25 верес.

навіть найважливішого закону. Погляди публіциста на майстерність і професіоналізм у своїй справі не збігатимуться з поглядами репортера, речника журналістики факту.

Тому дуже важко, навіть ризиковано давати загальну, універсальну “формулу майстерності”. І все ж ми спробуємо запропонувати робоче визначення тих складових частин фахових ознак, які тією чи іншою мірою мають бути характерні для сучасної журналістики, а їхня відсутність заважає здобуттю українською журналістикою належного авторитету.

Літературна майстерність у журналістиці – це вміння оперативно інформувати, відгукуватись на актуальні питання, глибоко і компетентно проникати в суть суспільних подій і явищ, правдиво узагальнюючи їх із певних групових, державних, загальнолюдських інтересів, сміливо, аргументовано, цікаво і переконливо втілювати власні думки і думки співрозмовників у стислій і досконалій формі, домагаючись певних духовних і практичних результатів.

Поняття, як видно, не просто складне, а багатокomпонентне. У понятті “журналістська майстерність” нашаровуються різні ознаки професійних рис працівника ЗМІ від морально-громадянських (мужність, сміливість), психологічних (оперативність, відчуття актуальності), освіченість (знання, компетенція) до суто літературних (уміння цікаво, стисло, образно викладати думку), а на телебаченні ще й певні зовнішні дані (голос, зовнішній вигляд). Зрештою, високий професіоналізм журналіста охоплює ще й глибинніші людські якості, особливу внутрішню енергетику, яка дає змогу йому впливати на інших людей, підпорядковувати їх своїй духовній владі. Ця внутрішня духовна сила завжди була властива видатним політикам, ораторам. Потрібна вона і журналістам, особливо телевізійним. Не випадково колишні офіційні диктори у роки так званої перебудови терміново мінялись на радіо- і телеведучих. А це, як свідчить практика, дуже складна проблема, бо радіо- чи телеведучий повинен бути ще й непересічною особистістю.

Пропонуючи загальне визначення літературної майстерності журналіста, необхідно зробити два суттєвих застереження. Перше стосується того, що загальні вимоги професіоналізму по-різному реалізуються у тому чи іншому потоці журналістської інформації. Бо мистецтво репортера – це одне, мистецтво аналітика – інше, а ще по-іншому виявляється талант художника-публіциста. У кожного своє покликання, своя партія у загальному контексті газети чи радіо-, телевізійної програми. Звичайно, у редакційній практиці, особливо в умовах невеликого колективу, нема вузької жанрової, як і тематичної спеціалізації. Кожен журналіст повинен вміти написати замітку, репортаж, огляд, а у разі потреби – й політичний портрет, оперативний звіт із прес-конференції, зробити добірку новин тощо. Однак це не означає, що універсалізм журналістської праці

спроможний нівелювати специфічні особливості кожного із названих видів літературної праці в журналістиці, а тим паче схильність того чи іншого журналіста до певного виду літературної праці. Зрештою, працівники редакції завжди групуються за певними її підрозділами.

Цілком зрозуміло, що кожен з умовного поділу потоків інформації потребує свосередних здібностей, зокрема, репортерська робота – особливого динамізму, оперативності, вміння шукати цікаву інформацію, тримати руку на пульсі дня. Сьогодні це ключовий вид журналістської праці. Оперативна інформація становить ліву частку журналістської продукції. В інформаційних агентствах вона є головною. Нею зайнята більшість працівників мас-медіа.

Новини є основою оперативних аналітичних жанрів журналістики. Але у цьому випадку на першому плані не стільки їх повідомлення, скільки тлумачення, осмислення. Потрібен аналітичний склад розуму, здатність зіставляти, робити певні висновки, узагальнення. У журналістській аналітиці важлива не тільки новизна фактів, але й новизна, оригінальність думки. Не випадково аудиторія, як свідчать соціологічні опитування і загалом журналістська практика, ознайомившись з тими чи іншими новинами, здебільшого прагне їх компетентного тлумачення. Зрозуміло, не оціночного нав'язливого, банального, тенденційного, як це нерідко буває. А це вже залежить від оригінальності, незаангажованості коментатора, оглядача. З метою пояснення тенденцій дня він часто звертається за допомогою до фахівців, знавців тієї чи іншої сфери життя.

Особливого таланту вимагає художньо-публіцистичне осмислення сучасності. Тут важлива здатність до образного бачення подій і людей, узагальнення їх у суто індивідуальний спосіб. Цей різновид журналістської праці слушно вважають найскладнішим. І може саме тому він найменше поширений у пресі, на телебаченні та радіо. Не кожен журналіст, навіть здібний, має час і здатний написати солідне есе, нарис, фейлетон, памфлет. До такої роботи, зазвичай, залучаються письменники, філософи, політологи, які художньо-публіцистично осмислюють соціальні процеси. На відміну від оперативного інформування і коментування, яке часто вмирає разом із випуском номера газети чи виходом в ефір передачі, художньо-публіцистичні твори, написані талановито, переживають час, не втрачають свого літературного значення, а тому можуть публікуватись у збірниках, книгах.

Друге застереження стосується співвідношення індивідуальної та колективної майстерності. Досі йшлося про літературну вправність журналіста на рівні окремої особистості. З таких особистостей повинна складатись будь-яка редакція. І щобільше в ній журналістів талановитих і різних, то ліпший виробничий колектив. Саме колектив професіоналів. Однак це вже не просто сукупність солістів, яким би талановитим кожен

із них не був. Має бути ансамбль. Він неможливий без солістів. Кожен із них виконує свою сольну партію. Проте, на відміну від художньої літератури, успіх якої визначають окремі талановиті й неповторні майстри слова, успіх періодичного видання, радіо, телебачення залежить від колективу редакції, від її диригента.

Отже, ми маємо підстави стверджувати і про майстерність журналіста, і про майстерність, професіоналізм редакційного колективу, згуртованих єдиною метою однодумців. Досвід світової журналістики свідчить, що успіх тієї чи іншої газети, радіо- чи телепрограми визначається тим, наскільки вдало підібраний, добре організований ансамбль редакції від диригента і солістів до рядових хористів. Саме цим пояснюються і скромні успіхи, і невдачі сучасної української преси, особливо українського телебачення, меншою мірою українського радіо. Але це вже інше питання. І воно стосується організації роботи редакції, що виходить за межі цього курсу.

Ми ж повинні з'ясувати, які головні тенденції творчого процесу в журналістиці сьогодні, яких змін зазнає сам професіоналізм у ЗМІ, які шляхи вдосконалення літературної майстерності. Процес дуже динамічний і швидкоплинний. Те, що ми спостерігаємо сьогодні, може швидко змінитись завтра. І все ж якісь визначальні тенденції можна помітити.

Українська журналістика, як і журналістика інших постсоціалістичних країн, за останнє десятиріччя змінилась дуже суттєво. ЗМІ пережили небачене піднесення, спричинене національним відродженням, яке вони стимулювали і сприяли його розвитку, а також суттєву економічну і якоюсь мірою творчу кризу, вийти з якої не вдається досі.

Без сумніву, журналістика стала вільнішою, розкутішою. Значно розширились її тематичні горизонти. Зняті практично всі табу, що не завжди мали позитивний вплив на публіку, особливо на молодь. Помітно урізноманітнилися ЗМІ за типами видань і програм. Виникла досить потужна, небачена ще десятиріччя тому комерційна журналістика. Набагато зменшилась роль державних і партійних видань. Мас-медіа позбулись чи позбуваються, хоч і з великими труднощами, догматизму. Журналістика, особливо радіоелектронна, стала особистіснішою, домашнішою, інтимнішою.

Відігравши чи не вирішальну роль у розвалі тоталітарної системи, наша журналістика і досі цілком не позбулась мітингового пафосу, безшабашності, які нерідко межують із безцеремонністю, безпардонністю, внаслідок чого її працівники підставляють себе під каральну, не завжди об'єктивну і кваліфіковану, але від цього не легшу руку судової влади.

ЗМІ за інтелектуальним рівнем, на жаль, не стали самостійною силою, мозком суспільства, не стали конче потрібними всім трьом гілкам влади як джерело найважливішої соціальної інформації, а не просто пропагандистом і агітатором. Розповідають, наприклад, що прем'єр-міністр

Великобританії черпає із “Financial Times” таку інформацію, якої не можуть йому дати ні помічники, ні спецслужби¹. Такий високий авторитет мають якісні видання Німеччини, Франції, інших європейських країн. Коли відомий, сьогодні майже легендарний американський телеоглядач У. Кронкайт у результаті об’єктивного аналізу довів безвихідність американських збройних сил у В’єтнамі, тодішній президент США прийняв остаточне рішення вивести звідти свої війська.

У зв’язку із перебудовою і відродженням державності в Україні, створенням комерційної преси, телебачення і радіо, особливо регіональних, у журналістику вплилась чимала кількість людей без належної підготовки. Це не могло не впливати на загальний рівень професіоналізму. Внаслідок цього, а також інших чинників, майже у всіх країнах колишнього Союзу поряд із активізацією преси помітне зниження якості журналістської праці. На запитання кореспондента про стан сучасної російської журналістики відомий публіцист і вчений Валентин Зорін сказав: “Насамперед різко знизився професіоналізм. Не лише володіння пером, але й глибокі знання у певній галузі. Ще помітне нехтування словом. Погана володіння мовою”². Далі він критикує російське телебачення за надмірну скоромовку, відсутність чіткої дикції, а також суддівський тон, безапеляційність суджень коментаторів на телебаченні.

Не ставши міцно на ноги і не позбувшись “родових плям” колишнього тоталітарного режиму, молода журналістика одразу заразилася глобальною хворобою сучасної культури – прагненням хоч хай там як – розважати. “Розважальний ухил, який уже ось десятиліття тримає глядача в лещатах недоїдків, часто із заниженим критерієм смаку, потребував вертких, але неглибоких журналістів”³, – слушно зазначає Володимир Горщенко.

Українська журналістика не позбулась до кінця затьяжної хвороби провінційності. Певне мавчування чужих зразків особливо помітне на телебаченні. Більшою українською самобутністю, національним колоритом і певним рівнем професіоналізму характеризуються всі три канали радіо, що, на жаль, не можна стверджувати про всі регіональні й особливо комерційні радіостудії.

Українським мас-медіа ще бракує доброї поінформованості й об’єктивності внаслідок їх відвертої або прихованої заангажованості. Навіть видання і програми, які намагаються бути всебічними і неупередженими, помітно змінюються у зв’язку із наближенням виборів чи інших важливих політичних кампаній.

¹ Главный газетолог вас предупредил. Интервью с Я. Засурским // Megapolis-Express. – 1991. – 14 февр.

² Зорин В. Как это было // Аргументы и факты. – 1998. – № 11.

³ П’ятий семестр // День. – 2002. – 2 серп.

Може декому з ортодоксальних і безкомпромісних акул пера ця думка видається не досить принциповою, але ми схильні приєднатися до Катерини Дядюн, яка в одній із статей писала: "...Творче життя дуже коротке і якщо дати втягнути себе в ці бої місцевого значення, до справжньої журналістики справа не дійде. Тому краді з нас, незважаючи на негоду, намагаються професіонально робити свою справу. У нашому неідеальному світі ближчими до істини бувають публіцисти"¹.

Не можна не помітити явного звуження жанрової палітри журналістики. Із сторінок періодики майже зник нарис, рецензія, літературно-мистецький і публіцистичний огляд. У загальнополітичних часописах, за незначними винятками ("День", "Зеркало недели"), майже немає аналітичних публікацій на літературно-мистецькі теми, особливо з проблем такого масового феномена, як телебачення, що не може не впливати на формування естетичних смаків аудиторії.

Нарешті, найвразливіше місце ЗМІ в Україні – їхня мова. Принаймні у трьох аспектах. Перший і найбільш гострий – це домінування російськомовних видань і телепрограм і в загальноукраїнському, і в регіональному вимірі. Краді, найбільш тиражовані газети і журнали виходять російською мовою ("Факты", "Бульвар", "Нагали", "Добрые советы"), як і чимала кількість програм загальноукраїнського масштабу. Другий – загальний низький рівень мовної культури. Особливо він помітний на телебаченні. Чимало журналістів користується українською лише як службовою. Звідси – їхня ніби українська вимова, засміченість тексту росіянізмами тощо. І, що не менш важливо, професійне збіднення виражально-зображувальних можливостей такої багатой, милозвучної, мелодійної мови у лексичному, стилістичному, орфоепічному та особливо художньо-образному планах.

Не може йтися про підвищення журналістської майстерності, коли ігноруються, збіднюються, примітивізуються такі національні здобутки, як мова. Тому вдосконалення майстерності української журналістики неможливе без нормального функціонування в ній української мови, що, до речі, передбачено Конституцією та законами держави.

ЗМІ повинні інформувати, аналізувати, просвічувати, допомагати управляти державою, розважати і приносити насолоду. Реалізується все це через слово, думку і зображення, через журналістів. Тому поліпшення роботи мас-медіа – це, крім всього іншого, суттєве поліпшення професійної майстерності журналістів, які тут працюють або працюватимуть. Саме через них, їхнім розумом і серцем треба створити добре поінформовану, об'єктивну, тямущу, а не ліниву і нудну журналістику. Для цього журналістам, як молодим півникам, не треба чубитися між собою, шукати не розбрату, а злагоди у суспільстві.

¹ Дядюн Катерина. Всупереч негоді // День. – 2002. – 6 груд.

Питання для обговорення

1. Здібності й талант журналіста, шляхи їх формування та розвитку.
2. Журналістська майстерність: спроби теоретичного осмислення. Критика визначення майстерності як сукупності жанрово-композиційної та мовностилістичної вправності.
3. Складові журналістської майстерності: оперативність, актуальність, компетентність, правдивість, сміливість, аргументованість, переконливість, цікавість, стислість і досконалість викладу.
4. Мистецтво репортера, аналітика, талант художника-публіциста.
5. Індивідуальна та колективна журналістська майстерність. Солист та ансамбль у журналістиці.
6. Аналіз тенденцій творчої практики сучасної журналістики: досягнення і проблеми.

Список літератури

Бочковський І., Сірополко С. Українська журналістика на тлі доби. – Мюнхен, 1993. – С. 131–137, 145–151.

Проблеми підвищення ефективності средств массовой информации. – К., 1985. – С. 88–93.

Різун В. Журналістська педагогіка. Замість передмови // Редакційно-видавнича справа: досвід, проблеми, майбутнє. – К., 1997. – С. 5–12.

Теорія і практика радянської журналістики. – Львів, 1989. – С. 34–45.

Шкляр В. Журналістська майстерність: поетика журналістського твору: Конспект лекцій для студентів Інституту журналістики. – К., 1995.

3. ФЕНОМЕН ЦІКАВОГО В ЖУРНАЛІСТИЦІ

І журналісти-практики, і ті, хто її осмислює, можуть порівняно легко пояснити, на чому тримається добротна журналістика. Це і актуальність, і оперативність, свіжість факту й думки, лаконізм, переконливість, про які йшлося вище, і, звичайно, цікавість. Але якщо перелічені компоненти майстерності журналіста може розтлумачити навіть сумлінний студент, то з феноменом цікавості не завжди впорасться і дипломований спеціаліст. Принагідні згадки про таку властиву і літературі, і журналістиці ознаку можна ще зрідка відшукати¹, а ось призначеної цьому питанню статті знайти не вдається. Виняток – шестирядкова замітка “Цікавість твору” у популярному свого часу “Словнику літературознавчих термінів” В. М. Лесина і О. С. Пулинця (3-тє вид., перероб. і допов. – К., 1971). У ній зазначено, що це “одна з неодмінних рис хорошого твору: збудження тривкого інтересу читача до зображуваних подій і образів, здатність захопити його увагу й схвилювати”. І далі наводиться думка О. Толстого, який вважав нецікаві твори кладовищем ідей, думок і образів, наголошував на тому, що “ніколи, ніякими силами ви не зможете читача пізнавати світ через нудьгу. Мистецтво – це свято ідей, і таким його хоче бачити читач і глядач!”

Зрозуміло, що така ситуація змушує виділити це питання і розглянути його окремо, як продовження розмови про журналістську майстерність.

Значимо одразу, що цікавість – одна з фундаментальних властивостей людини як біологічної та соціальної істоти. Вона вроджена у людини та деяких високоорганізованих тварин. У літературі, усних переказах зафіксовано немало феноменальних випадків цікавості мавпи, сороки, лисиці тощо. На соціальному рівні поняття “цікавий”, “цікавість” тісно пов’язані з іншим, ширше відомим у соціології та психології поняттям “інтерес”.

У російській, англійській мовах цікавість та інтерес – одного кореня (інтерес, интересный, *interesting*) і походять від лат. *interest*, що у буквальному перекладі передається словами “має значення”, “є важливим”. В українській мові інтерес і цікавість, хоч і близькі поняття, звучать, як і у польській, по-різному.

Якщо інтерес, за В. Далем, пов’язаний із користю, вигодою, важливістю, то “інтересный” тлумачиться як корисний, цікавий, заманливий, допитливий і навіть кумедний. Інтерес трактується як психологічна

¹ Див., наприклад, статтю: Андреев Ю. Феномен интересного // Лит. газ. – 1981. – 15 июля.

риса особистості, яка виявляється у скерованості людини на надбання певних знань чи виконання певної діяльності. Він пов'язаний із потребою, тобто необхідністю у чомусь. Інтереси і потреби, матеріальні та духовні, стимулюють людську діяльність, є потужним мотором розвитку економіки, історичного поступу. Природною основою інтересу є вроджений орієнтовно-дослідницький рефлекс (рефлекс "Що таке?", за класифікацією фізіологів), який наявний уже у тварин.

Цікавість, інтерес ґрунтуються, таким чином, на певних життєвих потребах і вроджених інстинктах. Цікаве у житті трансформується у відображеній людиною дійсності, себто у певній системі слів, понять, різних за властивістю, природою і складністю образів. Такою відображеною, а точніше створеною художником дійсністю є література і мистецтво. Тут свої найрізноманітніші засоби зацікавлення: гостра ситуація, інтрига, напружений сюжет, конфлікт, захопливий інтригуючий виклад, неповторні характери. У кіно, театрі, на телебаченні – це ще й талановитість акторського виконання, музичний супровід, інтер'єр тощо. Мистецтво емоційно впливає на людину, породжуючи дуже своєрідний і складний тип естетичних емоцій. Тому тема цікавості, привабливості творів мистецтва потребує окремого розгляду. Адже йдеться про створене фантазією, мистецьки змодельоване життя, яке має більший чи менший дотик до дійсності, живої реальності.

Цікавість у журналістиці у чомусь споріднена із цікавістю у мистецтві, але ґрунтується на інших засадах. Журналістика ближча до реальності, є її прямим, а не опосередкованим вигадкою відображенням. Вона є ніби продовженням життя, її згустком.

Правдива, а не кон'юнктура журналістика іноді лякає, навіть відштовхує людину драматизмом, нагромадженням негативу, показом нещастя. Людина хоче забутись, відійти від щоденних турбот, а тому іноді перемикає телевизор з інформаційної програми на телесеріал чи бере в руки "Бульвар", щоб "пожити красивим життям". І все ж, навіть найменш активна у соціальному плані особистість не може не цікавитися тим, що відбувається у світі.

Отже, в чому цікавість журналістики, які способи зацікавлення аудиторії мас-медіа і чому сьогодні так важливо тому чи іншому ЗМІ бути цікавим? Одряду зазначимо, що авторитарна і тоталітарна журналістика могла бути чимось повчальною, в ній могли працювати і працювали талановиті журналісти. Але вони могли бути і здебільшого були нецікавими. Діяла суворя система розповсюдження, передплати газет і журналів. Кожен член партії мусив бути передплатником партійного видання. Вибрав найдешевше. А вони й справді були дуже дешевими. Наявність у скриньці газети чи журналу ще не означало, що вони будуть прочитані, діяла чітка система проводового радіо, до гучномовців посе-

ред села включно. Їх не можна було вимкнути. Вся ця система промишляння мізків гіперболічно зображена у романі Дж. Оруелла "1984".

ЗМІ суспільства, яке хоча б наближається до демократичного, не можуть бути нецікавими, не мають на це права. Інакше загинуть, якщо не спонсоруватимуться відповідними партіями, адміністрацією. Та й то бос захоче мати не тільки покірливу, а й цікаву, читабельну газету, журнал, радіо- чи телепрограму. Саме у такі засоби інформації вкладатиме гроші зарубіжний та український рекламодавець. Набуває прав така потужна сила вільного суспільства, як конкуренція. Вона буває досить складною. Не кожне видання, навіть вдало задумане і успішно зачате, витримує цю конкуренцію. Особливо важко знайти свою нішу новим виданням, новим телевізійним та радіопроєктам і програмам. Аудиторія зникає до якихось газет, до передач певних студій, відвоювати її досить важко, якщо творці звичних для неї каналів інформації не заспокоюються, постійно шукають, самооновлюються, враховують інтереси різних споживачів.

Треба також мати на увазі матеріальні можливості сучасного читача. Купівельна спроможність його назагал обмежена. Він воліє, як звичайно, не передплачувати, а купувати газету в кіоску, миттєво реагуючи на цікавість того чи іншого номера часопису. Зважаючи на обмежену купівельну спроможність, читач, родина обирає одне-два видання, а не три-чотири, а то й більше видань, як це було в минулому. Виграли у тиражах ті редакції, які роблять, по-перше, видання, розраховані на різні категорії читача, від пенсіонерів до школярів, по-друге, політично менш заангажовані, що приваблюють об'єктивністю, неупередженістю людей різних соціальних, культурних, релігійних орієнтацій. Діє поширена на Заході інформаційна політика приваблювання якомога ширших кіл населення, недопустимість відлякування читача позицією редакції. За цих умов на масовий успіх не можуть сподіватися партійні або строго зорієнтовані на певну ідею часописи. Сумна історія повільного вмирання в Україні свого часу популярних і бойовитих газет тільки підтверджує цю істину.

Звичайно, на тираж, а відтак і популярність газети, тижневика впливає багато чинників. Важливу роль відіграє ціна номера часопису. Тут діють, так би мовити, позафахові і якоюсь мірою навіть позаменеджментські чинники. Коли у газети внаслідок небезкорисливої, звичайно, фінансової підтримки з'являється можливість продавати її вдвічі дешевше, ніж можуть собі дозволити інші видання, то збільшення її тиражу у разі нормальної якості продукції забезпечене. Неабияке значення має якісна реклама власної продукції, вміння "проштовхувати" тираж безпосередньо до споживача. В Україні, як це не ганебно, тиражі залежать від мови видання. Україномовні часописи, за деяким винятком, не можуть

претендувати на солідні тиражі, а в окремих регіонах вони майже не розповсюджуються. Всі ці та багато інших чинників пов'язані в єдиний тугий вузол.

І все ж практика свідчить, що пересічний читач, вибираючи те чи інше видання, той чи інший канал телебачення, керується насамперед і отим феноменом цікавості. Відповідь на запитання про те, чому та чи інша особа вибирає певне видання, майже постійно зводиться до “бо цікаво”. Хибно було б думати, що ті, хто за досить відчутні суми купує “Комсомольську правду”, “Московский комсомолец”, “Аргументы и факты”, які офіційно зареєстровані як українські, керується лише традиціями чи навіть певними світоглядними принципами, хоч трапляються й такі. Однак більшу частину громадян приваблює наявність у них цікавої, професійно поданої інформації, хоч нерідко й з відповідним політичним підтекстом, порушенням етичних норм подачі інформації, елементарної людської моралі.

Вирізняють як загальні, так і специфічні прояви цікавості в журналістиці. Для абсолютної більшості реципієнтів найбільше зацікавлення викликають людина і все, що з нею відбувається, незвичайні людські долі, виняткові пригоди. Постійний людський інтерес пов'язаний із життям знаменитостей у тій чи іншій сфері людської діяльності. Складається іноді враження, що багато часописів, теле- і радіопрограм припинили б своє функціонування, якби раптом виникла якась заборона писати про співаків та співачок, акторів і модельєрів, художників і режисерів, шоу-бізнесменів та масажистів тощо. Не менший інтерес викликають кохання та еротика, які останнім часом нещадно і з найменшою часткою моральної відповідальності експлуатує бульварна преса. Публіка постійно цікавиться аномальними явищами природи, світом дитини.

Будь-яка людина шукає свіжу і неординарну інформацію, легкість і дотепність її викладу. Читача газети, журналу приваблює гармонійне оформлення, верстка, колір, несподівані, дотепні заголовки, що інтригують, продумані рубрики, ненав'язливість стилю, добірність слова. На радіо приваблює тембр голосу ведучого, музичний супровід. Телебачення володіє, а буває, що й зловживає багатством зорового ряду, комп'ютерною графікою, грою загальних і крупних планів, особливими ракурсами зйомок та багатьма іншими способами привернення уваги.

Специфічні засоби зацікавлення ґрунтуються на врахуванні різнобічних інтересів читачької чи глядацької аудиторії. До уваги беруть стать, вік, соціальне становище, регіональний чинник, освіту, рівень інтелектуального розвитку, зацікавлення. Звідси – вічна потреба редакції знати свого читача, постійно враховувати його інтереси і відповідно корегувати інформаційну політику. Інформацію про все це редакція одержує із редакційної пошти, дзвінків до редакції, зустрічей із читачами й

глядачами, а також найбільш правдивого способу вивчення інтересів і запитів аудиторії – соціологічних досліджень¹.

Кажучи про універсальні способи зацікавлення у журналістиці, значимо, що в їхній основі лежить новизна факту і новизна думки або, що буває часто, їх своєрідне поєднання. Вони взаємодіють по-різному, залежно від виду ЗМІ, типу видання, різновиду телевізійної передачі. Тут дуже широкий діапазон журналістської інформації від подання лише новин, широких потоків подієвої інформації до аналітичних рубрик, спеціальних програм на телебаченні та радіо, аналітичних видань.

Порівняймо випуски новин на радіо, інформаційні випуски майже на всіх каналах українського і зарубіжного телебачення, інформаційні рубрики у часописах, скажімо “Факт” у газеті “Молодь України”, “No comment” у газеті “Факты и комментарии”, “Дуже коротко” у газеті “Високий Замок” тощо, з аналітичними програмами, наприклад, “Подобиці тижня”, “Подвійний доказ”, “Я так думаю”, газетами чи рубриками газет, тижневиками і журналами, зокрема, “Політика і культура”, “Дзеркало тижня”, “Універсум”, зорієнтованими не на подієву, а на аналітичну інформацію. Відмінність очевидна, як очевидною є орієнтація на різного споживача.

Чим “бере” репортер? Зрозуміло, насамперед новизною, небанальністю фактів. Сьогодні набагато інтенсивніше, ніж учора, відбувається глобальна, можна сказати, погоня за свіжими, оригінальними подіями і фактами. Сучасні технічні засоби створюють для цього необмежені можливості. Інформаційні потоки новин зазнають постійного прискорення та зростання. Тенденція ця збережеться і в майбутньому. Сотні інформагентств, тисячі щоденних газет, Інтернет, всюдишнє радіо і проникливе око телебачення щогодинно, щохвилино продукують безліч новин. Частина з них не може не повторюватись, оскільки стосується справді важливих загальнолюдських економічних, наукових, політичних подій. І змагання тут насамперед у тому, хто швидше повідомить і ліпше подасть інформацію, чия інформація достовірніша. Словом, йдеться про мистецтво репортера, що є темою окремої розмови.

У цьому контексті нашу увагу привертає питання цікавості подієвої інформації. У світі завжди є багато цікавих подій і явищ. Завдання в тому, щоб їх знайти та оперативно і вміло подати. Однак цього мало. Щоб завоювати увагу пересічного читача і глядача, виграти у постійній конкурентній боротьбі, редакції багатьох ЗМІ вишукують незвичні, небуденні, виняткові події та факти, до аномалій включно. Йдеться, отже, про сенсаційні повідомлення. Саме слово “сенсація” (від фр. *sensation*)

¹ Див.: Іванов В. Соціологія масової комунікації. Навч. посіб. – К., 1999. – С. 128–163; Лубкович І. Соціологія і журналістика. – Львів, 2002. – С. 63–102.

означає сильне враження від будь-якої події або подію, повідомлення, які справляють таке враження. Його викликають справді вагомі, доле-носні події, наприклад, наукове відкриття, відставка відомого політика, трагічна за наслідками катастрофа, аварія, вихід людини на навколорем-ну орбіту тощо.

Однак є й інші сенсації, переважно побутового рівня, незначущі із суспільного погляду, яким відводиться чимало місця у певного типу ви-дань. Суть такої сенсації ще десь на початку ХХ ст. образно сформулював редактор однієї з американських газет: “Коли собака вкусила людину – це не новина, коли ж людина вкусила собаку – це новина”. Іншими словами, йдеться про неординарні, виняткові, а тому цікаві, хай і малозначущі, події, здатні задовольнити людську допитливість. Таких неординарних подій у житті багато. Вони часто викликають усмішку. Як не усміхнутись, прочитавши чи прослухавши повідомлення про те, як 76-річчя слі-па жінка з допомогою дрючка розправилась з двома грабіжниками, що вдерлись до її хати, або як над злодієм учинив розправу домашній гусак, добряче покусавши крадія і навіть стягнувши з нього штани.

Цікавинки, анекдоти, зокрема й “Анекдоти з Інтернету”, часто з’я-вляються навіть у солідних часописах. Газета “Високий Замок” тривалий час веде спеціальну рубрику “Нам це цікаво. А вам?” Хіба не цікаво прочитати замітку про необхідність плекання рідної мови, у якій наво-диться такий висновок нової науки біолінгвістики: “...там, де впродовж століть зберігається рідна мова, виникає своєрідний етнічний резонанс, який у кризових ситуаціях дає головний шанс для духовного відроджен-ня нації і гармонійного розвитку особистості”¹? Цілком допустимого мо-же бути і своєрідна літературна містифікація. Багато читачів, мабуть, звернули увагу на передрукований “Голосом України” із багатотиражки “Світ академії” Львівської академії ветеринарної медицини нібито знай-дений її співробітниками репортаж “Як наші прадіди у футбол грали”². В ньому дуже дотепно, із використанням місцевого діалекту, своєрідно-го колориту розповідається про перший футбольний матч, який називав-ся тоді “гиля-гиля” або “копняк”.

Характер цікавості, сенсаційності – один із вододілів, який допо-магає відрізнити якісну журналістику від бульварної. Їхня загальна іден-тифікація дуже непроста, а поділ досить умовний. Адже сенсаційні но-вини подаються і у якісних газетах, так само як бульварне за загальним спрямуванням видання може час від часу публікувати серйозні розмови із поважними й авторитетними людьми. Скажімо, той же “Бульвар” дру-кує гідне для оприлюднення у будь-якій солідній газеті інтерв’ю з ака-

¹ Див.: Молодь України. – 1994. – 9 груд.

² Див.: Голос України. – 1998. – 28 листоп.

деміком М. Амосовим¹, а популярна загальнополітична газета “Факты и комментарии” дає цілі полоси “світського життя”, які мало чим відрізняються від аналогічних сторінок того ж “Бульвару”.

Пальма першості тут, звичайно, за газетою “Киевские ведомости”, за якою давно утвердилася репутація першої професійної бульварної газети України, хоч з часом її характер зазнав суттєвих змін, зокрема і зміни господаря. Про цей початковий злет “Киевских ведомостей” із дуже сумнівним за походженням первинним капіталом, яскраво вираженою антиукраїнською позицією переконливо писав свого часу львівський тижневик “Post-Поступ”². Цей тижневик, до речі, теж на початковому етапі існування мав явні ознаки бульварної газети. Тенденції сенсаційності властиві певною мірою й львівській газеті “Експрес”, іншим масовим виданням в Україні, а також деяким недержавним радіо- і телестудіям.

Які ж характерні риси бульварної, напускної сенсаційності? З етичного погляду – це порушення моральних норм або балансування на їх грані. У цьому випадку гіпертрофоване прагнення за будь-яких умов зацікавити, заінтригувати вступає у конфлікт із нормами моралі. Це порушення принципу об’єктивності, всебічності інформування, недозволені методи збору первісної інформації, втручання в особисте життя, підглядання у замкову щілину, свідоме чи несвідоме перекручування інформації з метою досягнення гостроти враження тощо³. Із тематичного погляду – це зосередження уваги на дріб’язкових, несуттєвих фактах і явищах, гіпертрофована увага до сексу і всього, що з ним пов’язане. Та може найстрашніше у цьому плані – смакування насильства, жорстокості, фізичних і психологічних аномалій⁴. І, нарешті, це гіпертрофована сенсаційність, спрощеність і тенденційність у подачі інформації в її фальшиво розважальному, рекламному стилі.

Особливо зримо ця тенденція виявляється у фотографіях, у заголовках, виносках окремих фраз у лід та ще й на титульну сторінку. Саме у заголовках найчастіше порушуються елементарні етичні норми журналістики. Дослідження виявили, що, наприклад, у газеті “Московский комсомолец” чи не на кожній сторінці трапляються заголовки, які викривлено, неадекватно трактують наявну в тексті інформацію, а також заголовки, розраховані на обивателя із невитонченим смаком, або такі, які ображають честь читача. У принизливому контексті можуть назива-

¹ Бульвар. – 1996. – № 3.

² Днів.: Post-Поступ. – 1993. – № 23.

³ Детальніше про це у кн.: *Потятиник Б., Лозинський М.* Патогенний текст. – Львів, 1996. – С. 170–195.

⁴ *Кузнецова О.* Журналістська стика та стикст. – Львів, 1998. – С. 187–213.

тись прізвиська конкретних, часто відомих людей, у заголовках можуть траплятись непристойні натяки тощо¹.

Отже, зрозумілий і необхідний у журналістиці пошук цікавого у подачі інформації мусить узгоджуватись, навіть підпорядковуватись, і загальним принципам журналістики, й таким, що існують у всьому світі, етичним нормам, законам гуманізму і людської моралі. Знайти гармонію між ними – велика наука і водночас мистецтво працівника ЗМІ.

Зазначаючи про новини, треба також мати на увазі дилему **цікавого і важливого**. За американськими стандартами, новини мають викликати інтерес, бути цікавими. Та не менш суттєва їхня риса – важливість цих повідомлень. Найважливіші новини не завжди є цікавими². ЗМІ намагаються поєднати інтерес до певних новин із їх вагомістю щодо визначення обсягу площі або часу в ефірі. Журналісти в редакційній практиці, відповідно, вирізняють новини **першочергові** та **другорядні**. Першочергові (рішення уряду, зовнішньополітичні рішення, економіка, соціальна політика, будні науки чи школи тощо) можуть зацікавити порівняно вузьке коло читачів. Другорядні (злочини, романтичні пригоди, скандали, комічні пригоди, спортивні новини тощо) не такі вагомі, але привертають увагу чисельнішої читацької та глядацької аудиторії.

Якщо новизна і незвичність факту є найпершим способом зацікавлення, то новизна й оригінальність думки – другий спосіб зацікавлення реципієнта. Він характерний для аналітичних жанрів журналістики чи навіть окремого типу видань або програм. Аналітичні виступи теж зацікавлюють наведеними в них фактами, описами важливих подій, розвитком сюжету, що інтригує. Та все ж головне в них – свіжість, небанальність, повчальність авторської мислі, “пригоди думки”. Аналітик-публіцист може скористатись ним же відшуканою інформацією, даними статистики або аналізувати уже відомі, повідомлені іншими, факти. Успіх гарантує спосіб, неповторність, практична значимість мислення. Про це наголошувалось на прикладах найкращих зразків публіцистики, якої сьогодні нам бракує.

Об'єктивно такого типу журналістика, звичайно, не може розраховувати на масову аудиторію. Так було завжди. Однак сьогодні проблема ускладнюється тим, що, хоч як це не парадоксально, у суспільстві, яке перебуває у кризовому стані, попит на інтелект не підвищується, а знижується. Та й самі інтелектуали не завжди можуть запропонувати ефективні заходи виходу суспільства з кризи.

Хай там як, а елітарні видання ледь животіють. Вони або повільно вмирають, як видно на прикладі українських так званих товстих жур-

¹ Див.: Журналіст. – 1995. – № 11. – С. 38–39.

² Див.: Scholastic Journalism / English E., Nach G., Rolnicki T. E. – 8th ed. – Ames, 1990.

налів, або змушені шукати закордонних інвесторів чи спонсорів. Такі справді інтелектуальні видання, як “Універсум”, “Критика”, “Літера і дух”, як можна здогадатися, виходять вкрай малими тиражами. Навіть наклад такого авторитетного міжнародного суспільно-політичного тижневика, як “Дзеркало тижня”, не набагато перевищує 50 тис. примірників. Малими є тиражі “Молоді України”, “Літературної України” та багатьох інших видань. Не є винятком і популярна, якісна, за загальним визнанням, газета “День”.

Акцентуючи на цікавості факту й оригінальності думки як способу зацікавлення аудиторії, варто також звернути увагу на **особистість** у журналістиці. Це теж, хай і опосередкований, спосіб привернення уваги потенційного читача й слухача. Питання можна розглядати у двох аспектах.

Перший із них – це людина – герой розповіді. Працівники масмедіа різних рівнів і видів у постійному пошуку, а то й у погоні за неординарними особистостями. Сьогодні ці пошуки реалізуються переважно у жанрі інтерв'ю, яке стало чи не найпопулярнішим жанром журналістики. Особливо це характерно для телебачення, яке практично неможливе без привабливого співбесідника. Дехто з авторитетних журналістів навіть стверджує про дефіцит цікавих співрозмовників.

Однак і тут ми стикаємося із уже зазначеною закономірністю. Про те чи інше видання, про ту чи іншу програму ми можемо констатувати не тільки на підставі фактів, які вони пропонують реципієнтові, але й на підставі того, яких співрозмовників, яких героїв і наскільки одягнутих чи, точніше, оголених вони пропонують аудиторії. Бульварна преса має своїх героїв. Це переважно актори, естрадні зірки, круті бізнесмени. І не тільки вони. Серед них можуть бути й відомі люди науки, тележурналісти, політики. У цьому разі журналісти вишукують у їхній біографії пікантні історії, цікаві подробиці тощо. Це завжди вміло робить тижневик “Бульвар”.

Інших людей запрошують і по-іншому ведуть з ними розмови журналісти поважних газет і програм. Вони теж шукають і намагаються їх яскраво подати. Без цього нема журналістики. Але мета таких розмов – пізнати людину через її думки, вчинки, прогнози, професійні інтереси. Це персоніфіковані думки тямущих людей для тямущої публіки. І немає значення, хто ця людина – академік чи спортсмен, керівник підприємства чи талановитий робітник-винахідник, працівник міністерства чи ветеран війни, молодий письменник чи досвідчена актриса. В цьому переконують найкращі передачі програм “Саме той”, популярні свого часу “Монологи”, “Обличчя світу”, політичні портрети, що їх друкують газети і журнали. Окремі з них завели навіть спеціальні рубрики “Гість редакції”, що дає змогу вивчити людину, виявити її думки ґрунтовно і всебічно.

Другий аспект – особистість журналіста. Якщо подієва інформація сьогодні дедалі більше стандартизується, знеособлюється, особливо у подачі новин інформаційними агентствами, то в аналітичних, авторських виступах і програмах особистість журналіста, публіциста відіграє помітну роль. Уважний, вдумливий читач, глядач, який не обмежується принагідним споживанням новин, а хоче глибше вникнути у проблеми сучасного світу, бере собі у помічники авторитетного політолога, економіста, публіциста, журналіста, який постійно з'являється на шпальтах, у відповідних теле- і радіопрограмах. Авторитет, престиж того, хто веде розмову з аудиторією, має неабияке значення для формування її поглядів і переконань. Але перед тим, як та чи інша інформація вплине на людину, вона має бути належним чином сприйнята і засвоєна.

Численні наукові дослідження переконливо свідчать про те, що засвоєваність інформації залежить не тільки від її змісту, форми подачі, але й від авторитету того, хто її подає. У постійного читача тієї чи іншої газети, телеглядача поступово формуються погляди на того чи іншого автора, ведучого, репортера, оглядача. Це дуже тонка, індивідуальна справа. Вдумливий і досвідчений читач чи глядач вибирає для себе не тільки те чи інше видання чи кілька видань (що сьогодні з огляду на матеріальні труднощі можуть дозволити собі лише окремі люди), певну телепрограму, але й симпатичного, авторитетного для нього автора. І немає суттєвого значення – друкується він у загальноукраїнському, регіональному чи районному часописі, виступає на загальноукраїнському чи місцевому каналі телебачення. Це його автор, він йому подобається, він завоював авторитет людини своєю політичною принциповістю, моральною позицією, розумом, манерою писати і говорити. Він йому не тільки вірить, але й симпатизує. Тому шукає його прізвище на газетній шпальті, у програмі телебачення. І хоч, на відміну від назв часто не найвищої проби закордонних кінофільмів, його прізвище не виокремлюється у програмі телебачення жирним шрифтом, він знаходить це ім'я. На жаль, таких вірних читачів і глядачів не так багато, але вони є. Про це свідчать дзвінки до редакції, редакційна пошта, адресована персонально авторам, зрештою, й судові позови.

Час від часу редакції проводять опитування читачів, щоб визначити тих авторів, виступи яких їм найбільше подобаються. За опитуванням газети "День", найбільшу популярність мають, тобто найбільше запам'яталися Клара Гудзик, Володимир Войтенко, Ігор Сундюков, Віталій Портников, Іван Дзюба, Володимир Панченко, Дмитро Карп'як. Як бачимо, у список потрапили ті, чиє прізвище часто з'являється у газеті, хоч це не завжди штатні працівники¹.

¹ День. – 2002. – 27 груд.

На імідж журналіста, позаштатного автора впливає багато чинників, зокрема і позалітературних. Ми були і досі є свідками високого авторитету цілої когорти політичних дисидентів, видатних людей – Левка Лук'яненка, В'ячеслава Чорновола, Михайла Гориня, Юрія Бадзя, Валентина Мороза, Євгена Сверстюка, Мирослава Мариновича. Сюди ж можна віднести й активних публіцистів початку національного відродження, а саме: Мирослава Поповича, Івана Драча, Івана Дзюбу, Бориса Олійника, Петра Осадчука, Павла Мовчана та багатьох інших. Адаже у багатьох газет, зокрема регіональних, навіть районних, на різних теле- і радіоканалах були і є свої авторитети, спілкування з якими викликає в аудиторії особливий інтерес.

Незважаючи на постійні втрати, зокрема, таких особистостей, як Борис Дерев'янка, Володимир Іванов, Олександр Кривенко, Мар'яна Чорна, журналістський корпус не тільки у столиці, але й в усіх регіонах репрезентується самобутніми авторами, різними за віком, гранями таланту, переконаннями і стильовими особливостями письма. Це не тільки часто згадувані Юлія Мостова, Сергій Рахманін, Наталія Лігачова, Микола Вересень, Микола Княжицький, Олександр Ткаченко, Віталій Портников, Сергій Грабовський, але й Віталій Абліцов, Юрій Брязгунов, Анатолій Зубков, Ірина Погорелова, Богдан Кушнір. Читач “Літературної України” не уявляв цієї газети без коментарів нині покійного колишнього головного редактора Василя Плюща. Декілька книг публіцистичних роздумів, що друкувалися у “Вечірньому Києві”, написав Віталій Карпенко. Солідний за обсягом двотомник вийшов у Василя Базіва на основі щотижневих публікацій у газеті “Український шлях”. Постійний інтерес викликають статті та інтерв'ю вчених Миколи Томенка, Юрія Саєнка, Леся Качковського, Олега Гринєва, Степана Вовканича, Василя Лизанчука. У кожній сфері у більшості видань і програм є журналісти, які чесно працюють, громадянською позицією заслужили повагу певної категорії читачів і слухачів. Адаже у кожному регіоні, кожному районі, навіть у місті є свої літературні авторитети.

Цей авторитет і цей інтерес є вибірковим і суто індивідуальним. Одній групі людей подобається зваженість і розважливість, терпимість і плюралізм в оцінненні явищ, іншій – пристрасність, запальність, однозначність суджень і заангажованість позиції, полемічність. Таких публіцистів здебільшого шукають у партійних, політично чітко зорієнтованих виданнях.

Наявні загальні ознаки авторської індивідуальності. Щоб бути цікавим для реципієнта, публіцист насамперед повинен бути особистістю, а отже – гідним авторитету за власну чесність, послідовність, правдивість, непримиренність до зла, точність оцінок та прогнозів. Цей рейтинг формується поступово і потребує постійного підтвердження. Небагатьом авторам вдається бути постійно в центрі уваги громади. Нерідко

спалахи популярності швидко згасають. Тут є й об'єктивні (зміна соціальної ситуації, орієнтація на новий тип мислення, психологічна потреба у відповідному типі контактів з аудиторією), і суб'єктивні причини (переорієнтація на інші сфери діяльності, внутрішня вичерпаність, своєрідна психологічна втома, розчарування тощо). Такі зміни особливо відчутні в переломні історичні моменти, один з яких відбувся на очах нинішнього покоління.

Серед складових компонентів журналістської майстерності феномен цікавого є своєрідним об'єднуючим початком. Він – не поряд із актуальністю, оперативністю, сміливістю, доступністю та яскравістю викладу інформації, а вбирає в себе й одне, і друге, і третє. В умовах інформаційного буму, колосального збільшення як інформації, так і шуму проблема цікавості набуває стратегічного значення. Щоб цікаво писати, розповідати, показувати, журналістові самому має бути цікавим відтворюване ним життя, і сам він повинен бути для реципієнта особистістю. Скільки б ми не говорили про те, що таке цікаво, розумом досягнути цей феномен важко, він відчувається інтуїтивно. Це, найімовірніше, підсвідоме, вроджене відчуття – органічна частина журналістського обдарування.

Питання для обговорення

1. Цікавість як психологічний феномен.
2. Цікаве у житті й у літературі.
3. Цікавість – одна з визначальних рис журналістики.
4. Цікавість факту і цікавість думки.
5. Цікавість і сенсаційність. Важливе і цікаве: американський варіант.
6. Від цікавості факту і думки до цікавої особистості.

Список літератури

- Кузнєцова О. Журналістська етика та етикет. – Львів, 1998. – С. 49–78.
- Іванов В. Соціологія масової комунікації: Навч. посіб. – К., 1999.
- Лубкович І. Соціологія і журналістика. – Львів, 1997. – С. 63–102.
- Масова комунікація: Підручник / За ред. А. Москаленка, Л. Губернського, В. Іванова, В. Вергун. – К., 1997. – С. 141–179.
- Миронченко В. Основи інформаційного радіомовлення. – К., 1996. – С. 123–199.
- Потятиник Б., Лозинський М. Патогенний текст. – Львів, 1996. – С. 170–195.
- Сучасна політична культура та мас-медіа. – К., 1998. – С. 34–51.
- Шкляр В. Теорія і методика журналістської творчості. – К., 1999.

4. ОБ'ЄКТИВНА РЕАЛЬНІСТЬ І ШЛЯХИ ЇЇ ВІДОБРАЖЕННЯ В ЖУРНАЛІСТИЦІ

Правдивість, об'єктивність – найсуттєвіший принцип журналістики. Та від проголошення цієї засади демократичної журналістики до її реалізації – дистанція досить велика. Щоб бути правдивою, журналістиці потрібні певні об'єктивні передумови: політичні, економічні, правові. Вони вивчаються, аналізуються у процесі розгляду місця і ролі ЗМІ у політичній структурі суспільства, їх функцій і принципів.

Однак загальний принцип правдивості, об'єктивності реалізується на рівні конкретних редакцій і, що дуже важливо, на рівні конкретного журналіста, співробітника, штатного і нештатного, редакції. Оскільки практично всі принципи журналістики втілюють у життя конкретні творчі особистості – журналісти-професіонали, – є потреба бодай у загальних рисах розглянути процеси відображення об'єктивної дійсності у різних за природою, ступенем складності, рівнем авторської майстерності творах.

Був час, коли всі ці питання вирішували дуже просто. Найголовнішим принципом журналістики вважався принцип партійності. Від нього треба було танцювати. Об'єктивність, правдивість були поняттями похідними. Вони мали вписуватись у партійність, тобто відверте і беззастережне служіння партії. На практиці це означало таке: журналіст змушений був писати те, що потрібно було партії, владі. Сама думка про те, що ЗМІ можуть стати вище за владу, вище за партію, – а тоді вона була єдиною, – вважалась не просто шкідливою, а крамольною і злочинною.

Суспільство наше й досі не може здолати старого підходу до соціальних явищ, в основі якого лежить класовий принцип поділу світу на ворожі частини, антагонізуючі групи та клани, і застосувати новий, в основі якого загальногуманістичні засади, засади єдності людства і в політичному, і в економічному та культурному планах. У свідомості людей вкоренився погляд на журналістику як на прислужницю відповідних соціальних груп, партій. Він виявляється не тільки у тому, що влада, навіть демократично обрана, хоче бачити у журналістах покірливих підручних, але й у тому, що партії, навіть ті, які сповідають демократичні принципи, намагаються керувати не лише власною партійною, що можна ще зрозуміти, але й загальнополітичною пресою. Трапляються анекдотичні випадки, коли, скажімо, провід однієї з найдемократичніших, здавалось би, партій звертається до редактора незалежної газети з ви-

могою звільнити з роботи журналіста, який, на думку керівництва партії, пише про неї не так, як би цього хотілося.

Все зумовлене нерозумінням і небажанням внутрішньо сприйняти демократію, яка органічно передбачає інакомислення і плюралізм, із визнання законності суперечності між різними частинами суспільства як рівноправних соціальних партнерів, здатних продуктивно взаємодіяти. А це означає добру поінформованість, культуру полеміки, зокрема у мас-медіа.

І тут необхідно порушити питання про об'єктивність і позицію журналіста. Позиція журналіста означає ставлення до явища, яке виявляється насамперед у відборі того, що відображається. Дехто вважає, що змістом позиції журналіста є оцінка явища, і тому, мовляв, журналіст загалом не може бути об'єктивним¹. Звичайно, абсолютно об'єктивно відтворювати складні явища життя неможливо. Елемент оцінки є уже в тому, що журналіст саме це явище чи цей, а не інший, факт вважає гідним суспільної уваги. Журналіст виявляє значущість відображуваних подій, співвідносячи з нормативними уявленнями, ідеалами окремої особистості, певних соціальних груп і суспільства загалом. Однак це не означає, що журналіст обов'язково має спотворювати, перекручувати, замовчувати. Сама природа його професії потребує бути максимально об'єктивним, правдивим.

Це лише один бік справи. Другим є феномен інформаційного суспільства. Не тільки змінюються наші уявлення про інформацію – змінюється світ. Він не лише багатопартійний і плюралістичний. Для нього характерна наявність багатьох каналів інформації, які щохвилини конкурують, змагаються, "взаємоконтролюються". В ньому неможлива "заборона на факт". Якщо ти не повідомив про невідому для тебе подію, це зроблять інші, й на цьому втратиш саме ти. Натомість до безмежності розширились можливості дезінформації. Постійно ведуться жорстокі інформаційні війни. Дуже промовисте інтерв'ю одного з ветеранів інформаційних війн Гліба Павловського. Воно називається "Нас чекає така битва компроматів, якої ще світ не бачив". Автор розповідає про війну компроматів, вважаючи, що ідеальним інструментом для запуску в масову свідомість необхідних сюжетів є Інтернет. Це своєрідний інформаційний розбій, злочинний бізнес. Інформація, здебільшого анонімна, передається через Інтернет, але опісля газети та телебачення можуть на неї зіслатися. Таких випадків, зокрема і судових слухань, немало й в Україні. Автор прогнозує, і не без реальних підстав, шквал компроматів, який поховас під собою і його споживачів, і розповсюджувачів, і творців².

¹ Тертычный А. Социальная значимость позиции журналиста: Тез. науч.-практ. конф. – М., 1996. – Ч. 3. – С. 41.

² Комсомольская правда в Украине. – 1999. – 27 февр.

Війна компроматів, зазвичай, яскраво спалахує у переломні моменти життя суспільства. Такими є загострення соціальних та національних конфліктів, військові зіткнення, вибори до парламенту чи президентські змагання тощо. Але вона, ця війна, у більш чи менш цивілізованих формах практично не припиняється ніколи¹.

Об'єктивною передумовою наближеної до реальності картини життя в журналістиці є свобода, економічна, політична, моральна можливість реалізації права людини на інформацію. Суб'єктивними передумовами є професіоналізм журналіста, який, крім суто літературних якостей, передбачає усвідомлення власної місії, совість, ерудицію, вміння по змозі розібратись, до того ж оперативню, у складних питаннях життя, неупередженість, всебічність у відтворенні реальності.

На підставі зазначеного вище можемо стверджувати, що різна у нас не тільки журналістика, а й журналісти. Йдеться, зрозуміло, навіть не про посади, досвід роботи, вміння писати й говорити, а про типи видань, до яких причетний журналіст, а отже, ступінь залежності чи незалежності працівника редакції, інформаційної служби. Бо ті, кого ми називаємо журналістами і хто виконує інформаційно-літературну роботу, хто продукує відповідні тексти, перебувають у різному становищі, мають різні можливості вияву власної позиції. Насамперед це залежить від статусу засобу масової інформації. Одна річ – незалежне, зважаючи на всю умовність цього терміна, видання чи канал, інша – редакція партійного видання з його чіткою ідеологічною орієнтацією. Якої б творчої автономії не мав журналіст урядового видання, він вимушений реалізувати програму редакції, виконувати відповідні владні завдання.

І хоч питання стосунків мас-медіа і влада, мас-медіа і капітал – тема окремої розмови й окремого навчального предмета, його не можна обминути, коли йдеться про творчі можливості окремого журналіста. Незалежну позицію може зайняти лише журналіст економічно самодостатнього видання чи каналу “...Журналісти повинні бути вільними від зобов'язань перед будь-якими інтересами, окрім права громадськості знати правду”, – нагадує одне із правил західної журналістики перший заступник редактора газети “Високий Замок” Наталія Балюк і додає, що ця залежність може бути і від влади, і від тих, хто перебуває на утриманні політично-фінансових кіл².

Сам процес роздержавлення ЗМІ всіяко гальмується. В особливо критичній ситуації перебуває найчисленніша ланка преси – районні,

¹ Про суть і специфіку інформаційних війн див.: *Почепцов Г.* Теорія і практика інформаційних війн. – Ровно, 1999.

² *Балюк Н.* “Цепні пси демократії” не повинні їсти з рук влади // *Високий Замок.* – 2002. – 13 черв.

міськрайонні та деякі міські газети. Аналіз на підставі зарубіжного досвіду свідчить, що реформування цього найближчого до читача виду преси не тільки можливе, а й неминуче¹. Економічно незалежні видання існують, чимало районних вчаться заробляти на хліб насущний власною працею. Але їх реформування, незважаючи на зважені пропозиції керівництва Національної спілки журналістів України², викликають глухий спротив влади та певної частини журналістів, які звикли триматися за фалди адміністрації.

Чимало журналістів працює і ще більше працюватиме завтра у системі найрізноманітніших інформаційних служб, від паблік рилейшнз та реклами до прес-секретарів і авторів промов, статей, книг (їх на Заході називають спічрайтерами) політиків, державних діячів, великих бізнесменів, спортсменів, співаків тощо. Людина, яка обирає працю журналіста, повинна знати, що у цьому перенасиченому інформацією світі існує і така категорія літературних функціонерів.

Якщо навіть умовно вживати стосовно ЗМІ метафоричне “четверта влада”, то аж ніяк не можна назвати четвертою владою видання тієї чи іншої гілки влади, виконавчої, законодавчої чи судової, а щоби більше прес-службу чи прес-секретаря, навіть якщо вони обслуговують самого президента. Це теж інформаційно-журналістська праця. У світі її називають сервільною, тобто обслуговувальною. Це реальність, якої нікому не спростувати. І у нас, і за кордоном у цих службах, особливо високого рівня, працюють здібні та досвідчені журналісти.

Свобода журналіста починається із права вибору. Це перше. В умовах розвиненого інформаційного ринку журналіст має можливість обрати той вид інформаційної роботи і те місце, яке відповідає його здібностям, уподобанням, переконанням тощо. Драма українського журналіста, особливо у провінції, полягає у тому, що сучасна система ЗМІ з явним переважанням провладних та фінансово-олігархічних видань і каналів можливість вибору дуже обмежує.

Другою передумовою гідного становища журналіста у суспільстві є законодавчі гарантії. Відповідно до Законів України “Про друковані засоби масової інформації (преси) в Україні”, “Про телебачення і радіомовлення” та інших журналіст має право відмовитися від виконання редакційного завдання, якщо воно пов’язане з порушенням закону, відмовитися від матеріалу, якщо його зміст після редакційного втручання су-

¹ Паславський І. Районна преса: докорінні реформи неминучі // Дзеркало тижня. – 2003. – 19 квіт.

² Дубченко І. Не можна йти вперед, задерши голову назад. Відкритий лист голови Національної спілки журналістів України до всіх членів Спілки, всіх працівників засобів масової інформації, до кожного, для кого почуття свободи слова не пустий звук // Молодь України. – 2003. – 22 серп.

перечить особистим переконанням автора. На жаль, журналіст не завжди має змогу боронити свої позиції.

Третє. Бізнесові і владні структури повинні, як це радять закордонні експерти, навчитися тримати підпорядкованих їм журналістів не на короткому, а на довгому повідку, тобто давати найширші можливості самостійного вирішення всіх питань у визначених програмою межах. “Об'єктивного журналіста, – слушно наголошує Олександр Зінченко, – важко змусити писати “під темник”. Так само журналіста-пристосуванця важко змусити писати об'єктивно”¹.

Звідси четверте. Журналіст-професіонал за жодних умов не має права навмисно говорити неправду. Він може помилитися, але не має права брехати. Це повинно стати корпоративною нормою працівника масової комунікації. Свідомий обман повинен суворо каратися юридично і морально. Про роль журналіста у суспільних відносинах образно, хоч може й не вичерпно, сказав той же Олександр Зінченко: “Журналісти повинні усвідомити свою роль – посередника між владою і суспільством. Роль душоприкажчика, котрий не має права бути лакеєм”².

Питання про гносеологічні, тобто пізнавальні, можливості журналістики є одним із найскладніших і найдискусійніших у науці та практиці. Діапазон думок якнайширший: від заперечення будь-яких можливостей пізнання журналістом реальності до сприйняття певною частиною суспільства журналістської інформації мало не як істини в останній інстанції. Погодитись із такими крайнощами не можна. Потрібен диференційований, конкретний науково-практичний підхід, який би враховував як загальні закономірності пізнання життя в конкретних історичних умовах за допомогою науки, філософії й такого оперативного виду віддзеркалення дійсності, як журналістська інформація у її найширшому трактуванні. Треба брати до уваги її різні потоки.

Світ, який оточує людину, безмежний. Наші уявлення про нього відносні. Вони зафіксовані в океані наукової, художньої та практично-духовної інформації. Скромне місце у цьому океані посідає журналістика – сукупність оперативних повідомлень і тверджень про важливі у певний час події та явища. Вона відрізняється від наукової та художньої інформації ступенем узагальнення й осмислення.

Загальний обшир інформації, яку дехто називає архитекстом, справді, нікому із смертних не під силу охопити цілісно, збагнути до кінця. Журналіст, з огляду на специфіку оперативної інформації, способу її здобування і викладу, не може претендувати на глобальну, універсальну

¹ Зінченко О. Якщо відокремити бізнес від влади, вибори перестануть бути війною. Інтерв'ю Юлії Мостової і Сергія Рахманіна // Дзеркало тижня. – 2003. – 16 серп.

² Там само.

правду, на те, що в науці йменується високим словом Істина. Відомий український журналіст, один із зачинателів нового, посткомуністичного журналізму, головний редактор популярного тижневика "Post-Поступ" Олександр Кривенко так сформулював цю закономірність: "Не берімо на себе тягара казати правду. Ми не кажемо істини, бо ми її не знаємо. Ми не творимо фактів, лише допомагаємо іншим дізнатися про ці факти. Ми не даємо оцінок фактам, лише допомагаємо іншим зробити висновки з наведеної нами інформації. Якщо на підставі поданої нами інформації люди зроблять вмотивовані висновки – це добрий результат нашої праці. Якщо на підставі наших повідомлень люди уникнуть хибних висновків – ще краще. Помилки, обман, страх – від непоінформованості. Інформуючи людей, ми допомагаємо їм пізнати правду. Але ми не ризикуємо думати, що пропонована нами інформація вже є правда в кінцевій інстанції. Адже завжди існує певна кількість фактів, яких ми самі не знаємо"¹.

Незважаючи на категоричність і навіть суперечливість окремих висловів, у цьому судженні відображені загальні властивості пізнавальних можливостей журналістики й особливо тієї її частини, яку ми нарекли подієвою інформацією і яку, незважаючи на термінологічні успіхи сучасної науки, самі журналісти і надалі вперто називають просто інформацією.

Справді, мас-медія у всій своїй сукупності, у трансконтинентальному, національному і регіональному вимірі відображають інформаційну картину світу. З них сучасна людина дізнається про те, що, коли, де відбулося у світі, знаходить оперативне тлумачення тих чи інших подій. У теорії і практиці ЗМІ, особливо на Заході, давно утвердилась думка про те, що об'єктивність журналістики вимірюється неупередженим поданням новин, фактів, без нав'язування оцінок журналіста.

Некоментована, всебічно і системно подана інформація справді є одним із шляхів об'єктивного і точного, неупередженого відтворення дійсності. Вона потребує неабиякого вміння, чуття, напруження думки. Але все це залишається, так би мовити, за рядками тексту. В самому ж тексті мінімум власних думок, оцінок, суджень. Як постійно наголошують закордонні дослідники², автор має бути цілком відстороненим. Він, зважаючи на всю захопленість явищем, не має права виявляти власних симпатій чи антипатій, дотримуватися принципу неупередженості й діловитості. Принцип репортера, на думку цитованого шведського журналіста і дослідника Еріка Фіхтелюса, такий: "Я тут не для того, щоб говорити, що думаю я сам, а для того, щоб повідомляти, що думаєте і що робите ви"³. Подібний принцип сповідує згадуваний О. Кривенко:

¹ Кривенко О., Паєлів В. Енциклопедія нашого українознавства. – Львів, 1997. – С. 77.

² Див.: Scholastic Journalism / English E., Hach G., Rolinski T. E. – 8-th ed. – Amcs, 1990.

³ Фіхтелюс Э. Десять заповедей журналистики. – Вэрнамо, 1999. – С. 10.

“Не любимо нікого. Ні правих, ні лівих, ні центристів. Ні злочинців, ні святих. Принаймні, не демонструймо своїх симпатій. Ці симпатії, звичайно, у нас є. Але не вип'ячуймо їх на демонстраційний огляд, сховаймо їх глибше. І глядач сприйме наші симпатії (йї антипатії) без внутрішнього опору. Бо всяке нав'язування є агресією, а всяка агресія викликає опір... Не ненавидьмо нікого. Ми – не публіцисти. Ми мусимо повідомляти людям новини навіть про тих, хто нам ненависний...”¹.

Така позиція – природний протест нової пострадянської журналістики проти комуністичної преси, яка була журналістикою без інформації, була за певними винятками квазіпубліцистикою, аж надто суб'єктивною, менторською, бездоказовою, директивною, догматичною, в основі своєї брехливою.

Фактологічна журналістика має низку безсумнівних переваг. Вона дає загальне уявлення про те, що відбувається у світі, використовуючи насамперед факт. Він завжди багатший, багатозначніший, аніж будь-яке судження. Він сприймається легше, запам'ятовується глибше і міцніше. А головне – подієва інформація дає можливість чи створює ілюзію самостійного мислення реципієнта. “Не вчіть мене, – промовляє пересічний читач або слухач, – дайте мені факти, і я в них розберусь сам”.

Водночас ґрунтовний філософсько-гносеологічний аналіз проблеми відтворення і розуміння дійсності дає підстави, як мінімум, для двох висновків. Перший. Хоч якими достовірними й обширними за обсягами не були факти, вони можуть нічого не говорити про сутність процесів та явищ. Окрім того, часто нагромадження найрізноманітніших фактів може не прояснювати, а затемнювати справжню суть речей, що нині простежується в глобальних масштабах. Для з'ясування цієї сутності потрібні знання фундаментальних законів, пізнання у галузі історії, економіки, політики, психології, а також вміння самостійно мислити, аналізувати.

Другий. Не треба тішити себе ілюзіями щодо абсолютної об'єктивності подієвої інформації. Чесно відібрана, проаналізована фактологічна інформація справді може багато сказати про світ і час. Водночас вона таїть у собі потенціальну можливість маніпуляції з допомогою фактів. Про факт і його природу йтиметься у наступному розділі.

Важливо зазначити, що у журналіста, редакції, інформаційного агентства завжди є можливість відібрати і монтувати факти за певним принципом, який підводить читача до певного потрібного для автора висновку. Один із відомих журналістів-міжнародників порівняв цей підхід до простої арифметичної задачі, коли факти добираються за принципом “два додати два”. Висновок про те, що вийде чотири зробить сам читач чи слухач. І буде твердо переконаним, що такий висновок належить йо-

¹ Кривенко О., Павлів В. Енциклопедія нашого українознавства... – С. 77.

му і нікому іншому. Такий спосіб пропаганди досить підступний і дуже ефективний із психологічного погляду.

Що стосується журналістської аналітики, то тут теж діє принцип уважного і ретельного вивчення, систематизації фактів. Публіцист повинен не нав'язувати власну думку, а підводити до неї читача за допомогою не тільки фактів, але й суджень, неупереджених міркувань. Зрозуміло, у цьому випадку набуває чинності суб'єктивний чинник. Об'єктивності відображення автор досягає через суб'єктивне бачення і розуміння, прозоріння. В аналітичних жанрах застосовують методи наукового пізнання, складний логічний апарат, у художньо-публіцистичних – ще й специфічно-художній спосіб осягнення істини. Вирішальне значення має особливий талант, здатність до інтуїтивного відкриття, вгадування істини, яка ґрунтується на широкій ерудиції та евристичній властивості розуму¹.

Отже, у підсумку принцип правдивості журналістики реалізується тими особистостями, які в ній працюють. Дуже багато залежить від їхнього професіоналізму, громадянської мужності, таланту. Однак журналіст більше, ніж учений чи письменник, залежить від оточення, від значених вище політичних та економічних умов. Тому цілком закономірний такий підхід до питання: що сьогодні заважає журналістові говорити правду?

Про це йшлося під час парламентських слухань у Верховній Раді України 10 квітня 1997 року. Відомі українські журналісти гостро дискутували про незалежність журналіста. Ірина Погорелова наполягала, наприклад, на тому, що “цей перехідний етап у царині свободи слова, який переживає Україна, можна завершити на користь становлення вільного інформаційного простору визнанням статусу незалежного журналіста, законодавчим оформленням цього статусу на рівні з засобами масової інформації”².

Сергій Набока, як й інші учасники дискусії, говорив, що встановлена законодавчо державна підтримка преси шкідлива, бо це є “підтримка кишенькової, своєї... преси, бо своя преса владі потрібна”. Він нагадав відому назагал істину про відмінність між чиновником і журналістом. “Журналісти – це люди, які оце все, що влада робить, вони в принципі, в ідеалі мусять критикувати, вони є вороги влади за дефініцією, за визначенням, тому що вони є голос суспільства”³. Георгій Гонгадзе боронив чесні правила гри, за якими кожен відповідав би за свій вчинок. У полемічному запалі журналіст навіть виступив проти ухвалення будь-яких законів: “Якщо я сказав неправду в телеєфірі, хай мене судять, я від-

¹ Див.: *Здоровега В.* Політичне передбачення у творчості Івана Франка // Іван Франко – письменник, мислитель, громадянин: Матеріали Міжнар. наук. конф... – Львів, 1998. – С. 174–179.

² Свобода слова в Україні: стан, проблеми, перспективи... – К., 1997. – С. 58.

³ Там само. – С. 115.

повім перед законом. Якщо я сказав правду, ніхто не має права тиснути на мене... Не продаємось ми, але ж, розумієте, суть в іншому. Не в продажності чи непродажності. Якщо журналіст продається, отже, є можливість для цього. Створюються умови, щоб він продався”¹.

На запитання кореспондента прес-клубу газети “День” про те, які положення українського законодавства щодо роботи ЗМІ треба змінити, редактор “Молоді України” Володимир Боденчук однозначно відповів: “Всі. У нас стільки метушні навколо цього, що, вважайте, тему ми забалакали, закон має складатися з одного пункту – цього не можна. Далі працєю, як тобі підказує серце і дозволяє талант”². Справді, у найдемократичнішій щодо свободи слова країні – США – законодавчо працює лише перша поправка до Конституції, згідно з якою Конгрес не має права ухвалювати законів, які б обмежували свободу слова. Чітко і зрозуміло.

Бути правдивим, вільним у своїх судженнях журналістові заважає його економічна залежність, елементарна бідність, неможливість отримувати за свою працю належну винагороду. ЗМІ досі є маріонетками економічних груп і політиків. Переслідування, відверті і приховані, з боку влади ведуть, як свідчить досвід, до прямого знищення окремих видань, програм, каналів. Сюди ж слід віднести недосконалість і суперечливість законів про ЗМІ, їх неузгодженість із Конституцією України та й далеку від досконалості ст. 34 самої Конституції. Немає політичної волі, яка була б спрямована на дотримання уже чинних законів. І, нарешті, може найстрашніша загроза для журналістів, як і для суспільства загалом, – це розбійницькі, мафіозні структури. Шантаж, побиття, пограбування, вбивства стали нормою життя. Та коли одна із газет спробувала критикувати одного з найвідповідальніших правоохоронців, їй тут же було подано рахунок на суму 5 млн грн за образу честі й гідності.

У демократичному суспільстві честь і гідність людини повинні бути захищені. Однак прийнятий з подачі Президента Л. Кравчука у 1993 році Закон України “Про внесення змін і доповнень до положення законодавчих актів України, що стосуються захисту честі, гідності та ділової репутації громадян і організацій” настільки нечіткий і неконкретний, що, як свідчить досвід, давав можливість мало не кожному критикованому подавати до суду і вимагати часто нічим не обмежених, фантастичних компенсацій. Як наслідок, лише 1997 року подано 1257 позовів, за півроку 1998-го – 1163, що становило у грошовому еквіваленті відповідно понад 1,5 і 6,5 млн грн. Зважаючи на протести журналістів, були введені певні обмеження з боку Верховного Суду, а згодом скасовано і сам закон. Це не означає, що таких позовів більше не буде.

¹ Свобода слова в Україні... – С. 117–118.

² День. – 1999. – 25 черв.

Якщо ст. 171 прийнятого нещодавно Кримінального кодексу України передбачає покарання за перешкоджання професійної діяльності, то ст. 182 цього ж Кодексу дає можливість карати журналістів за використання “конфіденційної інформації про особу без її згоди... у публічному виступі, творі, що публічно демонструється, чи в засобах масової інформації”.

Серйозним і непростим є питання про залежність ЗМІ, з одного боку, від грошового мішка, з іншого – від влади, партійних угруповань, а тим паче мафіозних структур. Як і в багатьох інших сферах життя, в Україні діє багатоукладна система. Це вже не тоталітарна система, за якою із ностальгією тужать деякі політики. Техніка і технологія передачі інформації, які невинно вдосконалюються, існування глобального телебачення, Інтернету докорінно змінили інформаційну картину планети. Комуністична партійність – рідна сестра інформаційного монополізму. Введена в обіг те-за про те, що в епоху телебачення було б неможливим існування Гітлера і Сталіна, не позбавлена сенсу.

Це не означає, що зникло поняття партійності. Поки існуватимуть партії, існуватиме у тій чи іншій іпостасі партійна преса. Партійний журналіст, хоче він цього чи не хоче, змушений оцінювати події з певних позицій, обороняючи інтереси партії. Представники такої преси виправдовують свою zaangażованість тим, що позиція їх партії найсправедливіша, що тільки вони виражають загальнонародні інтереси, що вони не служать партії, а, як любив колись повторювати М. Шолохов, серця їхні належать партії. Щасливий, хто вірить.

Журналістові важливо усвідомити відмінність залежності публічного слова від партії, влади, системи управління і того, що умовно можна назвати вільним капіталом. Влада у багатьох випадках діє, грубо кажучи, за принципом “Я тобі плачу, ти мені служиш”. Залежності ЗМІ від капіталу не варто, особливо в сучасних умовах, ідеалізувати. Капіталом, як і владою, можна зловживати, як це добре видно на прикладі України і ще наочніше на прикладі, скажімо, Росії, у якій олігархічний капітал набагато масштабніший і нахабніший. І все ж стосунки “ЗМІ – капітал” відрізняються від зв’язків “ЗМІ – влада”. Розміщення капіталу і підкуп – різні речі. По-перше, власник чи група власників вкладають капітал у мас-медіа з метою отримання прибутку. По-друге, володіти ЗМІ – престижно. По-третє, виробник прямо чи опосередковано зацікавлений у прямій і непрямій рекламі. Як свідчить досвід європейських постсоціалістичних країн, важливу роль тут можуть відіграти іноземні інвестиції.

Все це, як кажуть, меркантильні цілі. Та є й інші, альтруїстичні стимули. Відомо, що українська періодична преса, книга, культура взагалі не змогли би існувати в минулому, якби не було меценатства. Такі люди, як Є. Чикаленко, В. Смирненко та інші, не просто матеріально підтриму-

вали пресу, а віддавали для неї нерідко все, що мали. Меценатство в Україні, хоч і повільно, відроджується. І це обнадіює, що незалежний український капітал сприятиме утвердженню незалежної від чиновництва культури.

Тільки незалежна журналістика і незалежні журналісти здатні утверджувати загальнолюдські, гуманістичні ідеали. Теоретики журналістики, публіцисти, політологи, філософи дедалі більше переконуються у тому, що людство може врятувати лише гуманізм. Він трактує людину як мірило всіх цінностей, передбачає реалізацію прав і свобод людини, уникнення протистоянь різних соціальних груп, партій, націй, конфесій, спільну боротьбу людства за виживання в умовах глобальних екологічних проблем. ЗМІ зобов'язані сприяти не протистоянню, а конструктивному діалогу. “Не “боротьбу до перемоги”, – слухно наголошує відомий дослідник журналістики професор Є. П. Прохоров, – а дискусію в перспективі конвергентного розвитку підходів, оцінок і рішень, чого і вимагає істинний діалог, учасники якого відчують себе “ мешканцями” єдиного дому людства, який спільно будують з врахуванням особливостей кожного”¹.

Зауважимо, що для журналіста гуманізм – не просто абстрактне поняття, а цілком конкретна увага і повага до конкретної людини, до її гідності. Журналіст не тільки має право, а й зобов'язаний піддавати критиці неподобства, злочини супроти людини і суспільства загалом. Він за своїм суспільним призначенням має стояти на захисті правди і справедливості. Але не має права заради навіть “найблагородніших” намірів перекручувати фактів, вдаватися до літературних прийомів, які можуть образити, принизити людину. За це він несе як правову, так і моральну відповідальність.

Аналіз журналістської практики свідчить, що частина судових позовів зумовлена несумлінністю працівників ЗМІ, які самі себе підставляють під дію закону. Найчастіше це пов'язане із не завжди ґрунтовним вивченням і узагальненням фактів. Трапляються образливі вислови, безпідставні звинувачення, вживання непристойних епітетів, обігрування прізвищ або навіть фізичних вад тощо.

Як чинні закони, так і Кодекс професійної етики українського журналіста, зобов'язують його “завжди бути об'єктивним, коректним, відповідальним за свою справу” і поширювати лише ту інформацію, у правдивості якої переконаний. “Журналіст, – читаємо у Кодексі, – повинен уникати у своїх публікаціях та передачах образ з приводу націо-

¹ Прохоров Е. Гуманистические ориентиры журналистики // Вестн. Моск. ун-та. Сер. журналистика. – 1998. – № 3. – С. 12.

нальних, расових, етичних та релігійних поглядів і почуттів людей, протидіяти екстремізму та обмеженню громадських прав за будь-якими ознаками. Він утримується від натяків або коментарів, що стосуються фізичних недоліків чи хвороб людини, зобов'язаний уникати вживання образливих висловів, які можуть завдати їй моральної та фізичної шкоди¹.

На дотримання журналістом правдивості і тактовності цікаво глянути очима судової влади, яка розглядає конфліктні ситуації з приводу виступів журналістів. Ірина Саприкіна, суддя Радянського районного суду м. Києва, яка має чи не найбільший досвід розгляду позовів, адресованих ЗМІ, вважає, що у журналістів ще не сформоване достатнє почуття відповідальності за написане і сказане. В інтерв'ю газеті "День", досить ґрунтовному і повчальному, І. Саприкіна наводить низку спірних, навіть суб'єктивних тверджень, зокрема, визнає недосконалість чинного законодавства, наявність у ньому "білих плям". Вона має рацію, постійно нагадуючи журналістам, що за написані та сказані для широкого загалу слова автор повинен відповідати також і перед судом. "І критерій тут один – істинність. Бувають і помилки в газетах, – зазначає суддя. – Ми все це розуміємо. Але журналіст не може діяти як адвокат, не може висвітлювати тільки одну точку зору. Журналіст повинен бути тактовним і не забувати, що особисте життя громадян охороняється законом. А крім того, він не повинен забувати, що все, про що він пише, потребує доказів"².

У своїх судженнях Ірина Саприкіна акцентує на тому, що критика не може ґрунтуватися на недостовірній інформації, на плітках і чутках, що не тільки факти, але й оціночні висновки підлягають оскарженню, з чим, звичайно, можна сперечатись. Як дискусійні, не підтверджені чіткими визначеннями можна сприймати її судження про відмінність між критикою й образою. З нею не можна не погодитись в тому, що журналіст не має права називати незаконним вирок суду, бо це "звинувачення суду в скоєнні злочину", як і в тому, що журналіст не може звинувачувати лікаря в некомпетентності, бо "це прерогатива кваліфікаційної комісії". Навіть достовірні публікації про ті чи інші фізичні вади людини можуть бути образливими і потребуватимуть відшкодування.

Та, може, найціннішою у міркуваннях представника судової влади є її думка про необхідність підвищення професіоналізму сучасного журналіста. Ми ще часто пишемо так, як у не так давні старі часи, критикуючи, не соромились у доборі епітетів, загалом виразів. "Журналіст, –

¹ Журналіст України. – 1997. – № 5/6. – С. 5.

² Щоб вижити, газетам треба вивчити мову Езопа. Інтерв'ю О. Панченка із суддею Іриною Саприкіною // День. – 1998. – 14 лип.

зазначає суддя, – повинен знайти таке висловлювання, щоб воно нікого не ображало. В цьому професіоналізм журналіста. Можна обізвати людину дурнем, а можна сказати, що людина вчинила нерозумно. Адже це слово саме собою образливе. Ні в кого нема довідки, що він дурень. Ви доведете, що людина некомпетентна, але за “дурня” ви вибачитесь”¹.

Чи скovouють такі вимоги зображувальну палітру журналістики, особливо у таких жанрах, як памфлет, фейлетон, есе? Якоюсь мірою так. Проте людина творча завжди знайде вихід із ситуації. Зрештою, хльосткість, грубість ніколи не були ознакою якісної журналістики. Вони були характерні для стилю ленінської публіцистики і публіцистів його школи.

Отже, питання об'єктивного відображення життєвої реальності журналістикою є досить складним. Журналістика по гарячих слідах відтворює поточні події у вигляді відповідних потоків подієвої інформації, більш чи менш глибоко тлумачить події й актуальні у певний час факти. На шляху правдивості у відтворенні цих подій і явищ наявна ціла низка об'єктивних і суб'єктивних перешкод. До об'єктивних належить обмеженість самого пізнання і розуміння людиною суперечливих, динамічних процесів, необхідність уже сьогодні чи завтра не тільки повідомити, що відбулося, але й зазначити чому і які наслідки можливі. На заваді також можуть бути об'єктивні економічні, політичні, правові перешкоди, зацікавленість певних суспільних сил у відповідній подачі інформації та її тлумаченні. Вирішальне значення у поданні об'єктивної, чесної інформації має журналіст. Якщо не все, то дуже багато залежить від його сумління, громадянської мужності говорити правду, від компетентності й професіоналізму.

Питання для обговорення

1. Від “підручних партій” до виразників громадської думки.
2. Об'єктивність відображення – найсуттєвіша риса демократичної журналістики.
3. Відмінність між подієвою інформацією і публіцистикою щодо способів відтворення дійсності.
4. Гуманізм – основа журналістики майбутнього.
5. Журналіст, влада, партії: особливості стосунків в умовах утвердження демократії.
6. Право журналіста на критику та правова й етична відповідальність за неї.

¹ Щоб вижити, газетам треба вивчити мову Езопа...

Список літератури

Свобода слова в Україні: стан, проблеми, перспективи // Матеріали парламентських слухань... – К., 1997.

Здоровега В. О партийности, денежных мешках, меценатстве или Что мешает свободе слова в Украине // Зеркало недели. – 1999. – 13–19 февр.

Кузнецова О. Журналістська етика та етикет. – Львів, 1998. – С. 39–60.

Москаленко А. Вступ до журналістики. – К., 1997. – С. 136–149.

Прохоров Е. Формирование социальной позиции журналиста // Вестн. Моск. ун-та. Сер. журналистика. – 1992. – № 1. – С. 3–15.

5. ЗАДУМ, ТЕМА, КОНЦЕПЦІЯ, ІДЕЯ ТВОРУ

Написання, проголошення будь-якого журналістського виступу починається не за столом, не перед камерою, мікрофоном. Цьому вирішальному моменту в роботі кожного літератора передує більший чи менший, іноді, як під час підготовки оперативних матеріалів, зведений до кількох хвилин, “дозастольний” період творчості, тобто творчий мислений процес, від якого залежить успіх майбутнього твору. Багатьом необізнаним із методикою журналістської праці, зокрема журналістам-початківцям, здається, що журналістський виступ починається з факту. Відбулася якась подія, і журналіст тут же її описав. Так справді буває із тривіальною хронікою, яка, як звичайно, йде слідом за подією, елементарно фіксує її у відповідних словах чи фото-, телекадрі. Та й у цьому випадку відбувається певний відбір, зіставлення відповідної інформації. Зрештою, будь-яка інформація з’являється спочатку в голові, а вже опісля втілюється у відповідних словах чи зорових образах. Здавна відомо, що навіть найгірший архітектор відрізняється від найліпшої бджоли тим, що бджола робить найфілігранніші соти інстинктивно, тоді як найпримітивніша споруда з’являється спочатку в голові, а вже потім втілюється у реальному матеріалі.

Без сумніву, реальні факти, явища є предметом відображення, джерелом виступів, поштовхом до написання заміток, нарисів, статей і фейлетонів. Проте між фактами дійсності й конкретними творами журналістики є низка проміжних логічних операцій, без розуміння й аналізу яких важко зрозуміти літературно-творчий процес.

У психології прийнято вести мову про різні етапи творчого процесу. Вчені, дослідники та й самі практики поділяють творчий процес на різну кількість стадій (від трьох до семи) залежно від позиції самих авторів і видів творчої діяльності. Якщо йдеться про науку, то прийнято виділяти зародження задуму, процес нагромадження матеріалу і його обдумування, творче осяяння, або власне відкриття, той щасливий момент, який може з’явитись після важких мук і вагань, а може й не з’явитись, а також перевірку правдивості одержаних результатів. У мистецтві, літературі зокрема, зазвичай вирізняють три стадії: зародження задуму; вивчення, у разі потреби, різноманітних матеріалів, документів, визрівання сюжету, образів тощо; втілення задуму в матеріальну форму,

тобто написання твору. Можна виокремити ще й завершальний етап – доробку і переробку, остаточне саморедагування тексту.

Розуміючи умовність такого поділу, множинність індивідуальних варіантів реалізації творчих задумів, вважаємо, що така загальна класифікація все ж дає можливість зорієнтуватись у суті самої послідовності праці. Якщо спробувати перенести цю класифікацію на творчість публіцистичну, то можна назвати такі умовні етапи цього процесу: виникнення задуму, процес збору, вивчення і систематизації матеріалу (його, відповідно, можна умовно поділити на формування теми, створення концепції, попереднє ознайомлення із життєвим явищем, зустрічі з людьми тощо), реалізація творчого задуму, втілення його у слово, а на телебаченні – у зняті кадри, картини, що неможливе без режисерського бачення, роботи оператора тощо.

Дехто з дослідників журналістики виокремлює і такий крок творчого процесу, як соціальна дія твору, тобто практичні і політичні результати того чи іншого виступу. Це важливий аспект соціальної дії плоду творчого акту, але він виходить за межі власне літературної праці, його використовували з метою підтвердження дієвості журналістики у її більшовицькій інтерпретації.

Шляхи виникнення літературного задуму, як і його джерела, найрізноманітніші. Найпершим живильним джерелом будь-якої журналістики, її першоосною є, зрозуміло, реальне життя у всій його багатоманітності й невичерпності. Тому безпосередні враження від життя є найпершим джерелом як інформації, так і задумів, тем. Другим джерелом, яке наштовхує журналіста на задум, нерідко прямо підказує його, є спілкування, розмови з людьми. Третім поштовхом зародження задумів і тем є документ у всіх своїх різновидах від офіційних політичних заяв, повідомлень інформгентств, Інтернету до історичних писемних джерел і свідчень. Четвертим, зазвичай, найоперативнішим джерелом задумів для журналіста є редакційна пошта, телефонні повідомлення читачів, слухачів. Окремий, п'ятий виток інформації, яка веде до зародження оперативних виступів мас-медіа, – офіційні зустрічі, прес-конференції, брифінги, з'їзди, симпозіуми, засідання найрізноманітніших колективних органів і об'єднань. І, нарешті, шостим джерелом, суто індивідуальним, приватним, як самої інформації, так і задумів і тем є постійні особисті контакти із цікавими, компетентними людьми – фахівцями певних галузей знань, політиками, чиновниками, працівниками правоохоронних органів тощо. Досвідчений, авторитетний журналіст “обростає” колом довірених йому людей, які можуть порадити, застерегти від помилки, підказати таку тему, до якої він сам додуматись не може.

На відміну від мистецтва, літератури, у яких задум, зазвичай, має суто індивідуальний характер, у журналістиці як колективному виді

творчості задуми і теми є результатом роботи не тільки одного автора, а багатьох співробітників редакції, насамперед її керівництва. Хоч більшість редакцій так чи інакше позбулась опіки тих, хто колись спрямовував мало не кожен крок журналістів, без продуманого плану, проекту редакційний колектив обійтись не може: то лише необізнаній у тонкощах журналістської технології людині може видатись, що той чи інший засіб масової інформації працює стихійно, самопливом. Якщо такі видання й існують, то в них невелика перспектива вижити. Річ не тільки у зовнішніх впливах, хоч без них тією чи іншою мірою не можна обійтись, а в тім, що кожна програма, кожен проект редакції потребують цілеспрямованої дії, а отже, й розумних виконавців.

Тому всю багатоманітність визрівання індивідуальних журналістських задумів можна звести до двох головних видів: **редакційного замовлення і вільного зародження задуму.**

Можливий і комбінований варіант, коли, скажімо, редакційне замовлення свосередно доповнюється індивідуальним рішенням одержаного завдання або навпаки, коли нечіткий, приблизний і загальний задум журналіста знаходить чіткіше і виразніше формулювання у редакційному плані чи замовленні.

Та незалежно від способу зародження задуму, у журналіста має бути своє, особисте зацікавлення відповідною темою. Публіцистичний виступ тоді цікавий, коли запропонована чи знайдена тема збігається і пов'язується з тим, що болить самого автора як людину, як громадянина. Не випадково журналісти з більшим задоволенням працюють над близькими їм задумами й темами, які народжуються з особистого інтересу, часто несподіваного імпульсу. І, навпаки, однією з причин появи посередніх, сірих і нудних творів є те, що їхні автори є байдужими до важливих, потрібних редакції тем і проблем.

Звідси неминучі колізії між журналістом і редакцією, персоніфікованій в особі редактора чи іншого керівника творчого колективу. Один із відомих сучасних редакторів нового покоління так сформулював дилему редактор – журналіст: хочу – не треба, не хочу – треба, треба – не могу. Розшифровується ця дилема просто: журналіст хоче написати на тему, яка з погляду редактора виданню не потрібна, журналіст не хоче писати про те, що редакції у певний час доконче потрібно, редакції потрібен матеріал, якого журналіст написати не може.

Сьогодні журналіст має законне право відмовитись від виконання редакційного завдання, якщо воно суперечить його ідейним чи моральним переконанням, журналіст не тільки має право, а й зобов'язаний, як передбачено ст. 26 Закону “Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні”, “відмовлятися від доручення редактора (головного редактора) чи редакції, якщо воно не може бути виконане без пору-

шення Закону”¹. У Кодексі професійної етики українського журналіста зафіксоване також право відмовитися від написаної ним власної інформації, якщо її зміст після редакційної правки зазнав суттєвих змін, “що суперечать його переконанням, або пов’язані з порушенням норм професійної етики”².

Кожен задум – найперший шабель творчого процесу. Це ще не цілком усвідомлений намір щось сказати публіці, перша стадія народження теми. Він виникає як своєрідний поштовх, як певне передчуття теми, загальне прагнення поділитися з іншими людьми новиною, думкою, ідеєю.

“Питання задуму не є настільки гострим, щоб його можна було раз і назавжди однозначно розв’язати, – слушно зазначає Володимир Різун. – Але в ідеалі написанню твору має передувати процес формування задуму, в якому в чіткій формі розкладені по полицях усі композиційні елементи майбутнього твору. Чим чіткіший задум, тим він старанніше розроблений, зафіксований на папері, тим легше авторові перетворити його у твір”³.

Тема виростає із задуму як процес його глибшого осмислення, заповнення додатковою інформацією, фактами, думками. Вона може бути чітко сформульована у замовленні редакції. Але в авторській свідомості, якщо йдеться про твір складний, навіть чітко сформульована, задана тема обов’язково “переварюється”, трансформується, освоюється індивідуально.

І тут постає одне з постійних питань літератури, журналістики зокрема, що вважати темою твору. Одні трактують тему як те, про що написаний твір. Зрозуміло, що така фраза жодним визначенням бути не може. Мало що дає визначення теми, яке зводиться до відображення явища, якого торкається автор. Дехто з публіцистів вважає темою головну думку, поєднання думок твору, в яких виражається ставлення автора до явища. Посилаються на М. Горького, який свого часу доводив, що тема – це ідея, яка зародилась у досвіді автора, підказана йому життям, але гніздиться у вмістилищі його вражень ще не оформленою і, вимагаючи втілення в образах, збуджує прагнення до праці над її реалізацією.

Таке визначення теми, коли під нею розуміють те, що болить авторові, не дає йому спокою, цілком правильне стосовно більшості творів художніх, публіцистичних, не може бути застосоване до журналістики в цілому, а отже, є однобічним, не універсальним. Зайвим буде доводити, що більшість журналістської інформації – насамперед фіксація певних подій, фактів, повідомлення про певне коло явищ, ідей, суджень. То хіба

¹ Україна: інформація і свобода слова. Збірник законодавчих актів нормативних документів та статей фахівців. – К., 1997. – С. 103.

² Кодекс професійної етики українського журналіста // Журналіст України. – 1997. – № 5/6. – С. 5.

³ Різун В. Літературне редагування. – К., 1996. – С. 141.

повідомлення, для прикладу, що відбулась така подія, засідала комісія й ухвалила таке ось рішення, один політик чи вчений сказав щось повчальне, інший йому заперечив, – це виступи без теми, бо в них немає постановки проблеми? Звичайно, ні. Просто треба шукати універсальну формулу, яка б підходила для роману, ліричної мініатюри і звичайнісінької замітки чи репортажу. Отже, треба враховувати як предмет відображення, так і питання, яке автор порушує на підставі конкретного життєвого матеріалу. **Тема літературного твору – це певне коло життєвих явищ і пов'язаних із ними проблем.** У творах інформаційних повідомляється, менше чи більше пояснюється певна система новин. У цьому випадку факт і тема збігаються. В аналітичних текстах, окрім цієї подієвої інформації, порушується певна проблема, робиться спроба дати відповідь на питання, які хвилюють громадськість.

Логіка і послідовність взаємодії між задумом, темою, фактом та явищем не завжди однакові. Вони можуть мінятися місцями: факт, навіть штришок, подробиця наштовхують на задум і, навпаки, задум, тема, замовлена автором, примушує вивчати, шукати факти, аналізувати їх.

Та ось визрів задум, продумано тему. Автор у загальних рисах уже знає, на якому матеріалі та які питання висвітлюватимуться. У його свідомості визріла мислена модель, схема майбутнього твору. І тут з'являється ще один компонент творчого мислення, на який звертають увагу самі публіцисти і якого не помічають теоретики. Йдеться про те, що можна називати *концепцією, гіпотезою, версією* аналітичного твору. Чи не першим про це образно сказав відомий російський публіцист Валерій Аграновський. “Концепція, – наголосив він, – рідна сестра теми, молодша за віком, тому що народжується пізніше, а за значенням, за ґрунтовністю старша. Тему можна сформулювати без доказів, а концепція неодмінно містить обґрунтування, докази, резони. Від задуму до теми півкроку, до концепції – повний крок”¹.

Концепція є своєрідною гіпотезою, припущенням, версією можливого тлумачення фактів і явищ. Відповідна концепція зароджується в автора, зазвичай, ще до детального ознайомлення з фактами, їх докладного вивчення. Іноді редакції навіть практикують колективне обговорення можливого трактування теми, тобто спільно обмірковують концепцію майбутнього виступу.

Мимоволі напрошується певна аналогія між пошуковою працею журналіста і слідчого. Ознайомившись у загальних рисах із скоєним злочином, побувавши на місці його скоєння, слідчий чи група, якій доручено займатися певною справою, обов'язково висуває не одну, а кілька версій можливих причин та перебігу злочину. Для чого? Зрозуміло, без

¹ Аграновский В. Ради единого слова. – М., 1978. – С. 30.

таких припущень, версій правоохоронці будуть сліпими, позбавленими можливості ухопитись за невидимі ниточки, щоб розплутати складний клубок злочину, їхній успіх великою мірою залежить від того, наскільки уважними, проникливими будуть вони у побудові гіпотез, версій, наскільки володіють загальною інформацією, виробленою науковим методом дослідження, інтуїцією тощо.

Ідеться про аналогію, а не тотожність, оскільки розслідування кримінальної справи і журналістське розслідування суттєво відрізняються між собою. Насамперед метою, правовими і технічними можливостями, наслідками результатів вивчення справи. Правоохоронець досліджує злочин, для журналіста розслідування злочину – лише один із можливих варіантів, він вивчає інші аспекти стосунків між людьми, між людиною і законом, людиною і владою. Його висновки мають швидше моральне, ніж правове значення. Журналіст не може і не має права підняти суд і слідство. Але ознайомлення з методом, процедурою, досвідом слідчої справи може для нього бути корисним.

Про концепцію публіцистичного твору дуже важко вести мову на підставі самого тексту чи готової передачі. Найліпше про це може розповісти сам автор. Однак і на підставі готового твору ми можемо певною мірою відтворити хід авторської думки, ту складну попередню роботу мислі, недоступну для зовнішнього ока, без якої годі сподіватись досконалої статті, нарису, передачі.

Простий приклад. Редакція газети “Високий Замок” вирішила провести “журналістський експеримент”. Під такою рубрикою у газеті за 10–11 липня 1999 р. з’являється репортаж “Не все продається на проспекті Свободи”. Як виявилось, репортери за годину зібрали у центрі Львова 160 підписів за вигаданого претендента в кандидати на пост президента України, “віддячуючи” за кожен автограф 25 копійок.

Задум, як кажуть, був елементарний – прозондувати можливість зібрати швидко і недорого підписи за міфічного, нереального, кандидата у президенти, хоч тема виступу аж надто серйозна – байдужість електорату до виборів. Зрозуміло, необхідна була певна концепція, версія можливого розвитку сюжету. Вона виникла у процесі підготовки і навіть була забезпечена організаційно: виготовлений плакат, заготовані фальшиві підписні листи, продуманий збір підписів із свідомим порушенням процедур. “біографія” лжепретендента у кандидати, прихоплена відповідна сума грошей, залучений фотокор тощо. Про те, як усе відбувалося, читач дізнався із фотографій і тексту самого репортажу. Треба лише зазначити, що репортери діяли не зовсім коректно з правового погляду.

Звичайно, у складніших за постановкою питань, за обсягом охоплення явищ, за структурою і характером аргументації творах по-іншому, не так предметно і не у такій послідовності, але авторська концепція ви-

являється. Повторюємо, що йдеться про виступи концептуальні, пошукові, проблемні. Це неважко проілюструвати на конкретних прикладах, взятих із журналістської практики.

Назвемо лише децицію таких виступів, різних за позицією їхніх авторів і жанровою модифікацією, зрештою, за переконливістю аргументації. Це такі програмні, можна сказати, твори, як “Галичино, Галичино...” Мирослава Мариновича¹, “За крок до катастрофи і координати порятунку” Юрія Бадзя², “Малоросійство та хохлуйство: день сьогоднішній” Анатолія Погрібного³, оперативні коментарі до подій, як, наприклад, публікації тижневика “Зеркало недели”⁴, теоретико-публіцистичні дослідження Оксани Забужко “Література і тоталітаризм...”⁵, Володимира Панченка “Сандормох як розплата за утопізм...”⁶, політичні портрети Володимира Золотарьова “Про вашу й нашу Наташу...”⁷, “Симоненко й зупинений час”⁸. Навіть ювілейна стаття чи рецензія може бути концептуальною, якщо за справу береться майстер⁹.

А що вже говорити про телепубліцистику. Якщо автор газетної чи журнальної публікації завжди має певні можливості імпровізації, зміни об’єкта чи акценту, то аналітичні чи навіть розважальні передачі, які можуть бути реалізовані лише колективними зусиллями, немислимі без концепції, продумування різних ходів, а відтак і монтажу. Тут мусить бути єдність хоча б трьох співтворців: автора-ведучого, режисера, оператора.

Програма Ольги Герасим’юк, яку вона робила разом із режисером і оператором Андрієм Несторенком під назвою “Версії”, говорить сама за себе. Міжнародне визнання цієї та інших телепрограм відомої тележурналістики пояснюється насамперед чесністю, сміливістю і правдивістю автора, високим професіоналізмом, продуманістю і принциповістю концепції.

Щодо самої послідовності ходу логіки мислення, то тут можливі різні варіанти. В. Аграновський вважає, що “концепція повинна творитись не після, а неодмінно до збору матеріалу”¹⁰. Така послідовність має безсумнівні переваги, хоч об’єктивно таїть і певну небезпеку.

¹ Час. – 1997. – 2–8 жовт.

² Літ. Україна. – 1999. – 17 черв.

³ Там само. – 1, 8, 15 квіт.

⁴ Днів., наприклад: *Мостовая Ю.* Служили два товарища. Ага-а-а... // *Зеркало недели.* – 1999. – 26 люта–2 люта; *Семена Н.* Национальный план демографического взрыва // *Зеркало недели.* – 1999. – 29 мая.

⁵ Літ. Україна. – 1990. – 23 серп.

⁶ Там само. – 1998. – 7 трав.

⁷ День. – 1999. – 30 черв.

⁸ Там само. – 15 лип.

⁹ Там само. – 1 квіт.

¹⁰ *Аграновский В.* Ради единого слова... – С. 30.

Концепція чи версія – це не тільки попереднє бачення проблеми, можливого її розв'язання. Це також певний компас у морі життєвого матеріалу, який може знадобитися у процесі реалізації задуму, теми. Зазначимо, що саме попереднє продумування майбутнього виступу дає змогу авторові знаходити потрібні сюжетні ходи, деталі, образи.

Навіть ті журналісти-практики, які не визнають концепції або й ніколи не чули про неї, керуючись чужим і власним досвідом, їдучи чи йдучи на об'єкт вивчення, обов'язково продумують можливі ходи, варіанти тлумачення подій, пошуку джерел, епізодів, фактів. Журналісти-початківці нерідко йдуть у відрядження, йдуть на об'єкт із нав'язаною редакцією темою, концепцією. Без такого попереднього обдумування теми вони не впораються із завданням. Майже кожен другий журналіст розповість вам про власні невдачі, які їх спіткали саме внаслідок того, що вони кидалися у житейське море, не тільки не вміючи плавати, а й не усвідомлюючи чітко того, за чим пливуть.

Редакція отримала тривожного листа від студентки, матері маленької дитини, яку залишив у біді легковажний, не пристосований до життя чоловік, а керівництво за неуспішність ще й відрухувало її з інституту. Керуючись найшляхетнішими прагненнями допомогти людині, журналістка-початківець з приголомшливим своєю гіркотою й обуренням листом їде у провінційне містечко, де стикається з такою заплутованою справою, що потрапляє у безвихідь: "Повернулася у редакцію, оглушена суперечливістю думок і з п'ятьма списаними блоками. Можливо, в них для побутописання звичаїв маленького містечка і приховувалась ціла повість, але на газетний матеріал фактів не вистачало. Та "відписуватись" треба. І я добросовісно виклала на дев'яти сторінках все, про що дізналась за тиждень відрядження. Опісля довгі обговорення у відділі і спроби переробок, але на розробку тих концепцій і варіантів, які пропонували досвідченіші товариші, матеріалу не вистачило. Адже своєї моделі у відрядженні в мене не було. Я намагалася охопити все – і не привезла нічого"¹.

Відстоюючи попереднє зважування концепції майбутнього публіцистичного виступу, яке допомагає авторові бути зрячим, не можна унеможливити певного "засліплення", тобто упередженого, заздалегідь сконструйованого бачення дійсності. Як уже зазначалося, аналітична журналістика загалом більш заангажована, ніж подієва інформація.

На Заході ставлення до неї надто упереджене. І справді, як наголюється у деяких дослідженнях, "концептуальна публіцистика має чи не найбільшу можливість маніпулювати свідомістю мас. З одного боку, вона начебто орієнтується на розумного читача, здатного опанувати за-

¹ *Горбинская В.* Стоит ли изобретать велосипед?... // Журналист. – 1983. – № 1. – С. 58.

пропоновані знання, з іншого, в ній закладена недовіра до нього: навіть у хвилини, коли читача запрошують до самостійного міркування, йому пропонують аргументи і факти, які так чи інакше, але укладаються в ложе потрібної концепції, йому задається конкретний напрям та визначаються межі мислення. Отож, в інформаційних жанрах, попри їх вади, більше свободи і більше довіри до читача”¹. Це так і не зовсім так, оскільки за допомогою некоментованої інформації можна не гірше маніпулювати свідомістю, ніж за допомогою публіцистики. Все залежить від мети, чесності, правдивості автора і редакції, їхньої можливості й бажання сказати людям правду.

Концептуальна публіцистика більше і відвертіше тенденційна, сумніву нема. Та це лише один бік справи. Інший – у внутрішній природі самого процесу творчості, мужності і професіоналізму журналіста. Досвідчений і принциповий журналіст завжди знайде, навіть усупереч волі редакції, в собі сили відмовитись від первісного задуму, якщо факти не вкладаються у задану схему. Тому зустріч з учасниками події, врахування різних поглядів, ознайомлення з документами є святим обов’язком журналіста. Звідси правило: довіряти фактам і тільки фактам. Знати їхню природу і підступність. Брати за основу реальний, а не спотворений тенденційним сприйняттям факт.

Ще небезпечнішим для журналіста є спокусливе бажання ледь-ледь “підправити”, “підтесати” факти. Йому може здаватися, що він просто по-своєму побачив факт, ледь підкрасив одного політика, або, навпаки, трішки загострив, перебільшив недоліки іншого. А в результаті може вийти неправда, на яку читачі реагують досить гостро або просто відвертаються від газети, від екрана із сакраментальною фразою: “Всі вони брешуть”.

Нарешті, ідея журналістського твору. Ідея – це, як відомо, головна думка літературного, мистецького чи публіцистичного твору. Залежно від природи твору ідея має свій характер, свої способи вираження. У творі художньому ідея або художня ідея – це думка, яка впливає із системи образів, картин, тобто із самого художнього полотна твору. Її, зазвичай, важко або й просто неможливо виразити вербально, не спростивши, не збіднивши.

Ідея наукового твору, або наукова ідея, виражається, як звичайно, словесно, у формі висновку, дефініції, формули, схеми, графіка тощо. Ідея публіцистичного твору, або ідея публіцистична, має певні особливості. Це також висновок твору, поданий у понятійній, а іноді й в образно-понятійній формі. Але, на відміну від твору художнього, ідея твору

¹ Габор Н. Концептуальна публіцистика: пошуки істини чи інтелектуальні пастки? // Унікаючи апокаліпсису. – Львів, 1999. – С. 83.

публіцистичного, зазвичай, формулюється логічно чітко і недвозначно. Навіть у художньо-публіцистичних жанрах, у яких ідея втілюється у конкретній ситуації, системі певних образів, вона переважно формулюється самим автором. Характерною її особливістю є також те, що вона ненав'язливо, нерідко опосередковано підштовхує шляхом формування поглядів, установок до дії, вчинків, соціальної акції.

Зародження задуму, визрівання теми, формулювання проблеми та ідеї журналістського твору нелегко формалізувати, логічно проаналізувати. Навіть найпростіший акт творення – процес досить складний. Самому авторові журналістського твору часто важко розкласти його по окремих поличках. Тут неминучий елемент інтуїтивного, підсвідомого. Розповісти про все це без спрощення, схематизації важко. Однак і такий спрощений, умовний поділ складного продуктивного процесу може бути повчальним для молодих журналістів і не тільки для них.

Питання для обговорення

1. Головні етапи роботи над журналістським твором: виникнення задуму, процес збору й осмислення матеріалу, написання твору, остаточне опрацювання тексту, монтаж плівки. Особливості роботи у прямому ефірі. Значення “дозастольного” періоду творчості.

2. Журналістський задум і шляхи його зародження. Джерела тем і задумів.

3. Від задуму до теми твору. Факт і тема. Визначення теми.

4. Визрівання концепції і процес збору матеріалу. Подолання суперечності між первинною концепцією й об'єктивною реальністю.

5. Публіцистична ідея та засоби її втілення в журналістиці.

Список літератури

Аграновский В. Ради единого слова. – М., 1978.

Здоровска В. Питання психології публіцистичної творчості. – Львів, 1982. – С. 27–36.

Прилюк Д. Теорія і практика журналістської творчості. – К., 1983. – С. 115–158.

Так рождается тема // Журналист. – 1991. – № 10. – С. 67–68.

6. ФАКТ І ЙОГО ПРИРОДА У ЖУРНАЛІСТИЦІ

Перед тим, як розглянути природу факту і його ролі у журналістському творі, з'ясуємо широке поняття – спілкування. Це слово увійшло у щоденну журналістську і соціальну практику. Дехто з дослідників поряд із поняттям “інформація” вживає поняття “спілкування”, відносячи його до філософських категорій¹.

Спілкування – це живий процес обміну інформацією. У процесі спілкування з іншими людьми, довколишнім світом, світом різних предметів і речей особистість черпає необхідну їй інформацію. Для журналіста спілкування – чи не найголовніша сфера професійної діяльності. Журналіст постійно спілкується з іншими людьми, із зафіксованою інформацією у вигляді книг, досліджень, публікацій у періодиці, офіційних документів тощо.

Іншими словами, спілкування – це насамперед феномен, який має інформаційний характер. Інформаційні процеси у масштабах суспільства – це постійна циркуляція повідомлень, знань. “Інформаційні процеси охоплюють увесь суспільний організм, пронизують всі соціальні підсистеми, вони наявні у будь-якому, навіть найменшому фрагменті суспільного життя. Не завжди інформаційний процес втілюється у форму слова, мови, писемності. Навпаки, є підстави стверджувати, що повідомлення у вербальному (словесному) виді є лише відносно незначною і особливою частиною інформаційного обміну у суспільстві. В інших випадках воно відбувається у немовленнєвих формах (це стосується, наприклад, “матеріального спілкування” з допомогою речей, предметів, а також економічної, заліково-статистичної, почасти – наукової інформації, спілкування людини з машиною, таких сфер невербальної комунікації, як, скажімо, міміка, семантика поведінки, жести тощо)”².

Мають також рацію автори “Социологии общения”, коли твердять, що журналістика є лише незначною частиною соціальної інформації. Водночас вона професійно займається інформаційними процесами і навіть якоюсь мірою керує спілкуванням у суспільстві³.

Саме слово “інформація”, як відомо, не однозначне. Різні автори трактують його по-різному. Тривалий час під інформацією розуміли по-

¹ Бурлацкий Г., Прилюк Ю. Социология общения. – Минск, 1987. – С. 13–27.

² Там само. – С. 14.

³ Там само. – С. 15.

відомлення про події та факти. У журналістській практиці й понині інформацією називають елементарні повідомлення, здебільшого некомензовані, про те, що відбувається у світі. Із виникненням кібернетики з'явилося наукове, універсальне визначення інформації.

На думку Н. Вінера, інформація – це “міра організованості будь-якої системи”¹, або, точніше, “інформація – це позначення змісту, отриманого із зовнішнього світу в процесі нашого пристосування до нього і пристосування до нього наших почуттів”². Мати правдиву, об’єктивну інформацію – означає здійснювати свідому, цілеспрямовану діяльність.

Інформація, теорія інформації органічно входять у кібернетику – науку, яка вивчає системи будь-якої природи, що здатні сприймати, зберігати і переробляти інформацію та використовувати її для керування та регулювання. Звідси досить поширена і використовувана мало не на кожному кроці, часто не зовсім коректно і доречно, формула: “Хто володіє інформацією, той володіє світом”.

Відомий український учений М. Амосов вважав, що інформація – “це зміна фізичного впливу (або параметра системи) в просторі і часі, взята окремо від її фізичного носія. Вона властива будь-якому предметові, тілу, системі, починаючи від елементарних частинок і закінчуючи космічними системами”³. Йдеться, отже, про заміну реальних фізичних явищ їх знаковими еквівалентами, які виражаються хоч і фізичними знаками, однак у багатьох випадках простішими і зручнішими для дій з ними. З цього погляду наука, література, мистецтво, не кажучи вже про журналістику, є інформацією. Ми вестимемо мову про інформаційне суспільство, про інформаційні процеси, про інформаційний простір та інформаційну безпеку тощо. В науці дедалі більше уваги приділяється внутрішній інформаційній мобільності нації⁴.

Наявні, звичайно, й інші, часткові, пристосовані до тих чи інших практичних завдань визначення і тлумачення інформації. У першому, прийнятому в незалежній Україні, Законі “Про інформацію”, всупереч існуванню інших думок, подане таке визначення інформації: “Під інформацією цей Закон розуміє документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються в суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі”⁵. Таке службове визначення має законну силу, хоч ніяк не вичерпує багатоманітності й універсальності самого поняття.

¹ Вінер Н. Кібернетика или управление и связь в животном мире и машинах. – М., 1958. – С. 23.

² Вінер Н. Кібернетика и общество. – М., 1958. – С. 31.

³ Амосов Н. Моделирование мышления и психики. – К., 1965. – С. 15.

⁴ Див.: Вовкатиш С. Інформація. Інтелект. Нація. – Львів, 1999.

⁵ Україна: інформація і свобода слова... – С. 59.

Журналістська інформація як певна частина соціальної інформації є документованими, публічно оголошеними відомостями про все, що відбувається довкола нас і незалежно від нас. Вона ґрунтується насамперед на реальних фактах. Тому для будь-якого працівника ЗМІ важливо розуміти природу й особливості факту, закономірності використання його в журналістиці.

Факт (від лат. *factum* – зроблене) означає, як відомо, дійсну подію, те, що реально відбулося. Під словом “факт” прийнято також розуміти судження або в інший спосіб зафіксовану реальність. У першому випадку доцільно вести мову про реальний факт, в іншому – про факт в і д о б р а ж е н и й. Така двозначність слова призводить до плутанини, непорозумінь, судових розборів, оскільки під тим самим словом розуміють різні речі. Численні варіації на теми “факти підтвердилися”, “факти не підтвердилися”, “факти спростовані” є нічим іншим, як елементарною плутаниною. Якщо це реальний факт, тобто те, що відбулося в житті, то він не може бути ні спростований, ні підтверджений. Очевидно, у таких випадках йдеться про відображений кимось факт. Зафіксований вербально чи в інший спосіб реальний чи об’єктивний факт завжди має елемент суб’єктивності й може бути помилковим, неправдивим. Причини можуть бути різні: від суто технічних (недочув, не розібрався, сплутав, неточно зафіксував тощо) до свідомих перекручень, зумовлених певними інтересами. Неточність відображення може пояснюватись і складністю самих явищ, у яких журналістові нелегко орієнтуватись.

Точнішою методикою вивчення фактів володіє наука, теорія пізнання. Відомий англійський вчений Б. Рассел у дослідженні людського пізнання виходив із визнання фактами всього, що є у Всесвіті: “Факти є те, що робить твердження істинним або хибним”¹. Іншими словами, він визнавав факт як об’єктивну реальність і як частину наших суджень, які можуть бути слухними або помилковими.

Факти можуть нічого не означати, коли вони подаються безсистемно, без зв’язку з іншими фактами. Вони можуть означати дуже багато, мати вирішальне значення, коли розглядаються у зв’язку з іншими фактами, з певними логічними законами, теоретичними положеннями, наявною системою знань.

Не заглиблюючись у складні наукові проблеми пізнання, звернімо увагу на практичні аспекти використання факту і системи фактів у відносно елементарному журналістському пізнанні. Як уже зазначалось, журналістика поряд із соціологією – ті сфери людської діяльності, які насамперед ґрунтуються на фактах. Журналістика, образно кажучи, на фактах сидить, фактами запрягає і ними ж поганяє.

¹ Рассел Б. Человеческое познание. – М., 1957. – С. 177.

Так повелось із самого зародження газети. ХХ і особливо ХХІ сторіччя – це, крім усього іншого, шалена динаміка поширення й обміну інформації, збору, нагромадження та аналізу фактів. Журналістика, система масової комунікації сповна, здавалось би, просякнута фактологічною інформацією. Пояснюється ця закономірність багатьма причинами. Насамперед поглибленим пізнанням світу, необхідністю задовольняти природну цікавість і потребу людини у знаннях, загальним зростанням освіченості суспільства, незважаючи на низку парадоксів, пов'язаних із цим процесом. Цьому відповідають технічні можливості передачі, зберігання, переробки інформації, тенденції трансформації медіа-індустрії, її концентрації, транснаціоналізації та глобалізації¹.

Однак є низка специфічних, характерних саме для журналістики причин особливої, часто навіть надмірної уваги і поваги до факту. Сучасна людина, зважаючи на зростання її освітнього рівня, також унаслідок розчарування від довголітніх проповідей, “наукових” передбачень, які, звичайно, не здійснюються, прагне самостійно розібратись у процесах, зрозуміти, що робиться довкола неї. Вона каже: “Не годуйте мене манною кашею. Я не маленький (маленька). Дайте мені факти, я сам (сама) здатний розібратись у всьому”. Не будемо стверджувати, наскільки слушна і обґрунтована така позиція, але про живучість цієї тенденції переконливо свідчить надзвичайний свого часу успіх тижневика “Аргументы и факты”, популярність і збільшення тиражів газет “Факты и комментарии”, “Сегодня”, успішна робота інформаційно-розважальних радіопрограм тощо.

І, нарешті, ще один аспект цієї проблеми, який пов'язаний із самою природою факту, його відмінністю від судження. Факт, як мікроскопічна частинка реальної дійсності, ніби вбирає в себе її певні ознаки, якусь малесеньку частку цієї реальності. Це насамперед предметність, багатоплановість, невичерпність. Будь-який факт багатший від судження. Випусуючись у систему суджень, у процес доказу, у той чи інший узагальнювальний журналістський виступ, факт втрачає властиву йому від природи багатогранність, висвітлюється однобоко.

Проілюструємо це на конкретному, дещо комічному прикладі. Газета “Факты и комментарии” у номері за 5 березня 1999 року надрукувала таку замітку: “Принцеса Діана” – таке ім'я отримала дівчинка, яка народилась у Харкові, від своїх батьків. За повідомленням агентства “Інтерфакс-Україна”, молоде подружжя, харків'янка і громадянин Нігерії, зіткнулись із труднощами при реєстрації імені в загі, оскільки, за українськими нормами, ім'я повинно виражатись одним словом. Для молодих батьків зробили виняток і зареєстрували “подвійне” ім'я дочки.”

¹ Детальніше див.: *Зернецька О.* Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. – К., 1999.

Факт і тільки факт, жодних пояснень, жодних коментарів. Голий, так би мовити, факт. Можна усміхнутись, можна задуматись, можна поспівчувати, навіть привітати оригінальну пару.

Повідомлений факт “багатомовний”. Його можна використати, відносячи до відповідної системи логічних суджень, вписати в аргументацію різних тез. Ось декілька можливих сюжетів. Перший. Заради гонитви за модою батьки калічать долю своїх дітей. Адже з часом над дівчинкою можуть боляче кепкувати (подумасш, принцеса!), як сьогодні кепкують над всякими Октябринами, Ленінами, Сталінами, Мілорами, народженими епохою революційного романтизму. Другий. Які все-таки бюрократи і буквоїди сидять у цих загсах, затьмарюючи найблагородніші поривання патріотично налаштованих молодят. У всіх у пам’яті живою була трагічна смерть симпатичної принцеси. Третій. Що не кажіть, а ми все-таки змінились. Раніше такої поступки не було б. Зрештою, як би там не було за метрикою, людину називатимуть або Принцесою, або Діаною. Можна знайти десятки інших можливих трактувань повідомленого факту, але тоді він втратить свою багатогранність, багатозначність.

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

Особливим різновидом фактів є статистика. Під нею прийнято розуміти типові зведені числові характеристики, які ґрунтуються на спеціально організованому масовому спостереженні певних фізичних, економічних, політичних, культурних та інших явищ. Статистика має справу із величезним масивом відповідних фактів, групує їх і опрацьовуючи їх за складною науковою методикою, з метою кількісної характеристики тих чи інших явищ відповідно до їхніх ознак. Статистика дає знання про загальні закономірності, тенденції соціальних процесів.

Закон України “Про інформацію” виокремлює статистику як самостійний вид інформації – статистичної. “Статистична інформація, – зазначається у ст. 19, – це офіційна документована інформація, що дає кількісну характеристику подій та явищ, що відбуваються в економічній, соціальній, культурній та інших сферах життя України”¹.

Широко використовуються статистичні дані у соціологічній інформації, яка дає відомості про ставлення громадян до тих чи інших суспільних явищ, репрезентує не так самі явища, як узагальнену, виражену у цифрах та відсотках думку громадськості. Характерна щодо цього є замітка “Дзеркала тижня”² про результати маркетингових досліджень читачьких уподобань. Розмістивши у відповідній послідовності най-

¹ Україна: інформація і свобода слова... – С. 63.

² Дзеркало тижня. – 2003. – 7 черв.

популярніші, на думку фахівців, газети, вони повідомляють, що в межах столиці аудиторія одного номера газети "Сегодня" сягає 486 тис. читачів, "Факты и комментарии" – 340 тис., "Вечерние вести" – 167 тис., "Киевские ведомости" – 159 тис. До трійки лідерів всеукраїнського рейтингу тижневих громадсько-політичних газет увійшли "Аргументы и факты – Украина" – 1,5 млн, "Московский комсомолец" в Украине" – 330 тис., "Дзеркало тижня" – 165 тис. читачів. Можна сперечатися, сумніватися у точності підрахунків. Адже цифри дуже невтішні, особливо для столиці України. Їх слід пояснювати й інтерпретувати, але не брати до уваги не можна.

Крім емпіричних, статистичних, деякі дослідники виокремлюють також науковий і художній факти. У першому випадку мають на увазі факти науково вивчені, осмислені за науковою методикою. В іншому – йдеться про художні узагальнення (картини, типові характери). Художній факт – результат вивчення митцем великої кількості одиничних фактів, втілених в узагальненому образі.

Зрозуміло, у текстах, які оприлюднюють ЗМІ, наводяться факти, що різняться тематикою, ступенем складності й мірою узагальнення.

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

- подієва інформація, у якій факт відіграє самостійну роль і є до певної міри самоціллю;
- узагальнюючі, а щобільше – аналітичні, концептуальні твори, де факти відіграють роль аргументів, служать для доведення певної думки, ідеї твору.

Від свіжих, вагомих фактів залежить рівень інформаційної насиченості статті, огляду, есе, нарису.

Наявні факти можна використовувати самостійно, навіть для доказу інших думок, що різняться від тих, які хоче довести певний автор. На цьому, власне, й будується полеміка, коли опонент, використовуючи уже наведені факти, залучаючи нову інформацію, по-іншому тлумачить і пояснює їх. Та про це у наступних розділах.

У цьому випадку конче потрібно звернути увагу на подачу фактів, міру поєднання самого факту і його тлумачення, пояснення. Йдеться не про коментування, не про думку журналіста, не про його присуд з приводу того чи іншого явища, а про таке подання факту, яке робить його зрозумілим, легше засвоюваним.

Нагадаємо, що появи будь-якої, навіть найелементарнішої журналістської інформації, передусім напружена попередня робота думки. Передусім репортера, а також цілого колективу редакції, відділу, інформагентства. Насамперед у пошуку, відборі і перевірці достовірності актуальної й опера-

тивної інформації. У цьому разі потрібно брати до уваги чинники соціального, політичного, психологічного, професійного характеру, зважаючи на інформаційну політику редакції, уподобання аудиторії, моральні й етичні норми. Чимало тут важать національні традиції й уподобання. Адже журналістика японська відрізняється від, скажімо, французької, а німецька від американської. До того ж треба зважати на жорстку конкурентну боротьбу як у глобальному, так і в національному, навіть регіональному масштабі.

Інша річ, що читач чи слухач не помічає і не повинен помічати цього у самому тексті. Своєрідним еталоном таких некоментованих газетних повідомлень можуть бути новини, які друкуються протягом багатьох років у "Молоді України" під рубрикою "Факт". Ось декілька типових зразків: "30 господарств Запорізької області завершили збирання ранніх зернових. Загалом тут скошено понад 400 тисяч гектарів, обмолочено з 350 тисяч. Середня врожайність – 21,8 центнера. Усього в області планують взяти близько 1 мільйона 350 тисяч тонн збіжжя" (27 липня 1999 року).

"Успішно закінчилася перша частина експедиції науково-дослідного судна "Горизонт" із Севастополя до берегів Антарктиди.

Полярники і моряки постаралися, щоб за рекордно короткий термін розвантажити судно, поповнюючи запаси української антарктичної станції "Академік Вернадський", передати вахту новій зміні зимувальників. Після п'ятиденної стоянки на антарктичному рейді "Горизонт" взяв курс до рідних берегів" (11 квітня 2000 року).

Телеграфний стиль. Жодних емоцій, епітетів, оцінок. Тільки факт. У другому випадку одиничний, у першому – статистичний, якісна подія розкривається через кількісні показники. Нас цікавлять не жанрові ознаки матеріалу, а спосіб подання факту.

Значимо, що не без впливу оперативніших і всюдисущих електронних мас-медіа характер подання фактів у пресі суттєво змінюється. Газети орієнтуються не так на подієву, як на смислову інформацію, тобто на висловлену кимось думку. Із швидкістю блискавки інформаційні агентства світу облетіла думка першої леді США Гіларі Клінтон про причини зрад свого чоловіка, яку вона висловила в інтерв'ю новоствореному журналу "Ток". Їх, за словами дружини президента, слід шукати у дитячих роках майбутнього чоловіка, який у чотирирічному віці страждав від жахливих сварок між мамою та бабусею. На думку психологів, такі ситуації зумовлюють бажання догодити, сподобатись кожній жінці.

Інший приклад. Типовий номер популярної, особливо у Києві, газети "Сьогодні" за 16 серпня 2003 року. Друга і третя шпальти – "Свіжі новини". Розворот відкривається рубрикою "Розбір польотів", під якою чотири стислі повідомлення – коментарі редакторів, оглядача і кореспондента газети про важливі події. А ось про побиття одразу трьох журналістів у Донецьку газета устами свого кореспондента розповідає у солідному як

для інформаційної сторінки матеріалі. Не аналіз, а саме розповідь, опис. Удвоє більше площі виділяє редакція трьом інформаційним кореспонденціям про надзвичайну подію світового масштабу – енергокатастрофу в США і Канаді. Розповіді супроводжуються картою і фотознімками. Ще одна інформація про арешт одного з великих терористів, а також добірки стислих повідомлень “Терміново в номер” та “Події” завершують інформаційну картину дня.

Газета, а тим паче тижневик, має більше можливостей детальніше, в подробицях поінформувати аудиторію, як це зробив кореспондент газети “День” у розширеній інформації “Іван Дем’янюк проти Сполучених Штатів Америки”¹. Видання повертається до відомої вже теми обвинувачення американського громадянина українського походження, який у роки Другої світової війни в одному з концтаборів нібито катував і вбивав євреїв. І хоч єврейський суд змушений був визнати вирок над немолодою людиною помилковим, Міністерство юстиції США знову звинуватило Дем’янюка у смертних гріхах. Тоді на захист стали син і зять оскарженого, і відповідати доведеться представникам американського уряду, оскільки висунуті старі, сфальсифіковані КДБ оскарження.

Нагадаємо цей сюжет, щоб проілюструвати приклад так званої поглибленої новини, як висловлюється дехто із дослідників. Йдеться саме про новину. Адже у цьому випадку, крім головного повідомлення (повторне звинувачення І. Дем’янюка), автор змушений був подати передісторію події, змалювати відповідне тло розвитку події та її підтекст. Адже американським та ізраїльським правоохоронцям не хочеться визнавати, що людина провела декілька років у камері смертників, будучи невинною. До того ж руйнувався міф про “українця – органічного антисеміта”. Однак остання фраза – це вже коментар, оцінка, ставлення до якої неоднозначне у нашій та західній журналістиці.

Отже, йдеться про так званий прихований коментар, коли автор так розставляє акценти, що з самого тексту може напрошуватись відповідний висновок. Маємо справу з певною внутрішньою підказкою. Її часто заохочують і в журналістській практиці, і в теоретичних настановках. Редактор, наприклад, радить співробітникові: “Пиши так, щоб матеріал можна було розрізати – там, де кінчається новина і починається коментар”. І додає: “Але щоб не хотілось його розрізувати”. Деякі дослідники пояснюють ситуацію так: “Читачеві, знайомлячись з подією, буває цікаво припустити, яким чином його можна інтерпретувати, і “підказка” журналіста в цьому напрямку сприймається як додаткове, не менш цікаве повідомлення, запропонований ракурс погляду на факт – теж нова відомість і до того ж поштовх до власних роздумів”².

¹ День. – 1999. – 3 серп.

² Шостак М. Оперативное комментирование // Журналист. – 1997. – № 12. – С. 58.

У практиці західної журналістики, як уже зазначалось, змішування новини і коментаря не тільки не заохочують, але й вважають небажаним, а то й недопустимим. Звичайно, всіх можливих варіантів, які трапляються у практиці, передбачити неможливо. З певністю можна лише сказати, що прихований коментар не може і не повинен деформувати, спотворювати факт, збіднювати його. Ні на етапах вивчення і збору, ні у процесі викладу.

Журналіст повинен розуміти головні причини спотворення і деформації повідомлень на фактологічному рівні, коли автор вдається до всіх трьох методів збору і вивчення інформації: спостереження, вивчення документів та інтерв'ю.

Спотворення, перекручення, замовчування, “продукування” фактів може бути навмисним, коли журналіст, керуючись власними інтересами чи амбіціями або під тиском редакції чи засновника, влади чи партії, окремої особи чи угруповання, йде проти правди. Це великий гріх, протиправний, аморальний вчинок, на який журналіста штовхає влада, капітал, злочинний світ, чинити опір яким він не може або не бажає.

Однак журналістська практика знає чимало випадків ненавмисного перекручення, спотворення фактів. Умовно причини таких помилок можна звести до декількох груп:

а) *неуважність, незосередженість журналіста*. У журналістику йдуть, зазвичай, люди поетичного складу мислення, не завжди точні у фіксації події, явища, навіть просто у передачі фрази. Такі, часто дрібні, неточності спричиняють немало клопотів і неприємностей;

б) *технічні неточності*. Часто трапляються, коли інформація сприймається на слух у багатолюдній аудиторії, фіксуються прізвища, назви, особливо телефоном;

в) *некомпетентність, невміння розібратись у складних речах, скажімо, науковій термінології тощо*;

г) *ненадійність джерела інформації*. Журналістові нерідко важко оперативно визначити достовірність джерел, з яких доводиться черпати факти. Золоте правило журналістики – бути учасником звершення події, про яку доводиться писати, – може бути реалізоване далеко не завжди;

г) *помилки “логічного мислення”*. Вони трапляються навіть із найдосвідченішими журналістами. Суть їх у тому, що об'єкт, про який пише автор, йому добре знаний, логіка і послідовність розвитку подій теж передбачувані. Тому журналіст вважав зайвим ще раз перевірити фабулу розгортання події, керуючись самою логікою, а вона, як свідчить досвід, може підвести;

д) *надмір суб'єктивізму, невміння і небажання відділити факт від коментаря*, про що йшлося вище. Сюди слід віднести легковажний, пародійний виклад факту, певної події, чужих думок, які можуть спри-

чинити образу. Це складне питання і потребує окремого розгляду в плані жанрових особливостей стилю.

Кожен журналіст у процесі практичної роботи застосовує індивідуальні засоби уникнення фактологічних помилок, та все ж якісь загальні методичні принципи можна сформулювати. Насамперед це максимум уважності й акуратності як у сприйманні, так і у фіксації інформації. Також це вміння вникнути, розібратись, зрозуміти, про що йдеться. Тут важлива і відповідна довідкова інформація, і поради старших колег, фахівців. Журналіст, особливо початківець, не повинен соромитись незнання. Набагато гірше, коли така сором'язливість призведе до фактичних помилок. Окремо слід звернути увагу на перевірку, особисту чи з допомогою інших людей, перебігу, перипетій подій, а не сподіватись на те, що саме так мало би бути.

Мати надійне джерело, а точніше джерела інформації – отже уникати прикрих помилок. Це впливає з досвіду абсолютної більшості журналістів-професіоналів. Окремі з них налагоджують знайомства, дружать із людьми, здатними бути своєрідними внутрішніми експертами.

І, нарешті, згадуване уже вміння користуватись інформацією з різних, особливо незалежних джерел. Цього мистецтва демократичної журналістики нам треба наполегливо вчитись у наших західних колег.

Питання для контролю

1. Спілкування як взаємопізнання, обмін інформацією і діяльністю між людьми.
2. Факт – основа журналістського твору. Визначення і характеристика факту.
3. Факт і система фактів. Одиничний і статистичний факт. Науковий і художній факт.
4. Методика перевірки достовірності фактів.

Список літератури

- Закон України “Про інформацію” // Україна: інформація і свобода слова. – К., 1997.
- Бурлацкий Г., Прилюк Ю. Социология общения. – Минск, 1987.
- Прилюк Д. Теорія і практика журналістської творчості. – К., 1983. – С. 15–67.
- Шостак М. Оперативное комментирование // Журналист. – 1997. – № 12. – С. 58–61.

7. МЕТОДИ ЗБОРУ ІНФОРМАЦІЇ В ЖУРНАЛІСТИЦІ

Як зазначалось, джерелом інформації в журналістиці є об'єктивна реальність. Вивчення фактів, їх осмислення – постійна справа журналіста. Тому нам важливо з'ясувати не тільки суперечливу природу фактів, їхні джерела, але й способи здобування, вивчення інформації з метою її осмислення та передачі відповідній аудиторії.

Вміння шукати, опрацьовувати інформацію – частина журналістського професіоналізму, яка з огляду на різні причини є особливо актуальною сьогодні. Відкритість суспільства, до якого дорога виявилась такою важкою, потребує певної налаштованості на інформацію, особливого способу існування у світі сучасної інформації. Навіть досвідчені, талановиті журналісти скаржаться на те, що доводиться вчитись журналістики майже з нуля. Подейкують, що солідні зарубіжні інформаційні агентства, телерадіокорпорації воліють брати на роботу не випускників радянських журфаків, а людей, досі не пов'язаних із журналістикою.

Були часи, коли інформація відповідним чином оброблялась, була доступною газетяреві у готовому, так би мовити, відредагованому вигляді. Найкращі журналісти шукали фарби, деталі, якісь особливі моменти із життя тих, про кого збирались писати. Розслідувати, здобувати інформацію не було особливої потреби. Як висловився один з відомих російських журналістів, “нас не вчать бути журналістом. Вчать лише писати замітки. Та не це головне – упакувати інформацію і в результаті наші матеріали – мінімум інформації і максимум слів”¹.

Отже, має йтися про виховання у журналістів-початківців націленості на нову і цікаву інформацію, певну професійну натренованість, своєрідний внутрішній стан людини. Інформаційність журналістики, жорстка конкурентна боротьба спричиняють низку етичних проблем. Журналісти, скажімо, задумуються над тим, чим відрізняються інформатори, яких бажано мати репортерів у різних відомствах і організаціях, від донощиків. У двері української журналістики постукується і практикована у світі плата редакцій за одержану дефіцитну інформацію. Дехто вважає, що вона цілком можлива, інші – категорично проти. Існує

¹ Журналіст. – 1992. – № 11/12. – С. 14.

реальна небезпека розгубити те цінне і людяне, що було в колишній чесній, демократичній українській журналістиці.

Розуміючи всю складність та індивідуальність роботи журналіста щодо збору, систематизації та осмислення інформації, потрібно все-таки торкнутись загальних, вироблених практикою й осмислених наукою заasad цієї праці. Одразу зазначимо, що запропонована методика застосовується не тільки і не стільки у журналістиці, скільки в різних галузях, насамперед у соціології, економіці, соціальній психології, юриспруденції, історіографії тощо. Саме завдяки цим та іншим наукам проблема методики збору інформації достатньо обґрунтована.

Прийнято вважати, що є три головні джерела інформації: предметно-оречевлене середовище, документ, людина. Відповідно до цього традиційно виділяють методи і способи збору інформації: **метод спостереження; метод вивчення документів; метод інтерв'ю. Варто виокремити соціологічні методи вивчення інформації.**

Метод спостереження – один із найуніверсальніших способів пізнання дійсності у повсякденній практиці, а також у науці, мистецтві і, зрозуміло, журналістиці. На відміну від загального споглядання, метод спостереження передбачає певну мету. Спостереження – цілеспрямоване бачення, коли людина “не тільки бачить, але й дивиться, не тільки чує, але й слухає, а іноді вона не тільки дивиться, але й розглядає, вдвляється, не тільки слухає, але й прислухається, і навіть вслуховується”¹.

Спостережливість – певною мірою вроджена здатність людини. Вона може бути більшою чи меншою. У деяких людей спостережливість стає органічним компонентом їхнього професійного таланту. Серед них такі творчі сфери діяльності, як наука, мистецтво і, зрозуміло, журналістика. У кожному із цих видів праці набуваються специфічні навички. Одна річ – спостережливість фізика-експериментатора, інша – художника чи музиканта. Навіть у таких близьких за характером видах діяльності, як художня література і журналістика, вона багато в чому відмінна. Письменника насамперед приваблюють людські характери, неповторність долі, особливості психологічного стану, фарби і звуки. Журналіст же повинен вміти схопити соціальну сутність явища, запам'ятовувати і фіксувати цифри, прізвища, назви організацій і багато інших фактологічних моментів, до яких письменник може бути байдужим.

Журналіст, як і художник, не знає, як, коли знадобиться йому те чи інше спостереження. Вони закарбовуються у пам'яті, часто мимоволі, і за дивовижними законами асоціації виникають несподівано, пере-

¹ Рубинштейн С. Основы общей психологии. – М., 1957. – С. 198–199.

ростають в образ, деталь, сюжетний хід, спонукаючи до дальших пошуків. І все ж журналістське спостереження прагматичніше, цілеспрямованіше, особливо коли пошук супроводжується відповідним задумом. Тоді вже автор не просто спостерігає, а шукає відповідну інформацію, фіксує факти, які знадобляться для реалізації саме цього задуму. Щось, звичайно, відкладеться на “про запас”.

Уміння бачити те, чого не можуть, не вміють побачити і сформулювати інші, – неповторна грань літературного таланту. Вона дається від природи, але може вдосконалюватись, розвиватись. Уміння бачити – вміння мислити, тобто вміння на основі окремих частинок бачити щось цілісне, вгадувати хід і закономірності подій, робити своєрідні відкриття. Відомо, наприклад, що молодий тоді чеський журналіст Егон Ервін Кіш (1913 року) на підставі спостережень зробив безпомилковий висновок про зраду й ув'язнення керівника австро-угорської контррозвідки полковника Редля, який, як виявилось, був завербований російською контррозвідкою. У процесі спостереження беруть участь не тільки очі й вуха, але й аналітичний розум, життєвий практичний досвід.

У творчій практиці, а відтак і в наукових дослідженнях прийнято вирізняти **відкрите** і **приховане** спостереження. Під час відкритого спостереження люди, співрозмовники, учасники тієї чи іншої події знають, що за ними спостерігають, що їх вивчають. У практиці сучасної журналістики це найпоширеніший спосіб спостереження, регламентований в Україні законами “Про інформацію”, “Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні” та іншими документами.

Іноді виникають ситуації, особливо у виступах на так звані конфліктні теми, коли журналіст не повідомляє про свою присутність. Такий вид спостереження називають прихованим. Оскільки в чинних законах про ЗМІ такий спосіб спостереження юридично не передбачений, журналіст у такій ситуації повинен поводитись обережно і тактовно.

Характерний випадок з практики. Гарно вдягнутий молодик тицьнув у руки журналіста Павла Бука папірець з пропозицією попрацювати “без обмежень у заробітку”. Павла пропозиція зацікавила. Він іде на співбесіду і довідується про цікаві речі. Фірма, виявляється, набирає агентів для реалізації харчових додатків і різних видів косметики. За кожним з неофітів закріплюється “наставник”, який отримуватиме половину прибутку від продажу продукції, а сам новоспечений агент – 25%. І коли головний персонаж розповіді Олег підійшов до автора майбутнього репортажу з пропозицією почати “працювати разом”, журналіст зізнався, що, зібравши матеріал для статті, своє завдання вже виконав. Реакція була зрозумілою: “На моє “всього найкращого” не відповів

нічого, зате через кілька секунд досить голосно видав на прощання тираду, оприлюднити яку не зовсім зручно...”¹

У цьому випадку порушення закону не буде. Журналіст просто скористався ситуацією і не відрекомендувався як представник ЗМІ. Його, зрештою, ніхто про це не питав, і він “відкрився” лише після того, як зібрав потрібну інформацію.

Нагадуємо про це тому, що свого часу досить поширеним був досвід “зміни професії” або включеного спостереження, коли газетяр на певний час ставав членом того чи іншого колективу. Члени його, зазвичай, не знали, що їхній колега – журналіст – спеціально за ними спостерігає. Такий метод збору матеріалу виявився досить модним і в радянській журналістиці. Приклад показувала “Комсомольская правда”, але й працівники інших, зокрема і регіональних газет, користувалися цим методом збору інформації. Скажімо, відома львівська письменниця Євгенія Божик як представниця газети певний час працювала офіціанткою, ходила до ворожки, у результаті чого з’явилися цікаві репортажі, нариси.

Так всевітньо відомими стали книги видатного німецького письменника-документаліста Гюнтера Вальрафа, характерні скандальними викриттями. Він місяцями і навіть роками жив під чужими прізвищами, змінюючи навіть власну зовнішність. Кожна нова книга спричиняла відповідні судові процеси. Може, найбільший резонанс принесла йому документальна книга, у якій він зумів викрити змову португальського генерала Спіноли проти демократичного режиму².

Поширеним і типовим є відкрите спостереження, коли журналіст дивиться на персонажів майбутнього твору з боку, і вони знають, з ким мають справу. Зацікавленість журналіста, його професійні здібності, вміння налагодити контакт з людьми, зацікавити їх у подачі відповідної інформації дає, здебільшого, позитивні результати.

Цьому певною мірою сприяє застосування в журналістиці соціологічних, науково точніших методів спостереження. Особливо під час перевірки достовірності зібраної інформації. Журналіст повинен пам’ятати про свої звички й уподобання. І дуже важливо, щоб він бачив у житті те, що є, а не те, що хочеться бачити, і по змозі нейтралізував дію вироблених установок. Важливо вміти контролювати і перевіряти отримані дані. Особлива складність виникає тоді, коли автор збирає інформацію для критичного виступу. Сьогодні ситуація ускладнюється ще й тим, що ст. 31 Закону “Про інформацію” передбачає: громадяни мають право “знати у період збирання інформації, які відомості про них і з

¹ Бук П. “Легкі” гроші // ПіК. – 1999. – № 16. – С. 29.

² Див.: Вальраф Г. Репортер обвиняет. – М., 1988.

якою метою збираються, як, ким і з якою метою вони використовуються”. Дізнавшись, що зібрана інформація може бути використана з критичною метою, “дослідні” приховуватимуть факти негативного характеру, матеріали, документи для компрометації.

Кримінальний кодекс України не усуває, а певною мірою поглиблює суперечність між правом громадянина на недоторканість особистого життя і правом журналіста збирати потрібну йому інформацію. ЗМІ побачили у цьому спробу прихованої цензури через цивільно-правові відносини.

Дуже важливою є поведінка журналіста під час зустрічі з потенційними персонажами майбутніх виступів. Досвідчені репортери радять не відразу розкривати цілі прибуття на об’єкт, оскільки невідгіди для чиновників документи можуть бути приховані. У журналістській практиці трапляються випадки, коли вже виявлені документи щезають або їх відповідним чином переробляють. Тому з таких документів слід негайно знімати копії або показувати їх надійним свідкам. Можливі випадки, коли за журналістом встановлений своєрідний “нагляд”, коли для нього виділяють супровідника.

Однак є ситуації, коли у процесі збору критичного матеріалу вправдовує себе система “понятих”, тобто третьої особи – знайомого, представника вищого керівництва тощо. Наявність свідка “психологічно впливає на співрозмовника, допомагає йому говорити правду, дає впевненість у тому, що його позиція не буде викривлена і феноменальним чином перешкоджає опісля відмовлятися від того, що він говорив”¹.

В інших же випадках, особливо коли журналіст хоче вивідати якомога більше подробиць біографічного і побутового характеру, присутність третьої особи, а тим паче великої кількості людей шкідлива: співрозмовник почуватиметься скованим. Словом, ніхто не може придумати рецептів на всі випадки життя, а тому молодий журналіст повинен виявляти винахідливість, швидко орієнтуватися в конкретній ситуації, пам’ятаючи, що від його поведінки, організованості, стриманості, спокійної настирливості, акуратності, скромності й дисциплінованості залежить якість зібраної інформації, а отже, і якість майбутнього виступу.

Ведучи мову про спостереження, ми так чи інакше торкалися інших методів збору інформації, зокрема **роботи з документами**. У ширшому значенні слова під документом (від. лат. *documentum* – повчальний приклад, спосіб доказу) прийнято розуміти зафіксований відповідним чином на певному матеріалі факт, подію, інформацію. Документ – не первинна, а вже відображена кимось і у певний спосіб зафіксована інфор-

¹ Аграновский В. Ради единого слова... – С. 95.

мація. Тобто між об'єктивною подією, первинною інформацією і документом стоїть певна особа. Треба мати також на увазі багатозначність слова "документ", під яким прийнято розуміти не тільки певне письмове джерело, але й письмовий акт, здатний служити доказом юридичних відносин, офіційне свідчення особи, інші матеріальні носії інформації.

До вивчення і класифікації документів вдаються юристи, вчені, письменники, а також журналісти. Зокрема, журналісти звертаються до документів як джерела фактів, ідей, думок, оцінок, подробиць, як одного із способів аргументації. "Документи, – наголошується в одному з досліджень, – можуть служити самостійним джерелом інформації для журналіста, засобом перевірки даних, зібраних за допомогою інших методів, служити способом попереднього ознайомлення із ситуацією, проблемою, виступати як метод збору матеріалу в сукупності з іншими методами. Рідко який матеріал можна зробити, не звертаючись так чи інакше до документа. Навіть добре інтерв'ю без цього неможливе"¹.

Тому журналіст повинен бути обізнаним з основними принципами роботи над документом. Вони докладно розроблені в сучасній науці, зокрема в соціологічній, історичній, джерелознавстві, соціальній психології, криміналістиці. Не всякий документ має юридичну силу, коли справа розглядається у суді. Магнітофонний, відеозапис, фотознімок, записи у блокноті як аргумент звинувачення чи виправдання суд до уваги не бере.

Робота над документами передбачає їх класифікацію, з'ясування достовірності наявних в них відомостей, логічний аналіз самих текстів та багато іншого. Не вдаючись до детального розгляду цього спеціального питання², звернімо увагу на кілька практичних порад. Соціологи пропонують класифікувати документи за способом їх фіксації (рукописні, друковані, кіно- і фотодокументи, магнітні стрічки тощо), за типом фіксації (особисті й громадські), за статусом (офіційні та неофіційні), за способом одержання документа (такі, які поширюються вільно, наприклад, різні програми, тези доповідей, статистичні збірники і спеціально замовлені або цільові, створені на замовлення редакції чи окремого журналіста довідки, копії документів, описи справ чи документів), за ступенем близькості до описуваного об'єкта (первинні, тобто такі, які відображають стан справ, конкретну реальність, і вторинні, тобто такі, які складені на основі інших документів)³.

¹ Методи журналістського творчества. – М., 1982. – С. 63.

² Детальніше див.: Лизанчук В., Кузнецова О. Методи збирання і фіксації інформації в журналістиці. – К., 1991. – С. 39–61.

³ Лекции по методике конкретных исследований. – М., 1972. – С. 75–76.

Правильна класифікація дає можливість журналістові зорієнтуватися у достовірності документа під час його використання. Вони допомагають орієнтуватися у загальній політичній чи економічній ситуації, стані справ у тій чи іншій партії, організації. Щодо документів, то соціологи радять розрізняти в них опис подій та їхню оцінку, яка може бути суб'єктивною. Крім цього, необхідно знати, якою інформацією користувався автор документа, пам'ятаючи, що первинні дані надійніші від вторинних, а офіційний документ важливіший від неофіційного, хоч і тут можливі відхилення. Іноді офіційні документи, наприклад звіти чи акти ревізій, можуть бути хибними, неточними або й навмисне спотвореними. Тому важливо враховувати наміри того, хто складав документ, обстановку, в якій це робилося тощо.

Вирішальне значення має загальний логічний аналіз документа, зіставлення його з іншими матеріалами, фактами, свідченнями авторитетних людей. Уважне читання документа дає змогу виявляти суперечності, приховані інтереси автора. Особливо це характерне для мемуарів, листів тощо. Відомі випадки, коли вдумливі літературні редактори шляхом елементарного аналізу тексту викривали наявну в них брехню, обман громади. Навмисні або ненавмисні неточності можуть бути і в звітах, репортажах.

Тим паче, що поняття документа сьогодні суттєво розширилося. Під ним слід розуміти не тільки друковані тексти, зображення, але й величезний масив уже зафіксованої інформації, який можна сприймати за допомогою сучасних інформаційних технологій. Особливо широкі можливості дає вміле користування Інтернетом, який водночас таїть у собі потенційну небезпеку щодо достовірності зафіксованої там інформації.

Документ і сучасні мас-медіа – проблема багатоаспектна. Одна річ, коли журналіст звертається до документа як джерела фактів, цифр, свідчень, інша – коли звертаються до документа для характеристики певної особи. Нерідко документ є висхідним моментом у процесі зародження нової теми, проблеми. Таких прикладів безліч.

Окремо слід звернути увагу на те, що документ може виконувати функцію самостійного журналістського твору. Двадцятий вік сповнений подіями і явищами такого драматичного, трагічного звучання, що з ними не може зрівнятися журналістський і художній твір. Може, найпереконливішими публікаціями проти тоталітарного режиму були і досі є самі документи, починаючи від оприлюднення маловідомих чи приховуваних творів Маркса, Леніна і закінчуючи вироками судів, промовами на них підсудних. Документи про голодомор в Україні, про винищення у 1937 році, якраз до 20-річчя Жовтневої революції, цвіту української

інтелігенції, про масові захоронення закатованих мільйонів людей, як і подвиги стійких борців проти тиранії ще довго не сходитимуть зі сторінок преси та з ефіру. Це підтверджувала свого часу популярна передача Анатолія Стреляного “Росія вчора, сьогодні, завтра” на російській “Свободі”, чимало книг і фільмів. Величезну роботу в цьому плані проводили історики Ярослав Дашкевич, Юрій Шаповал та ін.

Отже, документальні дані є важливими, іноді навіть основними (особливо, коли йдеться про виступи на історичні теми) джерелами журналістської інформації. Тобто робота над документами майже завжди супроводжує журналістський пошук. Прибувши на новий для нього об'єкт, досвідчений журналіст здебільшого починає роботу не із розмов з потрібними людьми, а з ознайомлення з документами, якщо такі є, зрозуміло. Іноді виникає потреба ознайомитися з документами у процесі збору матеріалу чи після його закінчення. Але завжди слід дотримуватись елементарної культури праці. Потрібні факти необхідно точно і чітко виписувати, вказуючи джерело. Все це знадобиться у роботі й допоможе заощадити час, а також спростувати можливі звинувачення на адресу автора.

І, нарешті, про найпоширеніший метод збору інформації – інтерв'ю. Дехто з дослідників вважає, що цей метод дає близько 80% потрібної журналістської інформації. Розуміючи відносність цієї цифри, не можна не визнати, що з огляду на оперативність ЗМІ, розмова із людьми, учасниками поточних подій, є все-таки вирішальним джерелом найновішої інформації.

Йдеться не про інтерв'ю як жанр, а про інтерв'ю як метод збору інформації для виступу в будь-якому жанрі журналістики, а також збору інформації в соціології, психології та інших науках. Причому в журналістиці інтерв'ю – здебільшого розмова двох чи кількох осіб, у процесі якої і суб'єкт дослідження (інтерв'юєр), і об'єкт дослідження (інтерв'ююваний) можуть взаємно обмінюватись думками за наявності переважальної активності інтерв'юєра. Інтерв'ю в соціології, соціальній психології характеризується стабільнішим розподілом ролей: інтерв'юєр запитує, інтерв'ююваний – тільки відповідає. В науці воно взагалі обезособлене максимально, усереднене, позбавлене індивідуального. У журналістиці певне значення має не тільки зміст розмови, а й особистість співрозмовника, його неповторність, особливо тоді, коли автор збирається писати есе, нарис, політичний портрет, навіть статтю.

Процес розмови, хоч нерідко він триває порівняно недовго, можна умовно поділити на певні елементи, охоплюючи підготовку до розмови, саму розмову, а також розшифрування і осмислення інформації.

До інтерв'ю, як і до будь-якого завдання, треба готуватись. Підготовку здебільшого поділяють на загальну, конкретну і психологічну¹. Під загальною прийнято розуміти ерудицію, знання, обізнаність із життям, його проблемами. Словом, до першого і всіх наступних інтерв'ю журналіст готується все життя. Вивчення тих чи інших наук, спілкування з людьми, читання літератури, зокрема і спеціальної, – все це ота загальна підготовка до інтерв'ю, тобто професійної розмови з людьми. З кожною черговою розмовою журналіст набуває досвіду, навиків, але для того, щоб провести перше інтерв'ю і не зазнати повного фіаско (воно рідко буває неперевершеним), треба мати відповідний первісний запас інтелектуальної міцності, який набувається на студентській лаві і тоді, коли молода людина проходить свої життєві університети.

Іншими словами, щоб успішно розмовляти з іншими людьми, треба самому стати особистістю, інтелігентом. Усе це набувається поступово. І загальний розвиток, ерудиція, і професійні знання, знання особливостей журналістської праці, її психології, і розуміння людини, і спеціальні знання з різних царин життя, про які розповідатиме журналіст, – усе це дає людині освіта і самоосвіта.

Особливо багато суперечливих думок висловлюється з приводу обізнаності у спеціальних питаннях, тобто проблемах економіки, політики, науки, культури. Добре було б, щоб журналіст був ознайомлений з ними на рівні фахівця. Однак досягти цього у кожному конкретному випадку практично неможливо, зважаючи на специфіку журналістської професії з її орієнтацією на універсалізм. Та й не завжди в цьому є потреба. Адже журналіст має справу з громадською думкою, буденною свідомістю. Тому, мабуть, слід погодитися з тими авторами, які вважають передумовою успішного проведення розмови наявність у журналіста певного знання предмета, але ці знання порівняно зі спеціальними дещо інші. Вони повинні бути ширшими, щоб зрозуміти головні тенденції, закономірності, характерні зміни, новизну явища.

Зазначимо, що намагання самих журналістів окреслити специфіку і характер власне мас-медійної інформації якимось дивовижним чином збігаються із розумінням цього феномена інтелектуалами, далекими від журналістики. Відомий російський геолог, член-кореспондент Академії наук так визначив характер цих знань: "...Знання добрих журналістів, за моїми спостереженнями, не стільки енциклопедичні (все знати неможливо), скільки більш філософичні чи що... Такі журналісти вміють аналізувати, узагальнювати, простежувати тенденції розвитку ідей і розробок, виділяють соціальні аспекти у проблемах..."²

¹ Шумилина Т. Не могли бы вы рассказать... – М., 1976. – С. 44–67.

² Кренделев Ф. Голубые мечты, сиреневая земля и... черная работа // Журналист. – 1985. – № 5. – С. 74.

Для журналіста-початківця важливе значення має **конкретна підготовка** до інтерв'ю. Вона, як свідчить практика і підтверджують наукові узагальнення, передбачає визначення мети, попереднє вивчення предмета розмови, продумування запитань, а також погодження організаційних питань, пов'язаних з місцем, часом, умовами зустрічі, інші подобиці.

Майже кожен досвідчений журналіст може розповісти про невдачі, спричинені саме непередготовленістю до інтерв'ю. Один, не продумавши завдання, не зміг поставити жодного суттєвого запитання і повертався ні з чим. Інший, не розуміючи суті справи, розгубився на об'єкті і ганебно утік. Ще інший ставив багато запитань, сумлінно записував відповіді, а, повернувшись в редакцію, зрозумів, що зібрана квазіінформація нікому не потрібна і на її основі можна у ліпшому випадку написати хіба замітку.

Ознайомлення з предметом майбутньої розмови слід починати з довідників, посібників, спеціальної, якщо це можливо, літератури, виступів на цю тему досвідчених журналістів, із людьми, які щось у цьому тямлять, фахівцями. Годі оцінити допомогу, яку в багатьох випадках може надати журналістові сьогодні всезнавець-Інтернет. Допомогти молодим журналістам можуть їхні старші колеги-наставники, які є майже у кожній редакції і які, зазвичай, інструктують початківців, скажімо, практикантів.

У деяких випадках, коли журналіст збирається зустрітись із відомою людиною для підготовки ґрунтовного, аналітичного інтерв'ю, виокремлюють і **психологічну підготовку** – вивчення особистості майбутнього співрозмовника, його вдачі, звичок, життєвих засад, поведінки, а також ставлення до представників мас-медіа. У майстрів аналітичного інтерв'ю це входження в образ майбутнього співрозмовника триває тижні, місяці і навіть роки.

Вивчаючи досвід журналістів, виявили, що більшість з них продумує хід розмови, а також запитання. Запитання, зазвичай, записують. Їх, зрештою, можна запам'ятати. Підготовані заздалегідь питання, зауважимо, продумана їхня послідовність допомагають не пропустити суттєвого, підтримувати розмову відповідно до теми. Має це і певне психологічне значення. Адже співрозмовник переконується, що журналіст до зустрічі з ним готувався. Добре продумати, написати начисто запитання треба у тому випадку, коли репортер матиме справу з офіційною особою (державним діячем, адміністратором, політиком, популярним ученим), якій необхідно підготуватись до відповідей. Часто ці переговори ведуться через секретарів, помічників, прес-служби.

Вирішальним у процесі проведення інтерв'ю є мистецтво розмови. Воно залежить, по-перше, від того, з чим і за чим ми, журналісти, йдемо до людей. По-друге, від поведінки, винахідливості, професійної старанності інтерв'юера. Все реалізується у характері запитань, їхньому формулюванні, в умінні розмовляти й, насамперед, у здатності “розговорити” співрозмовника.

Найпоширеніша хвороба журналістів-початківців – невміння ставити такі запитання, які викликали б роздуми співрозмовника. Нагомість багато запитань банальних, ординарних, наприклад: “Як ви живете?”, “Як працюєте?”, “Розкажіть свою біографію”. Вони мають таку ж загальну і банальну відповідь. Якщо ніхто не може без врахування конкретної обстановки поради, які саме запитання ставити, то величезний досвід підказує журналістам, яких запитань варто уникати. Журналіст-початківцю можуть бути корисними “заборони”, які наводить у книзі “Десять заповідей журналістики” Ерік Фіхтеліус. Він описує десять “смертних гріхів” журналіста в роботі з інтерв'ю, запропоновані Джоном Савотські:

- запитання, які допускають односкладові відповіді (“так”, “ні”);
- стверджувальне речення замість запитального;
- два запитання в одному;
- перевантажені запитання;
- запитання, які наводять на відповідь;
- коментарі та власні оцінки у запитанні;
- припущення і домисли у запитанні;
- навішування ярликів у запитанні;
- перебільшування у питанні;
- надто складні для розуміння запитання.¹

На підставі досвіду можна сформулювати кілька найзагальніших порад. По-перше, як уже було зазначено, слід чітко усвідомлювати, що саме ти хочеш дізнатися. Це допомагає запитувати про те, що потрібно для написання матеріалу: факти, думки, прізвища, реальні епізоди. Хоч би приблизна концепція майбутнього твору, бачення його ще до того, як журналіст сідає за стіл, допоможуть віднайти деталі і подробиці, яких потім так не вистачає.

По-друге, діє психологічна закономірність, згідно з якою знавець менше соромиться незнання, ніж непросвічений.

Звідси порада досвідчених журналістів молодим: не соромитись незнання. Ліпше виявитися профаном у розмові (хоч це соромно і неприємно), ніж наплутати у виступі.

¹ Фихтеліус Э. Десять заповедей журналистики... – С. 67.

По-третє, треба постійно дошукуватись істини, допитуватися, сперечатися, не поспішати записувати загальні фрази, не вдовольнятися непідтвердженими конкретними фактами, епітетами, наприклад, рішучий, добрий, працелюбний. Ці епітети доведеться аргументувати. Тому аргументи треба брати з життя, а не вигадувати.

По-четверте, слід твердо усвідомлювати, що ти є представником громадськості й береш інформацію для читачів, слухачів чи глядачів. Скромність, тактовність у поведінці, вміння дати зрозуміти всім, що ти розмовляєш не як приватна особа, а як представник відповідної аудиторії – ось що найперше має характеризувати журналіста.

Нарешті, на успіх проведення розмови частково впливає техніка запису. Сьогодні майже всі журналісти користуються сучасними технічними засобами фіксації інформації – диктофонами, магнітофонами, телекамерами. Але не тільки професіонали, але й пересічні телеглядачі, які спостерігають за проведенням прес-конференцій, знають, що частина репортерів, особливо газетярів, представників інформаційних агентств, не цурається і традиційного блокнота. Все залежить від мети розмови, особистості й навичок журналіста, характеру співрозмовника. Та прес-конференція, коли не тільки можна, а й треба все якомога точніше записати, – це одне, а довірлива розмова з приватною особою – зовсім інше. Без магнітофона, телекамери не може обійтись радіо- і тележурналіст. Диктофон для газетяра має безсумнівні переваги тоді, коли слова співрозмовника, найчастіше офіційної особи, треба відтворити з абсолютною точністю. У таких випадках співрозмовник може навіть вимагати дослівно записати те, що він говорить. Та навряд чи є потреба дослівно записувати на плівку довготривалу нараду, конференцію, коли про них треба дати у газету чи на радіо стисло інформацію.

До того ж, для надійності фіксацію інформації треба дублювати. Якою б досконалою не була техніка, вона час до часу може підводити. Не кажемо вже про те, що співрозмовник може говорити надто тихо або у приміщенні буває надто гамірно. І тоді запис у блокноті може хоч якось врятувати репортера від зриву виконання завдання.

І про соціологічні методи збору інформації. Соціологія послуговується тим, що й журналістика, методами збору інформації: спостереження, вивчення документів, опитування. Оскільки журналістика з'явилась на світ раніше від соціології, можна твердити, що соціологія запозичила ці методи у працівників преси. Однак вони модифіковані, трансформовані, ґрунтовніші, науково вмотивовані, а головне – системніші, масштабніші. Вони ґрунтуються на значно більшому обсязі відповідним чином впорядкованої емпіричної інформації, а тому вис-

новки й рекомендації соціологічної науки універсальніші, достовірніші, об'єктивніші, авторитетніші.

Крім спостереження, опитування, вивчення документів, соціологія набагато частіше вдається до таких методів, як контент-аналіз та експеримент, які, особливо експеримент, перекочували у журналістику, використовуються у практиці ЗМІ як допоміжний (згадаймо “Епіцентр” з формалізованим телефонним опитуванням глядачів) чи як головний спосіб дослідження проблем. Найбільшої популярності набули, наприклад, експерименти, проведені в “Литературной газете” Анатолієм Рубиновим ще у 70-х роках і детально описані ним у книзі “Операции без секретов”¹.

До соціологічних експериментів журналісти, хоч і зрідка, вдаються сьогодні. Про один із таких експериментів, пов'язаний зі збором підписів на підтримку міфічного кандидата у президенти України, який провела газета “Високий Замок”, ми зазначили у розділі про задум твору.

Дуже важливо, щоб журналіст сьогодні вмів скористатися методами соціологічного дослідження, був соціологічно грамотним. Це теж одна з ознак професіоналізму сучасного працівника ЗМІ.

Збір і систематизація матеріалу, як видно, є важливою частиною процесу журналістської праці. Від нього теж залежить кінцевий результат творчості. Допущені помилки на цьому етапі праці нелегко, а часто й неможливо виправити за робочим столом.

Якщо людині без відповідних здібностей важко навчитись добре писати чи говорити перед мікрофоном, то навчитись сумлінно, за певною системою добирати матеріал може майже кожен.

Питання для контролю

1. Вміння шукати й опрацьовувати інформацію – складова частина професіоналізму журналіста.
2. Загальне поняття про джерела і методи збору інформації.
3. Метод спостереження в журналістиці.
4. Документ як джерело інформації та способи його вивчення.
5. Інтерв'ю як метод збору оперативної та аналітичної інформації.
6. Соціологічні методи збору інформації.

¹ Див.: Рубинов А. Операции без секретов. – М., 1980.

Список літератури

- Методы журналистского творчества. – М., 1982.
Зубанич Ф. Діалоги серед літа. – К., 1982.
Лизанчук В., Кузнецова О. Методи збирання і фіксації інформації в журналістиці. – К., 1991.
Прилюк Д. Теорія і практика журналістської творчості. – К., 1983.
Шумилина Т. Не могли бы вы рассказать... – М., 1976.

8. КОМПОЗИЦІЯ, КОНФЛІКТ, СЮЖЕТ ТВОРУ

Уже у процесі збору інформації, її систематизації і первинного осмислення журналіст, як і будь-який літератор, думає над структурою, будовою майбутнього твору. Залежно від задуму, кількості зібраної інформації, обсягу виступу та багатьох інших об'єктивних причин архітектоніка виступу буде різною. Зібраний різноманітний і часто суперечливий фактаж треба вмістити у кількох сторінках літературного тексту чи хвилинах ефірного часу. Який факт, який епізод відібрати, яку деталь використати, який сюжетний хід застосувати, а що залишити у пам'яті чи записнику? Як компонувати і у якій послідовності викласти, який прийом застосувати, як розкрити життєві суперечності й підвести читача до певних висновків, а можливо й вчинків? Ці та інші питання постають перед досвідченим журналістом ще до того, як він сяде за стіл.

“Правда, – слушно зазначав Дмитро Прилюк, – вже на стадії задуму, коли майбутній твір народжується в свідомості автора як ще далекий і невизначений обрис, певний порядок викладу вже намічається, бо впорядковується спостережений фактичний матеріал і враження від нього, зароджується намір по-своєму їх викласти і донести аудиторії. Але в подальших творчих зусиллях та пошуках той первинний обрис може змінюватись або й зникнути зовсім, натомість народжується новий, більш продуманий і обґрунтований”¹.

Отже, ще на стадії виношування задуму, створення концепції, збору інформації, формування публіцистичної ідеї неодмінно постає питання про компонування майбутнього твору. З теорії відомо, що композиція (від лат. *compositio* – складати, створювати, поєднувати, компонувати) – це зумовлена задумом, змістом побудова літературного твору, поєднання частин, компонентів, їх гармонія, співвідношення.

Однак розуміння того, що таке композиція твору, ще не означає вміння практично втілювати задум у відповідну форму, об'єднувати епізоди, факти, події у єдине ціле. Мабуть, ніколи так не відчувається єдність змісту і форми, думки і структури твору, задуму і жанру виступу, як у процесі компонування твору. Справді, аналізуючи твір, незалежно від того, новела це чи стаття, повість чи репортаж, – цієї органічної єдності не відчуваєш. Нерідко виникає ілюзія незалежності, автономності форми стосовно змісту. А ось під час написання власного твору, коли на

¹ Прилюк Д. Теорія і практика журналістської творчості... – С. 159.

журналіста наваляються велика кількість зібраної інформації, такого відчуття немає. Не випадково на запитання про те, що найважче у процесі написання аналітичного виступу, багато хто, не задумуючись, відповідає: “Організація життєвого матеріалу”. Матеріал чинить опір, не піддається систематизації, не вкладається ні у визначений розмір, ні у вибрану форму викладу. Тут автор переживає чи не найбільші труднощі.

Трапляється, що журналіст так і не може здолати цих труднощів, залишається на поверхні фактів і подій, вдаючись до опису за принципом: “Був там – побачив те і те... розмовляв з тим-то і почув таке...” Недовершений у композиційному плані твір – це, зазвичай, недоношений, недодуманий до кінця журналістський виступ, коли окремі факти, враження, цифри, епізоди не уклались у композиційно довершений текст, до якого важко щось додати і з якого важко щось викинути. Найпершою передумовою довершеності журналістського твору є таке входження у зібраний фактаж, коли автор здатний охопити всі факти, що пов’язані з темою, піднятися над ними, тримати їх усіх у голові, без жодних записів. Мабуть, не випадково один із досвідчених журналістів жартома радить перед тим, як сідати писати... загубити блокнот. У цьому жарті – частка істини: коли факти, цифри, думки стануть надбанням пам’яті, глибоко увійдуть у свідомість, записник буде зайвим.

Твір буде струнким, якщо матиме серцевину, те головне, довкола чого групується похідне, часткове, менш важливе. У творах різних жанрів різними за характером є і так звані вузли, здатні цементувати. Зокрема, у замітці – це факт. З нього, як звичайно, замітка починається. Факт є композиційним центром замітки. Довкола нього групуються подробиці, частковості, загальне тло. Візьмемо першу-ліпшу замітку – і ми переконаємось у цьому. “22 охтирські офіцери дослужились... до квартир”¹, – читаємо у заголовку однієї з інформацій традиційної для газети рубрики. У тексті йдеться про те, що напередодні Дня Перемоги, 8 травня, у місті Охтирка Сумської області відбулося вручення ключів від квартир офіцерам Міністерства оборони, які служать у місцевому гарнізоні. І далі з’ясовуються подробиці: присутність на церемонії заступника міністра оборони, оцінюється подія, зазначається про те, що в тому ж Охтирському гарнізоні без квартир залишається понад 400 родин військовослужбовців, а всього по Україні поліпшення житлових умов потребує 56,5 тис. родин офіцерів і прапорщиків тощо.

В основі звіту – важлива розмова. Своярідним стрижнем є перебіг розмови – збори це чи сесія, конференція чи нарада. Тут багато важить вміння відібрати головне, найсуттєвіше і зробити його центром розповіді. Прикладом може бути невеликий звіт газети “Україна і світ со-

¹ День. – 1999. – 15 трав.

годні”, надрукований під назвою “Чого чекає Україна від Європейського Союзу: Президент Кучма на зустрічі з “трійкою міністрів країн ЄС обговорив шляхи активізації відносин України з Євросоюзом”¹. У звіті стисло викладені заяви учасників зустрічі, повідомляється про те, де і коли відбудеться наступний саміт.

Композиційною основою репортажу є подія. Перебіг події є своєрідним хребтом твору, що надає йому відповідної динаміки. У газетному репортажі про подію розповідають, у телевізійному репортажі її наочно відтворюють. Глядач стає ніби її співучасником, очевидцем. Мистецтво тележурналістів – відзняти і продемонструвати найсуттєвіші моменти події, вдало їх пояснити, прокоментувати. В основі кореспонденції лежить конкретне явище, система однорідних фактів. У статті має бути розвиток думки на підставі різнопланових фактів і явищ.

Ще по-іншому компонується оглядовий матеріал. У його композиційній основі – система взаємопов’язаних подій, які не так аналізуються, як з’ясовується тенденція їхнього розвитку за певний відрізок часу. Такими бувають тижневі, місячні чи навіть річні огляди політичних, економічних, літературно-мистецьких явищ. Ланкою цементування в них є відповідно підібрана система фактів, скріплених авторською думкою у відповідному просторі й часі. Це добре видно на прикладі тижневих радіо- і телеоглядових передач, скажімо, “Тиждень”, “Сім днів”, “Подробиці тижня”. Не беручи до уваги зміст, політичне спрямування цих і подібних оглядових передач, зазначимо, що їхні автори не завжди дотримуються оглядового принципу композиції, коли головний акцент робиться саме на визначенні певних тенденцій розвитку. Натомість нерідко маємо просто серію репортажів чи коментарів, не пов’язаних між собою змістовно і композиційно.

У періодиці помітні тенденції відродити ревію – оперативні огляди поточних подій, які об’єднані спільною, переважно злободенною темою. Тривалий час на українській “Свободі” такі досить небанальні й дотепні ревію робив Сергій Набока. Львівська газета “Поступ”, скориставшись традиціями галицької преси, відродила своєрідні гумористичні ревію, аналізуючи “плин часу”. Композиція таких оглядів асоціативна, широко використовується мовний галицький колорит².

Ще складнішою є композиція творів, які можна віднести до художньо-публіцистичних жанрів – есе, нарису, фейлетону. Крім аналізу фактів та явищ, проблеми розкриваються через людей, шляхом образного відтворення і узагальнення дійсності. А це неможливо без розгляду життєвих суперечностей, без відображення конфліктів.

¹ Україна і світ сьогодні. – 1999. – 16–22 квіт.

² Поступ. – 1999. – 12 серп.

Конфлікт у журналістському творі – це відображення, зазвичай, документованих, реальних суперечностей життя. На відміну від художнього твору, для якого характерне узагальнене відтворення, у журналістському суперечності об'єктивної дійсності відтворюються безпосередньо. Завдання журналістики полягає в тому, щоб оперативного підмітити реальні суперечності на конкретних життєвих прикладах, сформулювати практичну проблему, що потребує розв'язання, вивчення, дослідження, обговорення. Журналіст не відумує суперечностей, він знаходить їх у реальному житті. І що швидше вони будуть зауважені, точніше і чесніше відтворені ЗМІ, то більша надія на їх розв'язання й уникнення соціальних, економічних, політичних катаклізмів. У цьому прогностична, “лікувальна” функція мас-медіа. Інше питання, чи суспільство хоче прислухатися до цих сигналів преси.

ЗМІ переповнені матеріалами, які повідомляють, описують, а нерідко й аналізують ті життєві суперечності та невідповідності, які породжує життя. Часто в одному номері часопису, у випуску інформаційних вісників називають стільки життєвих конфліктів, що їх вистачило б на кілька романів. І якщо подієва інформація про них повідомляє, якщо у відповідних звітах їх описано, то в інтерв'ю, статтях і оглядах робиться спроба їх аналізу, шукаються можливі шляхи розв'язання суперечностей.

Така вже людська натура, що, прагнучи уникати конфліктів у власному бутті, людина цікавиться творами журналістики, літератури, в яких зображено гострі суперечності. Про це переконливо свідчить редакційна пошта, дані конкретно-соціологічних досліджень. Зрештою, кожен із нас як читач чи слухач може переконатись на власному досвіді.

Цю людську слабкість так чи інакше “експлуатують” ЗМІ. Та нас цікавить у цьому випадку механізм народження структури аналітичного журналістського твору, вибудованого на суперечності, на конфлікті, те, що відбувається неусвідомлено, за дивовижними законами творчості. Ось лише два публіцистичні роздуми Мирослава Мариновича з його книги “Україна: дорога через пустелю”. Перший називається “Не заблукати в стереотипах”, де розглядається один з багатьох “тугих вузлів” історії: українсько-єврейські взаємини. Граматика цих взаємин завжди знала найвищі ступені порівняння. Два народи, на думку автора, завжди жили за неспівмірними моделями виживання: євреї боролися за існування у розсіянні поміж чужими народами, українці – в умовах бездержавності. Щоб вижити, євреї мусили орієнтуватися на сильнішу націю. Українська такою не була. “Досі реакція української сторони на неляльну щодо неї орієнтацію євреїв не встигала піднятися вище рівня умовних суспільних рефлексів: сумні обставини національних поразок змушували нас відповідати на ворожість не аналізом її причин, а зустрічною ворожістю. Однак ця за давна проблема має своє несподіване

розв'язання. Найкращий спосіб не ворогувати з євреями, які відмовляються стати на бік слабосилого, – це стати сильним самому”¹.

Не вникаючи у суть суперечності, не беручись оцінювати саме таку позицію автора, необхідно наголосити на суто публіцистичному розгортанні конфлікту: його логічному аналізі. Розгляд суперечностей веде до формулювання проблеми. “Це ілюзія, – пише автор, – що позбутися власної анемії можна тільки вигнавши з України всіх чужинців, з-поміж них і євреїв, або силоміць змусивши їх діяти за схемами, логічними для українців. Імунітет виробляється не стерилізацією середовища, в якому живе організм, а відновленням його власних опорних сил. Коли йдеться про народ, то це сили духовні, бо військова потуга вторинна...”²

Ще один приклад втілення конфлікту в полотно публіцистичного твору дещо іншої жанрової модифікації. Йдеться про “Відкритий лист Г. Померанцу”. Тут теж суперечність, висловлена в логічно-образній формі. Однак у цьому разі – діалог, внутрішнє заочне спілкування. Це вже полеміка, суперечка двох у чомусь близьких, але не у всьому, людей. Публіцист не може погодитись із думкою відомого правозахисника про те, що “особа вища од держави, вища од народу”. Він вважає й обгрунтовано стоїть за ідею: “Не можна забезпечити права особи, не захистивши її національні почуття”³. Хід авторської думки створює неповторний композиційний візерунок твору.

Аналіз найрізноманітніших журналістських творів, з огляду на всю їхню неповторність, виявляє одну спільну закономірність: та чи інша життєва суперечність реалізується як певне зіставлення, зіткнення. Конфлікт, відповідно, зумовлює запитання, проблему, якщо це не елементарне повідомлення про факт, подію. Пошук відповіді на питання, поставлене самим життям, змушує журналіста до роздумів, щоб переконати читача у правильності своєї позиції.

І тут виявляється суттєва відмінність між структурою художнього і публіцистичного твору. Якщо у художньому творі конфлікт реалізується у сюжеті, тобто у системі подій, взаємин між персонажами, розкритті їхніх характеристик у дії та вчинках, то у журналістському творі реальна життєва суперечність розкривається переважно за допомогою логіки понять. У цю систему понять, логічних умовиводів можуть органічно входити сцени, зіткнення конкретних позицій живих, невідгаданих людей.

Головним у публіцистичному творі є авторська думка, яка цементує увесь життєвий матеріал. Дія, яка розгортається у журналістському творі, не завжди закінчена. Суперечність між реальним і бажаним потребує вирішення насамперед у самому житті.

¹ *Маринович М.* Україна: дорога через пустелю. – Х., 1993. – С. 33.

² Там само. – С. 34.

³ Там само. – С. 42.

Конфлікт журналістського твору – це часто суперечність між тим чи іншим життєвим явищем і позицією автора. Такий конфлікт є в основі статті, огляду, навіть рецензії. Автор може заперечувати відтворені явища як негативні. Це характерно майже для всіх критичних виступів, а їх сьогодні чимало. Розповідь тримається саме на такому протиставленні. Воно ж є засобом зацікавлення читача, зосереджує його увагу, хоч у традиційний літературний сюжет не виливається.

Що ж таке сюжет у трактуванні теорії літератури? Сюжет (від фр. *sujet* – предмет) – це система відтворених чи створених уявою художника подій, взаємин між персонажами, розкриття їхніх характеристик у вчинках, поведінці. Паралельно вживається термін фабула (від лат. *fabula* – розповідь, казка, байка) – поданий у причинно-часовій послідовності ланцюг подій, пригод, випадків. Фабулу ще визначають як хронологічне розгортання подій і думок. Іноді навіть ведуть мову про фабулу статті чи рецензії, маючи на увазі об'єднання в нерозривне ціле подій і думок. “Цей літературний термін, – зазначає Дмитро Прилюк, – найбільш точно виражає зміст формотворчих процесів, які мають місце в журналістиці. Якщо факт – це фабула, то розкриття його і є розгортання фабули в просторі й часі з метою повнішої передачі змісту”¹.

І все ж термін “сюжет” досить міцно увійшов у журналістську практику. Пояснюється це кількома причинами. По-перше, у частині журналістських творів наявний сюжет або елементи сюжету в його традиційному розумінні, тобто як зв'язки і суперечності, і взагалі взаємини людей. Такий сюжет характерний насамперед для художньо-публіцистичних жанрів – нарису, фейлетону, памфлету. Основою такого сюжету є, зазвичай, реальні життєві події, які журналіст відтворює з документальною точністю або вдаючись до зміни прізвищ, не називаючи точно місця події. Іноді, як у сатиричних жанрах, ці імена і місце події настільки прозорі, що всім зрозуміло, про що і кого йдеться. Та судового позову за образу честі й гідності подати не можна. Питання делікатне і з морального, і з правового погляду.

Досить згадати серію публікацій Сергія Рахманіна в тижневику “Зеркало неділи” у 1999 році, побудованих у формі драматичних діалогів, вигаданих, але недвозначно вгадуваних політичних діячів найвищого рангу. Такі сюжети – одне з можливих композиційних рішень публіцистичного задуму.

Українська журналістика, гумористика і сатирична публіцистика мають солідний творчий досвід у напрацюванні таких сюжетів, починаючи від Володимира Самійленка, Остапа Вишні, Костя Когка і продовжуючись у творчості нашого сучасника Євгена Дударя. В останнього є влас-

¹ Прилюк Д. Теорія і практика журналістської творчості... – С. 179.

ний сюжетно-сатиричний арсенал із постійним місцем дії – хутором Мозамбік – і традиційними персонажами.

Ще з більшою підставою можемо стверджувати про використання у журналістських творах певних елементів сюжету. Навіть у побудованих на розгортанні певної думки, ідеї чи асоціативних за структурою творах цілком реальні певні елементи сюжету. Адже автор публіцистичного виступу, на відміну від наукового трактату, не цурається опису певних епізодів, картин, життєвих пригод та історій, це своєрідні сюжетно-фабульні відгалуження, які в особливий образний спосіб поглиблюють головну думку твору.

Характерна щодо цього серія публікацій “Голосу України” під загальною назвою “XX століття: українські акценти...”, яку вели Віталій Абліцов, Віталій Жежера, Володимир Краснодемський. В основі розповідей – історична доля України передвоєнного та повосенних десятиріч. Цей своєрідний історичний зріз, опис подій і фактів особливо доповнюється певними сюжетними відгалуженнями – розповідями про життя людей, драматичних персонажів епохи. Йдеться, наприклад, про масові репресії, коли заарештовані під тиском фізичних і моральних тортур визнавали себе агентами кількох іноземних розвідок водночас. Матеріал так і називається – “Аж 170 мільйонів подвійних агентів”¹. Розповідь драматична, трагічна, доповнюється життєвими історіями. Насамперед про маловідоме широкій публіці психічне захворювання Володимира Сосюри при втручанні самого Сталіна. А також історія з геніальним українським поетом Тодосем Осьмачкою, який, вирвавшись із пекла, до смерті страждав манією переслідування. Кажуть, не лягав спати, поки не переконався, що десь під ліжком чи в іншій шпарині не заховався агент КДБ. Нарешті, історія арешту Максима Рильського, який зводив наклепи на самого себе. Без цих вставних документальних новел матеріал багато би втратив.

По-друге, термін “сюжет” міцно закріпився у практиці телебачення. Тут під сюжетом прийнято розуміти короткі подіїв репортажі. Власне інформаційні передачі, крім монологів ведучого, складаються із низки фабульних фрагментів, побудованих на відзнятих документальних кадрах за законами драматургії.

Якщо спробувати виокремити у типовому, так би мовити, журналістському творі структурні компоненти, то виявимо характерні елементи. Насамперед це повідомлення про факти, події. Також їх описи, словесні чи телевізійні відтворення баченого, почутого. Це можуть бути цифри, статистичні дані, а також епізоди, сцени. У журналістському творі органічно поєднуються певні описи подій, екскурси в минуле, а також відтворення картин природи, обстановки. Сюди ж можна віднести образи

¹ Голос України. – 1999. – 14 серп.

людей чи їхніх груп, розкриття людської, національної, соціальної сутності персонажів через їх характеристику, діалоги, монологи. Загалом домінує авторська думка. Всі структурні елементи підпорядковані художній доцільності. Досконалий композиційно твір матимемо тоді, коли з нього без шкоди для змісту не можна буде вилучити жодного епізоду, жодного факту, думки.

Композиція твору визріває, формується у процесі виношування задуму, збору і систематизації матеріалу. Робота над композицією потребує серйозних творчих зусиль і тісно пов'язана з визріванням змісту твору. Можна з певністю сказати: коли вдалось осмислити матеріал, добре його продумати, твір буде композиційно струнким. І, навпаки, непродуманий виступ буде композиційно недовершеним.

Структурно аналітичний твір значно складніший від інформаційно-описового. Він повинен мати своєрідний смисловий чи образний стрижень, довкола якого групуються окремі судження, епізоди, факти, образи. Роль сюжету в публіцистичному творі набагато менша, ніж у творі белетристичному чи драматургічному. Публіцистичний твір композиційно найближчий до лірики з її законами асоціативної будови, хоч природа лірики і журналістики суттєво відрізняються між собою. У більшості журналістських творів можна стверджувати про фабулу як про послідовне розгортання епізодів, описів, думок, подій. Прагнення досконалості – це, крім усього іншого, прагнення структурної досконалості твору.

Питання для обговорення

1. Поняття про композицію як про загальну структуру журналістського твору.
2. Залежність композиції від жанру твору.
3. Конфлікт як відображення реальних суперечностей життя. Конфлікт і проблема.
4. Реалізація конфлікту в безсюжетному журналістському творі. Поняття про фабулу.
5. Конфлікт і сюжет. Своєрідність сюжету в журналістському творі. Елементи сюжету в безсюжетному творі. Сюжет на телебаченні.

Список літератури

- Горохов В. Закономерности публицистического творчества. – М., 1975. – С. 143–168.
- Прилюк Д. Теорія і практика журналістської творчості. – К., 1982. – С. 159–180.

9. ПРОЦЕС НАПИСАННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО ТВОРУ

Хоча якими б важливими не були всі етапи творчого процесу від зародження задуму до обдумування і систематизації зібраного матеріалу, хоч як багато не важили продумування, “заготовки” для майбутнього твору, обов’язково настає момент, коли автор залишається сам на сам із чистим аркушем, дисплеєм комп’ютера чи перед мікрофоном, телекамерою. У його голові роїться чимало фактів, епізодів, думок. Але як про все це сказати просто, переконливо, цікаво? Ще недавно, під час збору інформації, розмови з людьми, згадування різних моментів все видавалося простішим. У голові чи навіть на папері був гостроцікавий початок, виплекане в уяві образне закінчення. А тепер... У такі моменти навіть у досвідченого журналіста виникають сумніви, він уподібнюється до учня чи студента перед іспитом, коли, здається, нічого не знаєш і нічого не вмієш. Кому із тих, хто пише і говорить на публіку, не знайоме це гнітюче відчуття. А виступати треба, бажано не гірше, ніж вчора. Літературна, наукова, загалом творча праця – така вередлива принцеса, що потребує щоразу нових доказів власної спроможності. Перед нею всі рівні: і журналіст-початківець, і літературний генерал. Щоразу своє генеральство маєш довести заново. Коли не зможеш, перестаєш бути генералом від літератури, журналістики, хоч яким заслуженим-перезаслуженим не був.

Тоді й виникає підсвідоме бажання відтягнути на пізніше початок роботи. Форми цього зволікання дуже індивідуальні, багатьом усе це видається виявом певних особистих дивацтв. Ось як про це розповідав відомий англійський письменник Джон Б. Прістлі, якого, зважаючи на кількість написаного, ніхто не зможе звинуватити у лінивстві. Він говорить про сум’яття, в якому перебував перед тим, як взятися за писання. “У такому сум’ятті я перебуваю з півгодини перед тим, як приступити до невеликої речі. Коли ж я берусь за велику роботу, коли в мене далекий задум, то я можу тижнями перебувати у цілковитому сум’ятті й нерішучості. Тоді я роблю різні попередні нотатки, у які потім ніколи не заглядаю, порпаюся у довідниках, ніби можу знайти в них щось дуже потрібне, ні з того, ні з сього міняю стрічку в друкарській машинці, телефоную людям, з якими мені, по суті, нема про що говори-

ти, відповідаю на листи, які в іншому випадку пролежали б з тиждень або більше, словом, займаюся всякими дрібницями, пробуючи якось відтягнути час, і скоріше готовий робити все, що завгодно, ніж примусити себе писати першу сторінку”¹.

Далі письменник наголошує, що творчий процес триває увесь цей час. Це явище неважко пояснити з погляду психології творчості. Науці та практиці відомо чимало випадків, коли ті чи інші відкриття, розв’язання задачі, творчі знахідки здійснювалися у найнесподіваніших ситуаціях. Усіх тонкощів цього процесу наука сьогодні обґрунтувати не може, але наукові дослідження психологів допомагають дещо пояснити. “У тому випадку, коли моделювання об’єктів зовнішнього світу знаходить своє відображення в регуляторі [гтобо корі головного мозку. – В. З.], відбувається усвідомлене вирішення задачі, – зазначає один з дослідників творчого мислення, – евристична діяльність протікає усвідомлено. Однак трапляються і такі випадки, коли моделі, будучи уже сформованими для вирішення певної проблеми, працюють автономно, поза контролем регулятора. Саме ця діяльність і може бути охарактеризована як неусвідомлена творча діяльність”².

Звідси, мабуть, і беруть початок судження самих творців та і дослідників про тонкощі процесу творчості, про осявання, творчий спалах, який рідко приходиться за письмовим столом або коли людина втомлена. Навпаки, читаємо у багатьох авторів, не варто чинити насильства над творцем, шасливих думок треба чекати³. Звідси і специфічні умови, яких потребує творчість, і навіть дивацтва творців. Адже в кожного з них творчий процес відбувається і стимулюється по-різному. Про це є чимало бувальщин. Наприклад, Ф. Шіллер любив працювати, насолоджуючись запахом гнилих яблук. Видатний вчений Г. Гельмгольц найкращі відкриття робив під час прогулянок гірською місцевістю у погоже надвечір’я. Письменники для праці, звичайно, шукають усамітнення. Щоб не кортіло вийти на вулицю, В. Гюго, розповідають, вистригав півбороди, а ножиці через вікно викидав на вулицю. У сільській тиші любили працювати Ж. Лафонтен, О. Пушкін, М. Коцюбинський, В. Стефанік. Відомо також, що деякі класики літератури, наприклад Ч. Діккенс, М. Гоголь, могли і навіть любили працювати у гаморі. За будь-яких умов міг продуктивно працювати І. Франко. М. Грушевський, як свідчать сучасники, спромагався вчитувати гранки своїх статей і книг навіть на засіданні Центральної ради, якою керував. У вічній метушні редакційної

¹ *Прістлі Дж.* Как мы пишем // Лит. газ. – 1976. – 11 февр.

² *Пушкін В.* Эвристика – наука о творческом мышлении. – М., 1967. – С. 149–150.

³ *Романенко В.* Психология творчества. – К., 1971. – С. 110–172; *Макаров А.* П’ять студій. Підсвідомість і мистецтво: Нарис з психології. – К., 1990. – С. 3–56.

праці знаходив можливість писати власні статті, вірші редактор першої української газети радянського періоду В. Блакитний¹.

Добре, коли журналіст навчиться працювати, незважаючи на несприятливу атмосферу. Адже умови роботи у пресі, особливо у газеті, на радіо і телебаченні, не дають можливості очікувати, коли прийде натхнення, період творчої інкубації зводиться тут до мінімуму. Доводиться працювати і втомленим, і знервованим, у гаморі, посеред ночі, у поїзді чи літаку. Дефіцит часу, майже постійний поспіх не можуть не впливати на якість матеріалу та й на здоров'я журналіста. І все ж досвід свідчить, що для роботи над ґрунтовним виступом кожен із журналістів шукає умови для того, щоб зосередитись. Це можуть бути вихідні чи власна кухня у нічний час.

Час зволікання, про яке йшлося вище, теж максимально зменшується. Потрібні вольові зусилля, здатність примусити себе працювати не тоді, коли хочеться, а тоді, коли треба, тобто постійно. Без вольових зусиль, без постійного здолаття самого себе не може бути літератора, а тим паче журналіста. Натхнення, як правило, – це плід страждання. Чимало літературних задумів залишаються нереалізованими через невміння автора примусити себе працювати в будь-якому стані та умовах.

Дуже багато залежить від **літературних навиків**. Вони, як відомо, набуваються повільно і поступово в результаті важкої самостійної праці. Для того, щоб добре і порівняно легко писати, необхідно писати якомога більше і старанніше. Щоб навчитись легко писати, слід виробити в собі “здатність мислити пером”. Ця легкість означає вироблене працею вміння безпосередньо, без особливих труднощів викладати думку на папір чи в мікрофон. Подібно до того, як людина, навчившись швидко писати, не задумується, як виводити ту чи іншу літеру, так само досвідчений літератор спеціально не шукає слово, фразу, мовний образний вислів. Вони приходять ніби самі собою. Такому авторові не треба докладати особливих зусиль, щоб, образно кажучи, долати відстань між кінчиком пера і папером. А дається це лише внаслідок інтенсивного літературного життя, коли людина багато думає, пише, говорить у мікрофон, постійно працює зі словом. Все це суттєво полегшує, але не ліквідує труднощів входження у літературну роботу.

Початок праці над твором нелегкий ще й тому, що відразу доводиться розв'язувати кілька найважливіших завдань: шукати головну думку, щоб виразити її у назві, знайти сюжетно-композиційний хід, підібрати відповідний тон і ритм розповіді, продумати першу фразу, від якої так багато залежить.

¹ Дізнатись про таємниці творчого процесу студент може із розповідей письменників і книг з психології творчості (Розповідають майстри. – К., 1979; *Парандовский Я.* Алхимия слова. – М., 1972 та ін.).

Більшість журналістських виступів має власну назву. На нашу думку, не варто сидати за стіл, не маючи хоча б приблизної назви майбутнього виступу. Відсутність назви, коли йдеться про твір аналітичний, публіцистичний, означає, що не визріла головна думка або її загалом у творі немає. Здебільшого може бути чимало варіантів заголовків. Один і той самий матеріал можна назвати по-різному. Поступово кількість варіантів зменшується. Зрештою, всі вони можуть бути відкинуті, забраковані самим автором чи редакцією. Натомість буде знайдений інший варіант. Тим паче, що навіть вдалий заголовок може бути змінений на газетній шпальті чи у процесі верстки передач. Адже журналістська праця в підсумку є колективною. Навіть вдала сама собою назва матеріалу може не підходити до певної добірки або не "ставати" на газетну шпальту з найрізноманітніших причин (невідповідність задумові номера, повторення слів на сторінці чи розвороті, величина заголовка тощо). Тут професіоналізм окремого автора повинен поступитися професіоналізму режисера у найширшому значенні цього слова.

І все-таки ми за формулювання заголовка чи його варіантів ще до написання самого твору, тому що навіть "робочий" варіант назви, який опісля може зазнати змін чи бути відкинутим, дисциплінує автора. В ньому не тільки закладена головна ідея виступу, вказано на предмет розмови, а й часто образний ключ, підхід автора виступу, дається присуд явищу. Придумувати назву важко. Заголовок певною мірою може бути мірилом літературного вміння, таланту, культури. Він надзвичайно важливий для читача, оскільки для багатьох читачів (за деякими даними до 80%) читання газети обмежується читанням заголовків, підзаголовків, а також для того, щоб матеріал потрапив на газетну полосу.

Які типи, функції заголовка та тенденції його розвитку в сучасній журналістиці? Із зародженням журналістики заголовки лише виділяв певну публікацію з-поміж інших. Згодом утвердились називна або номінаційна функція, коли називають предмет розповіді. Інформаційна функція заголовка виявляється в тому, що він відображує більшою чи меншою мірою зміст названого твору чи рубрики. Апеляційна функція заголовка розміщена у площині агітаційно-пропагандистській, за допомогою такого заголовка редакція і автор, зрозуміло, прагнуть певним чином вплинути на читача. Нарешті, заголовок може бути рекламним, щоб привернути увагу читача чи глядацької аудиторії¹.

Сьогодні функції й типи заголовків суттєво урізноманітнилися. Насамперед під впливом практики західних мас-медій заголовки у газетах, тижневиках стають більш інформативними, довшими, часто практикуються ще й підзаголовки.

¹ Сабітська-Сварожи Е. Заголовок в киевских газетах второй половины XIX – начала XX века: содержание, функции. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – К., 1991. – С. 4.

Умовно можна виокремити такі сучасні типи заголовків:

1. Інформаційний, який найчастіше використовується у подієвій інформації. У газеті “Факты” всі заголовки повідомлень під відповідною рубрикою є фактично стислим викладом їхнього змісту. Ось деякі приклади: “У Києві у два рази підвищений тариф на водокористування”, “Сімферопелець, який дожив до 101 року, загинув, потрапивши під машину”, “Невелике село у Хмельницькій області взяте під контроль у зв’язку з випадком захворювання на дифтерію”.

2. Спонукально-наказовий. Досить поширений у тоталітарній журналістиці з її директивним характером, хоча трапляється і у сьогоднішній практиці. Наприклад: “Нашим берегиням – увагу і любов” (“Молода Галичина”).

3. Проблемний найбільше, зрозуміло, поширений у відповідного виду публікаціях. Стилистично він може бути виражений у формі питального речення: “Забракло “пороху” в порохівниціях?” (“Молодь України”), зіставленні двох явищ, наприклад, “Інститут президентства і нові політичні технології” (“Зеркало недели”) тощо.

4. Констатуючо-описовий трапляється теж часто як у назвах певних публікацій, так і телепередач, наприклад, “За двома тендітними студентками полювало 40 офіцерів держбезпеки...”, “Мер вирушає на війну” (“Молодь України”), “Світ єдиноборств” (ЛТБ).

5. Рекламно-інтригуючий заголовок завжди має певний елемент загадковості, несподіваності, навіть сенсаційності. Характерний приклад із “Комсомольської правди”, яка вирізняється вишуканістю, несподіваністю заголовків. “Стюардеса влетіла. В літературу...” – так названа замітка про те, як американська стюардеса стала автором популярних романів.

Журналісти вдаються також до широкої гами засобів і стилістичних прийомів побудови заголовків. Це можуть бути вдалі вислови із тексту статті чи інтерв’ю, заголовок може будуватись на руйнуванні стійких словосполучень або їх розширенні, двозначності слів тощо. Для прикладу: “Дитяча хвороба курячої сліпоти на Львівщині. Чи можемо з нею боротись?” (“Український шлях”), “Бубка взяв 1250. В доларах” (“Комсомольская правда”). Популярними стали заголовки, у яких римується окремі слова (“Бути лану з “Ланом”. Поки що – за планом” (“Голос України”)), заголовки із комічним підтекстом (“Усім парламентом у президенти. На чолі зі спікером”) (“Шлях перемоги”).

Усіляко заохочуючи розширення й урізноманітнення поетики заголовка, треба застеретти від дедалі частіших випадків порушення етики у надмірно вільному поводженні із заголовками у популярних, але бульварних за характером виданнях. У гонитві за сенсацією заголовки ви-

кривлено трактують інформацію, яка є в тексті. Ще гірше, коли, колекціонуючи певні звироднілі явища, окремі газети (“Московский комсомолец”, “Бульвар”) добирають до них відповідні чорні назви – наприклад, “У підмосковних лісах стали знаходити труни з дітьми”. Трапляється, що заголовки ображають гідність читача, містять вульгаризми, двозначні натяки та інші відхилення від елементарної пристойності¹.

Пошуки назви, продумування плану, способу викладу матеріалу, формування першої фрази – це уже процес творення. Відбувається остаточна переписка окремих фрагментів, фактів, думок у своєрідний моноліт. Розмови, вивчення рукописів письменників, спогади відомих літераторів свідчать, що саме цей етап особливо відповідальний у роботі. У психології літературної творчості його прийнято називати концентрацією². З певними поправками на специфіку цей термін можна застосувати і до публіцистики. У свідомості автора народжуються не окремі зв'язки, асоціації, зіставлення, виникає ще чітко не оформлений словесно стовбур оповіді з її розгалуженнями. Якщо в художньому творі це перехід від задуму в сюжет, систему образів, то в журналістиці – пошуки прийому розповіді, відбір найсуттєвішого матеріалу, продумування композиційно-сюжетних поворотів, того провідного стрижня, який зцементує увесь твір.

Для того, щоб така переписка окремих фактів, думок, вражень відбулась, потрібна одна універсальна передумова. Як уже зазначалось, для цього автор повинен ніби стати над матеріалом, щоб вільно осягнути його. З цього приводу дивовижно збігаються думки вчених, досвідчених літераторів, і, як не дивно, подібного висновку самотужки доходять... навіть журналісти-початківці. Зокрема, Г. Гельмгольц зазначав: “Завжди слід було вивчити всебічно дану проблему такою мірою, щоб тримати всі гострі кути і складні сторони у пам'яті, щоб можна було пробігти по них вільно, без записок”³. Досвідчені журналісти наголошують, що починають писати лише тоді, коли всі факти і деталі із нотаток перекочують у голову. А ось вияв “творчих мук” молодого журналіста-практиканта, взятий із щоденника: “З'явилися нові труднощі – осмислення зібраного матеріалу і вичленування головної ідеї... Я не вмю знайти внутрішнього логічного зв'язку подій... вдалого ходу порівняння...”

І тут органічно постає питання про план твору. Одні літератори після виникнення задуму твору, особливо великого, накреслюють план,

¹ Детальніше див.: Анненков А. Сюрпризи газетного заголовка // Журналіст. – 1995. – № 1. – С. 38–39.

² Арнаудов М. Психологія літературного творчства. – М., 1970. – С. 468–478.

³ Цит. за ки.: Романець В. Психологія творчості... – С. 120.

детально продумуючи його структуру. Більшість журналістів, як і багато письменників, письмово планів не фіксують. Це не означає, що такого плану нема у голові. Невеликі журналістські виступи пишуться з ходу. Поважніші, солідні за обсягом твори писати, не продумавши структури, не можна.

Це зовсім не означає, що продуманий чи навіть написаний план реалізується буквально. У викладі думки є своя внутрішня логіка. Навіть найдетальніший план може бути порушений відповідно до тієї внутрішньої логіки думки. Думка письменника, слухно наголошує Роман Іваничук, – “на кінчику його пера”. Оте “мислення пером” диктує свої вимоги. Здається, все продумано, відібрані факти і деталі, накреслені переходи і повороти думки, а перо диктує дещо іншу логіку, інший хід думок, безжално відсікає непотрібне, породжує нові асоціативні зв’язки тощо. Тому написання твору – не тільки завершальний, але й вирішальний етап творчого мислення.

А відтак йде нелегкий перший абзац або зачин твору. Його обминути неможливо. Крім того, перший абзац, навіть перша фраза повинні читача або глядача зацікавити, злегка заінтригувати, ввести в курс справи. Перша фраза, перший абзац задають тон, ритм усьому матеріалу. Тут сфальшувати, відбутись загальником не можна. Доведеться втрачати більше – переписувати сторінку, а то й увесь твір. Тому майже всі літератори стверджують про відповідальність зачину.

До того ж, сучасна журналістика широко практикує лід. Під терміном **лід** (від англ. *lead* – вести) прийнято розуміти **графічно або інтонаційно виділений перший провідний абзац журналістського матеріалу**. Як і заголовок, ця частина журналістського твору повинна концентрувати інформацію, вводити реципієнта у курс справи, привертати увагу, зацікавлювати, інтригувати. Газети і журнали й раніше намагалися супроводжувати важливі публікації певною інформацією від редакції. В них, здебільшого, зазначалось щось про автора, актуальність публікації, її зв’язок з іншими тощо. На газетному жаргоні такий інформаційний супровід найчастіше йменувався **врізкою, втяжкою**, оскільки заверстувалася у текст публікації.

Лід має особливе значення, він багатифункціональний, зазвичай, супроводжує не тільки аналітичні, але й інформаційні матеріали, є, як дізнаємося згодом, їх органічною, акцентуємо, найголовнішою частиною.

За характером і змістом лід багатоманітний. Найпоширеніший його вид – **інформаційний**, тобто такий, який вводить читача або слухача у курс справи, повідомляє, про що йтиметься. Варіанти такого типу лідують можуть бути найрізноманітніші – від простого повідомлення, скажімо, про ювілей героя розповіді до ширшої довідки. **Довідково-істо-**

ричний лід створює відповідне тло для наступної розповіді. Лід також може бути **фабульно-інтригуючим**. Він, як звичайно, супроводжує гострі за фабулою розповіді. Лід може мати **образний** характер, починати майбутню розповідь з картини, сцени, епізоду. Трапляються **резюмуючі** чи **тезисні** види ліду. Вони стисло викладають суть матеріалу, який супроводжують. Лідом може бути **цитата** із тексту самої публікації.

Лід органічно переходить у серцевину розповіді. Досвідчений автор, як уже зазначалось, шукає певний **стрижень**, композиційний прийом, сюжетно-фабульний хід, які дають йому змогу сфокусувати фактичний матеріал, інформацію, розподілити думки, діалоги, епізоди. Якщо інформаційно-подієві матеріали ґрунтуються на факті, фабулі, події, аналітичний твір повинен мати інше начало, здатне цементувати. Нерідко вдало знайдений композиційний хід означає, що автор, принаймні у голові, написав свій твір.

Щаслива знахідка, асоціативний образ, побудований на контрасті, парадоксальна думка, судження когось із персонажів, доречно вжиті думки знаменитих людей, афоризми, крилаті слова, образи класичної літератури і фольклору – все це лише дециця можливих варіантів знаходження того чарівного творчого кристалика, через який проглядається зміст пропонованої автором інформації. Вдало знайдений стрижень набуває властивостей своєрідного літературного магніту, до якого притягається лише те, що має магнітну природу і відпадає все несуттєве, непотрібне.

Знайдений композиційний хід, стрижень починає діяти ніби за зворотною інерцією: якщо спочатку важко було взятись за написання першого абзацу, то тепер важко відірватись від роботи. І тут найперша турбота автора – **аргументи**. Писати добре – означає вміло аргументувати, доводити, обґрунтовувати ідею, думку, ненав'язливо переконувати співрозмовника в її правильності. Багато залежить від фактажу, а ще більше – від вміння його викласти. Мистецтво аргументації – тема наступного розділу. Нижче про інші аспекти процесу викладу інформації у журналістському виступі.

Викладаючи думки, журналіст повинен пам'ятати про те, що факт, як зазначалось вище, багатозначніший, красномовніший, ніж абстрактне судження. І, як наголошують досвідчені публіцисти, добра стаття відрізняється від поганої тим, що вона, зазвичай, складена із вміло підібраних, незвичних і несподіваних фактів та спостережень.

Майстерність написання – це і вміння укладати окремі факти, образи, враження, пов'язувати їх думками, небанальними судженнями. Ведучи мову про багатозначність факту, вправне їх монтування, здатність "пригнати" факт до факту і виокремити з них оригінальне суджен-

ня, ми маємо на увазі так бажану сьогодні в журналістиці інформаційну насиченість тексту, тобто розміщення на відповідній площі чи у відповідному часі передачі якомога більшої кількості інформації. Сьогодні журналіст вчиться писати і говорити не тільки дохідливо, яскраво, але й “густо”, що означає нетерпиме ставлення до загальної фрази, штампа, повторення загальновідомих істин.

Муки творчості – це муки пошуку свіжої думки, а відтак і свіжого слова. Вивчення мови, вміння користуватися словниками не можуть врятувати від мук пошуків потрібного слова, потрібної фрази. Вони лише полегшують їх, роблять ці пошуки результативнішими. Йдеться не тільки про елементарне дотримання норм мови, що само собою дуже важливе, а про мовну творчість, оригінальне мислення і втілення його у свіже слово.

У процесі викладу думки молодий журналіст повинен уявляти собі майбутнього читача чи слухача. Досвідчені автори досить зримо бачать того, до кого звертаються. Адже кожен відомий автор має свого читача, про якого може знати на підставі відгуків, листів, розмов. Дехто слушно радить будувати розповідь так, ніби ти ділишся своїми враженнями, думками із знайомою, цілком конкретною людиною. Інші пропонують сповідальну (перед самим собою) манеру розповіді, яка сприяє щирості, інтимності тону. Таке самонавіювання нерідко допомагає уникати високопарності, зайвої ускладненості мови, а найперше – шаблону, трафарету.

Природа, різновиди штампа різноманітні. Virізніають композиційні трафарети, трафарети у розкритті теми, характеристики персонажів. Та все ж найживучіший словесний штамп. У його основі лежить повторення, і то багаторазове, уже кимось знайденого, відкритого, навіть у свій час оригінального. Першопричина штампа – невміння або небажання мислити, шукати.

Необхідно також звернути увагу на **кінцівку твору**, завершальний акорд, від якого залежить враження аудиторії. Вона є, зазвичай, загальним підсумком розмови. Кінцева частина, крім того, може мати прямий чи опосередкований рекомендаційний характер, а тому важко уникнути елемента наказовості чи моралізаторства.

Однак й тут маємо чимало справжніх знахідок. Ось, скажімо, як лаконічно і дотепно, несподівано закінчується стаття відомої свого часу, талановитої журналістки Галини Ковтун “Повторіть себе тричі...” У статті порушено і сьогодні винятково актуальне питання багатодітної сім’ї: “...Даємо життя нашим маленьким задля життя. Щоб у них продовжувались і ми самі, і рід наш великий людський. Бо передаємо їм у

спадок все здійснене і заповідаємо омріяне. Щоб повторилось, збагатилось, примножилось. Бо мати дітей – щастя. Мати трьох – потрібне.

У мене – троє”¹.

І, нарешті, **техніка писання**. Саме слово “написання” можна вважати сьогодні у журналістиці навіть певним анахронізмом. Адже чимала, якщо не більша, частина журналістів не так пише, як говорить, надиктовує, записує, передає за допомогою електронної пошти. Розповідь одного нашого відомого журналіста десятирічної давності про те, що у потужному американському інформаційному агентстві не знайшлося шматка паперу, щоб записати якісь дані, сьогодні уже нікого не шокує. Відходить у небуття друкарська машинка. У журналістську практику входять, хоч і повільно, комп’ютер, атрибутами журналістської праці стають інші сучасні технічні засоби.

Однак, незважаючи на всі досягнення техніки, яка зберігає колосальну інформацію і допомагає нею користуватися з неймовірною оперативністю, головною для журналіста і надалі є здатність мислити і викладати думки за допомогою свіжого слова, якого нам сьогодні так бракує.

Залишиться, мабуть, два типи літераторів. Одні продовжать мислити, якщо не на папері, то на дисплеї комп’ютера. Для них важливо спочатку викласти суть, накидати загальні контури твору, не вдаючись до деталізації, до удосконалення фрази. Такий автор може мислити окремими фрагментами, переписувати деякі місця, робити вставки і поправки. Часто буває так, що рука не встигає за думкою. Автор прагне її зафіксувати, не думаючи про деталі, про викінченість тексту. Зрештою, шліфувати такий текст на комп’ютері, здається, навіть легше тому, хто опанував цю техніку.

Інші й надалі будуть настільки продумувати власні твори, що писатимуть їх начисто. Не досягнувши певного рівня досконалості, такі автори не зможуть писати далі. Найчастіше невдалі варіанти вони відкидатимуть і починатимуть працю спочатку. Цей метод має безсумнівні переваги, коли журналіст власний текст надиктовує.

Перехід від кулькової ручки до комп’ютера – болісний процес. Ліпше, якщо він відбувається у ранньому віці. Ймовірно, частина журналістів, письменників, і то не найгірших, і надалі під час написання найважливіших і найвідповідальніших виступів користуватимуться таким анахронізмом, як перо.

Написаний твір, у який би спосіб він не фіксувався, потребує авторської правки, саморедагування, а головне – переписування, шліфу-

¹ Ковтун Г. Повторіть себе тричі... // Рад. Україна, – 1981, – 27 серп.

вання. Щоб стати фаховим журналістом, молодій людині треба навчитись по декілька разів переробляти, вдосконалювати власні матеріали. Досвідчений літератор може дійти до такого рівня культури викладу думки, що писатиме відразу начисто. Але й тоді рукопис має пройти етап авторського редагування, який охоплює перевірку цифр, назв, цитат, прізвищ, стилістичну правку. Щодо журналіста-початківця, то шліфування, переписування твору має стати нормою.

На жаль, буває навпаки. Молодий журналіст сподівається на те, що в редакції його опус “дотягнуть”, “причешуть” і навіть допишуть. Можна навести чимало випадків, коли журналісти-початківці, зокрема студенти, виявляють елементарну невимогливість: пропонують працівникам редакції чи своїм наставникам-викладачам чернетки, заготовки, в яких не тільки не розставлені розділові знаки, немає заголовка, підпису, а іноді й цілих абзаців. Така невимогливість не сприяє творчому зростанню журналіста. Це, зрештою, неповага до колег, до майбутнього читача. Професійний літератор не має права з’являтися на людях у неохайному вигляді. Це професійна вимога й етична норма журналістики.

Складним є завершальний етап роботи над журналістським твором. Це підсумок, результат його праці. Він у всіх перед очима. Його оцінюють колеги, а головне – споживач. Успіх тут немислимий без літературного обдарування автора, його творчих задатків. Найменше у цьому таємничому і суто індивідуальному акті можуть допомогти поради стороннього. Проте існують якісь загальні тенденції цього процесу, знання яких, звичайно, не зробить із людини талановитого журналіста, але вбереже його від елементарних помилок, допоможе свідоміше ставитись до набуття навиків літературної роботи.

Питання для обговорення

1. Реалізація літературного задуму – найважливіша стадія творчого процесу.
2. Вхідження в роботу та її парадокси.
3. Заголовок твору, його функції й типи. Етика заголовка.
4. Перша фраза. Лід і його різновиди.
5. Серцевина твору і майстерність викладу провідної думки.
6. Кінцівка твору. Техніка написання і саморедагування тексту.

Список літератури

- Здоровега В.* Питання психології публіцистичної творчості. – Львів, 1982. – С. 50–62.
- Мальсагов А.* Всегда открытие. – М., 1981. – С. 84–118.
- Прилюк Д.* Теорія і практика журналістської творчості. – К., 1983. – С. 222–279.
- Франко І.* Із секретів поетичної творчості. – К., 1969.

10. АРГУМЕНТАЦІЯ В ЖУРНАЛІСТИЦІ

Доказ і переконування – процес постійного духовного спілкування між людьми в ході буденного і практичного життя, виховання, навчання, обміну найрізноманітнішою інформацією, науковою і, зрозуміло, журналістської діяльності. Доведення певної істини, переконування інших громадян у правильності того чи іншого судження, погляду такі ж давні, як суспільство. Деякі вчені твердять, що логіка як наука про закони мислення зародилась у зв'язку з риторикою – наукою про красномовство¹. Бо, зрештою, завдання логіки полягає в тому, щоб доводити істинні судження і спростовувати хибні.

Доказ, доведення – суто логічний процес. Якщо розглядати спрощено, то доведення – це розкриття відповідності певного судження тому, що є в реальній дійсності. Ми навіть не завжди помічаємо, що у процесі практичного спілкування, не кажучи вже про науку, юриспруденцію, постійно демонструємо у різний спосіб і різними методами збіг наших слів, суджень, висновків із тим, що є в реальності. Мета будь-якого пізнання – наближення до істини, тобто більш чи менш адекватного відображення у свідомості людини явищ і процесів природи, суспільства і самого мислення.

Процес будь-якого спілкування, зокрема й масової комунікації, – це пізнання того, що відбувається довкола нас на рівні подій і фактів, на рівні їх тлумачення, а також більш чи менш глибокого оперативного аналізу. Цим спеціально займається наука, для якої немає іншого завдання, крім щораз глибшого пізнання об'єктивної реальності.

І в буденному житті, і в будь-якій із наук ту чи іншу інформацію, судження, висновок, концепцію, теорію ми мусимо підтвердити, довести. Журналістика не є у цьому винятком. Тут теж діють загальні закони пізнання. Саме ними ми керувалися, з'ясовуючи природу журналістики і пізнання нею дійсності.

Однак якщо для науки з'ясування тих чи інших закономірностей достатньо, то для журналістики, виходячи з її природи і функцій, такого доведення замало. Як ми вже зазначали, завдання журналіста, публіциста нерідко починається там, де вичерпується завдання вченого. Журналіст, як і, до речі, популяризатор науки, викладач або вчитель повинен ще вміти переконати в істинності тих, до кого звертається. А його адресат – це, зазвичай, не фахівець, а широка громадськість. Уже в цьому є певна від-

¹ Гетманова А. Логика. – М., 1995. – С. 5–7.

мінність між доказом ученого, який здебільшого звертається до спеціалістів, здатних розуміти його, часто дуже складну, мову, і доказом журналіста.

Однак відмінність ця набагато глибша, оскільки знання і переконання – нетотожні поняття. Без сумніву, в основі переконання лежать певні знання. Але не всякі знання переростають у переконання. Між просто знанням як певною системою інформації та переконанням як певним станом людини є суттєва відмінність.

“Специфіка переконання, – зазначає один з українських філософів, – полягає в тому, що воно водночас відображає і дійсність, і ставлення суб’єкта як до самого відображення, так і до того, що відображається. У переконанні знання зливаються з волею людини. Переконання – такі знання, які складають зміст мотивів діяльності, впливають на напрямки мислення і дії, зумовлюють вчинки, лінію поведінки, формують установку до дії... Переконання – це знання, яке має світоглядне значення”¹.

На підставі аналізу структури цього духовного стану дослідники роблять висновок про те, що переконання, крім знань, охоплює певні психологічні компоненти, емоції, певний душевний стан. Не будь-які знання стають основою переконань, а лише ті, які зачіпають інтереси особистості, відповідають їм. Цілком зрозуміло, що таке зіставлення певних ідей із потребами людини неминуче викликає відповідні почуття, а не тільки думки. Не випадково, мабуть, переконання ніколи не вживаються з емоційною індиферентністю, вони немислимі без активної участі не тільки знань, але й емоцій.

Окрім понять доведення, переконування, в науці і практиці використовується поняття аргументації. Аргументація – особливий тип судження. Це спосіб судження, у процесі якого висувається певне положення як теза, яку необхідно довести. Розглядаються докази щодо істинності певного доведення і можливих протилежних доказів. Дається оцінка обґрунтуванню і тезі доведення, як і обґрунтуванню та тезі спростування. Крім того, заперечується антитеза, тобто теза опонента. Доводячи тезу, автор тим самим формує переконання в істинності тези і неістинності антитези. У процесі аргументації обґрунтовується доцільність прийняття тези з метою вивчення активної життєвої позиції та реалізації відповідних програм і дій².

Як видно, поняття “аргументація” набагато ширше за змістом, ніж поняття “доведення”. Метою доведення є виявлення істинності тези, а метою аргументації – ще й обґрунтування доцільності прийняття цієї тези, розкриття її важливого значення у певній життєвій ситуації. Та й сам аргумент трактується ширше, ніж у теорії доведення, він різноманітніший, багатший.

¹ Васильченко В. Переконання як форма вияву світогляду // Філософська думка. – 1971. – № 1. – С. 13.

² Брутян Г. Аргументация. – Ерван, 1984. – С. 8.

В основі аргументації – насамперед логічні закони. Оскільки студенти вивчають курс логіки, наше завдання – відіслати їх до відповідної літератури¹ та нагадати деякі елементарні істини, без яких незрозумілим буде дальший виклад.

У логіці прийнято виокремлювати таких трьох учасників суперечки: **пропонент** – той, хто висуває певне положення. Він може висловлювати власну думку або певну колективну позицію. **Опонент** – той, хто піддає сумніву, заперечує слушність певної думки. Він може бути присутнім або не брати участі в цьому процесі. **Аудиторія** – колективний суб'єкт суперечки. Йому, власне, й адресована суперечка.

Логічна структура доказу й аргументації теж складається з трьох компонентів. Ними є: **теза** – судження, яке необхідно довести, **аргументи** – ті істинні судження, якими користуються у процесі доведення тези. Нарешті, **формою доведення** або **демонстрацією** називають спосіб логічного зв'язку між тезою й аргументами або сам процес розгортання аргументації.

Необхідно також зазначити, що саме аргументування може бути здійснене двома головними способами: шляхом безпосереднього звертання до дійсності, що найчастіше робить журналіст (фактологічна аргументація), і за допомогою уже відомих положень, суджень, коли автор теж звертається до реальності, але не безпосередньо, а опосередковано, через умовиводи, висновки, закони, концепції, теорії тощо.

У працях із логіки називають такі головні види аргументів:

1. Достовірні одиничні факти;
2. Визначення як аргумент доказу;
3. Аксиоми – судження, які приймаються як аргументи без доказу;
4. Закони і теоремаи.

Логіка пробує встановити певні вимоги до кожного з трьох компонентів процесу доказу, а також піддає критиці відступи від цих вимог.

Теза, згідно з цими вимогами, повинна бути сформульована чітко і недвозначно, бути незмінною протягом усього процесу доведення. Теза не повинна бути внутрішньо суперечливою. Логічні помилки або зловживання щодо тези: часткова або повна підміна, апеляція до людини (замість тези людини, яка її висловила), аргумент до публіки (психологічний вплив на почуття аудиторії) та інші відступи. Прямою критикою тези вважається метод “зведення до абсурду”, коли із висунутим положенням ніби й погоджуються, а далі з наявних аргументів та тези виводять всі можливі наслідки і демонструють їх абсурдність.

Найголовніша вимога до аргументу – його істинність. Аргументом може бути лише таке судження, істинність якого уже доведена, незалеж-

¹ Див.: Карамничева Н., Божач С. Навчальний посібник з логіки. – Львів, 1996; Хоменко І. Логіка – юристам: Підручник. – К., 1997. – С. 219–248.

но від певного конкретного доказу. Аргументом не може бути судження, яке потребує доведення. Тут діє закон достатньої підстави. Звідси відповідні помилки і спекуляції: “хибна підстава”, “недоведена підстава”, коли судження ні істинне, ні хибне і потребує доведення, “заворожене коло” або “коло в доведенні”, коли тезу доводять за допомогою аргументів, а аргументи виводять з цієї тези, “від сказаного у відносному розумінні до сказаного безвідносно”, коли теза істинна лише у певному відношенні, а не за будь-яких умов. Дехто із учених додає ще й такі помилкові або вживані зі спекулятивною метою прийоми, як “аргумент до публіки”, “аргумент до пики”, “аргумент до авторитету”, “аргумент до освіченості”, “аргумент до жалю” і навіть не так вже рідкісний і в наш час “аргумент до фізичної сили”¹.

Щодо демонстрації, то тут головним є цілковите підтвердження тези. Вчені називають це “відношенням логічного слідування”, унаслідок порушення якого виникає помилка “не підтверджує”, “не слідує”. З огляду на це радять застосовувати знання логіки, вміння будувати індуктивні та дедуктивні міркування й міркування за аналогією. Чимало важить природний талант людини до логічного мислення.

Аргументація, як і полеміка, в журналістиці – лише один із різновидів, але дуже важливих сьогодні, способів духовного спілкування. Вони вибирають у себе певні ознаки та суперечки інших видів аргументації – наукової, юридичної, публічно-мітингової, парламентської тощо. Водночас спосіб аргументації у ЗМІ має специфічні особливості. По-перше, це один із найпоширеніших видів доведення і переконування. За масштабами він поступається місцем хіба що усним, індивідуальним чи груповим формам інформаційного впливу, але суттєво переважає наукові, парламентські, правові та інші усні форми спорів. По-друге, аргументація, як і зіставлення позицій у ЗМІ, розраховані на найрізношерстнішу аудиторію як фахівців, так і спеціально не підготовлених. По-третє, на відміну від спеціалізованої аргументації, скажімо, правової чи наукової, вона тематично не обмежена, універсальна. По-четверте, у цьому процесі беруть участь не тільки фахівці, але й представники різних верств населення. Листи до редакцій, відгуки на виступи завжди були найпопулярнішими, особливо у газетах. По-п’яте, мас-медіа, особливо телебачення і радіо, є прямими трансляторами найрізноманітніших акцій суспільного характеру, починаючи від засідань парламенту, мітингів і закінчуючи конференціями, симпозіумами тощо.

Зазначимо, що саме публічна, розрахована на масову аудиторію, аргументація і полеміка буває перенасиченою емоційно, що не завжди

¹ Детальніше про заборонені методи аргументації у пресі див.: Москаленко А. Сучасна українська преса: Навч. посіб. – К., 1999. – С. 177–179.

сприяє пошуку істини, але досить сильно впливає на переконання. Мас рачію вірменський професор Г. А. Брутян, що “взаємовідношення доведення і переконування може виражатися у трьох співвідношеннях. Можна довести і переконати, можна довести, не переконавши, можна переконати, не доводячи... можливі поєднання, коли не доводимо і не переконуємо”¹.

Перехід знання у переконання – процес складний і неоднозначний. На формування переконань можна впливати, наслідуючи чинсь поведінку, що відбувається переважно у ранньому віці, шляхом навіювання, тобто суто психологічного впливу, коли ігнорується чи нейтралізується аналітичне мислення індивіда, і шляхом переконування. Переконування передбачає логіко-психологічний вплив на свідомість, у процесі якого нова інформація, нові знання пов’язуються з поглядами, установками, стереотипами, уявленнями тощо, які вже існують у людській свідомості.

Вирізняють три головні передумови переростання знання у переконання. По-перше, це усвідомлення відповідності пропонованих ідей, системи знань етнічним, національним, соціальним і груповим інтересам людини. Ці інтереси можуть бути як матеріальними, так і духовними, ідеальними. На першому місці стоять фізіологічні потреби у задоволенні голоду, самозбереженні людини, а також потреби в любові, повазі, самоутвердженні. Також величезне значення має віра.

У суспільстві, яке перебуває у критичному стані, переживає кризу, завжди є небезпека використання у пропаганді насамперед біологічних потреб. На цьому будувалась і була досить ефективною протягом певного часу як більшовицька, так і нацистська ідеологія. Вимоги хліба, миру, передачі землі селянам, фабрик і заводів робітникам, які стали основою більшовицької пропаганди, подіяли дуже ефективно на виснажену війною і голодом масу деморалізованих людей. І хоч жодна з цих обіцянок не була реалізована, віра на певний час залишалась. Подібним чином спрацювала гітлерівська пропаганда, яка обіцяла золоті гори німецькому народові, була побудована на міфах і брехні. Вона теж зазнала нищівного краху разом із загибеллю націонал-соціалістичної диктатури.

Дуже точно про цю закономірність впливу певних ідей на людину сказав відомий учений і письменник Микола Амосов: “Якщо пропагандист намацає насущну біологічну потребу народу і підвіє під неї ідею, то виникає масовий рух, який посилює сам себе завдяки наслідуванню і потребі в авторитеті. Не кажучи вже про “феномен натовпу”, коли діють ще якісь флюїди невизначеного походження. Релігійний, національний або ідеологічний фанатизм може охопити суспільство, як пожежа, і затьмарити здоровий глузд. Протверезіння настає тільки згодом унаслідок природної втомленості ідеї”².

¹ Брутян Г. Аргументація... – С. 28–29.

² Амосов Н. Человек больше плохой, чем хороший. Хуже обезьян // Бульвар. – 1996. – № 3.

Водночас ми бачимо, як невміло, а часто й бездарно використовуються у пропаганді взагалі, у публіцистиці зокрема, такі близькі народові ідеї національного відродження, державності. Цьому заважає невміла практична реалізація ідей, суттєва відмінність між словом і ділом правлячої еліти.

По-друге, певні знання можуть переростати у переконання тоді, коли їх визнає істинними сама особистість, є ніби її особистим відкриттям. Вище йшлося про вироблений віковою практикою публіцистичний, ширше навіть – ораторський метод не нав'язування аудиторії певних ідей, поглядів, а підведення до них людини шляхом роздумування вголос, прищеплення їй навиків самостійного мислення. Подача журналістської інформації, підведення аудиторії до певних висновків повинні бути настільки тонкими і непомітними, щоб людина сама робила висновки. Тоді вони можуть стати її переконаннями.

По-третє, переконаннями не можуть бути не тільки “голі”, але й емоційно індиферентні ідеї. Емоції у журналістиці – річ небезпечна. Вони можуть затуманювати істину, підмінювати раціональне начало у публіцистиці. Однак, водночас, абстрактні судження, позбавлені ширості, не западуть глибоко в душу, не стануть підмурівком переконань.

На дієвість аргументів у процесі переконування впливають і такі чинники, як авторитетність джерела інформації, переконливість самої інформації, а також вона залежить від аудиторії. Аудиторія може ставитись до відповідної інформації та її автора з довірою, сумнівом, недовірою чи навіть із упередженням. А тому авторська мова й авторські аргументи мають бути відповідно упорядковані. Необхідно враховувати психологію й автора, і реципієнта. Не випадково у журналістиці постійно відбувається пошук не тільки авторитетів, але й людей з великим потенціалом енергетики, яку поки що ми не навчилися вимірювати, але яка відчувається практично. Тут на першому плані щирість і впевненість, внутрішня переконаність, характерна для “народних трибунів”, яка особливо виявляється у переломні моменти історії.

І все ж основою аргументації є логіка, а головною зброєю у процесі доведення і переконування є у підсумку правда. “Брехнею увесь світ пройде, та назад не вернешся”, – стверджує народна мудрість. Як досягається ця правда і які різновиди застосування аргументів у журналістиці? Звичайно, універсальним засобом доказу в журналістиці, як і в будь-якому спілкуванні, є **судження й умовиводи**. З них зітканий увесь процес абстрактного мислення. Візьмемо перший-ліпший приклад із рядового газетного тексту: “Повага держави до того або іншого виду праці визначається не гаслами і не промовами відповідальних та безвідповідальних осіб, але єдино можливим для держави способом: рівним оподаткуванням. За яким рівнем знов-таки визначаємо і міру поваги”. Дедуктивні, індук-

тивні, побудовані за аналогією умовиводи дають можливість опосередковано, не звертаючись до конкретних фактів, прикладів, одержувати нові знання, підтвердження тієї чи іншої істини.

Однак трапляються випадки, коли та чи інша ідея, висновок потребують розгорнутої аргументації. Процес аргументації цілісний, звичай, комплексний. Умовно, виходячи із журналістської практики, логічні аргументи можна поділити на декілька груп: фактологічні, наукові, юридичні, морально-етичні.

Фактологічна аргументація трапляється у журналістиці чи не найчастіше із зрозумілих причин, адже маємо справу із поточними подіями і фактами. За їхньої допомоги можна, як зазначалось, просто інформувати. Роль же аргументів відіграють факти, коли йдеться про їхній аналіз, коли за допомогою них доводиться певна теза, певне положення. Іноді для цього достатньо одиничних фактів, нерідко для доведення потрібна ціла система фактів, які стосуються певного питання. В окремих же випадках, у складних, скажімо, економічних питаннях, важко обійтись без цифрових даних, статистичних фактів. До того ж вони поєднуються з іншими видами аргументів. У цьому легко переконатись, читаючи газети, переглядаючи телевізійні програми, слухаючи оглядові чи проблемні радіопередачі. Найліпше це можна проілюструвати на приклади коментарів, кореспонденцій, оглядів.

Своєрідність фактологічного аргументу в тому, що певна теза доводиться за допомогою взятих автором із життя, з відповідних документів, зокрема й історичних, фактів. Принцип найпростіший: я стверджую те, що побачив, дізнався, почув, прочитав із достовірних джерел. Для прикладу, "Покійна стоїть на пільговій черзі першою..."¹ "Всі державні школи в Україні безкоштовні. Однак у всіх більш-менш пристойних треба платити"² (теза виступу вноситься як лід). "Важкий хліб півдня"³, – стверджує автор ще однієї газети та ін. Складність полягає у тому, наскільки достовірні ці факти, наскільки достатні для доведення висунутої чітко, а іноді і не зовсім чітко (що в журналістиці трапляється) сформульованої тези і чи логічно міркує автор.

Науковий аргумент найчастіше застосовують в науково-просвітницькій інформації та пошуковій публіцистиці. Науковий аргумент якоюсь мірою споріднений із фактологічною чи емпіричною аргументацією. За його допомогою теж доводиться істинність певної тези, її відповідність життєвим реаліям, але доказом є не просто факти, взяті із життя, а їхнє наукове осмислення у вигляді зроблених за спеціальною методи-

¹ Молодь України. – 1999. – 26 серп.

² ПіК. – 1999. – № 17. – С. 28–29.

³ Зеркало неділи. – 1999. – 17 июля.

кою висновків, закономірностей, законів. Саме наука досягає вищого ступеня достовірності й узагальнення.

Між наукою і публіцистикою існують складні й навіть суперечливі зв'язки. Журналістика, публіцистика не тільки забезпечують науку певними даними, спостереженнями, емпіричним матеріалом, але й підказують, часом вгадують, наштовхують на зміну наукових поглядів. Особливо гостро це відчувається у переломні історичні моменти. Заскорузлість, надмірний догматизм, який панував у так званих суспільних науках "совєтського" періоду, спричинили у період гласності своєрідний вибух наукової публіцистики, переважно підпільної, а згодом, як її називали, неформальної та, зрештою, й легальної.

Вона відрізнялась насамперед свіжістю, сміливістю аргументації, безкомпромісністю у спростуванні застарілих, віджилих догм, а іноді й певним спрощенством, романтизмом у баченні майбутнього. У публіцистику прийшли природодослідники з їхньою здатністю до системного мислення, ширшого, космічного бачення земних проблем. Таким був Андрій Сахаров, а в Україні – Юрій Щербак, Ігор Юхновський, Олег Романчук, Юрій Саско.

Різновидами наукових аргументів є насамперед науковий закон, досліджена наукою закономірність, наукові висновки з актуальних досліджень. Найпоширенішою формою наукової аргументації в сучасній журналістиці є інтерв'ю з ученими, діалоги і монологи науковців перед камерою і мікрофоном.

На жаль, аналітичний рівень сучасної журналістики досить низький. Особливо це відчувається тоді, коли мова заходить про передбачення майбутнього, про публіцистичне прогнозування. А саме це – одна із сильних сторін української класичної публіцистики і літератури. Достатньо назвати імена таких пророків народу, як Тарас Шевченко, Іван Франко, Михайло Грушевський, а з наших сучасників – Василь Стус.

Вдалі пошуки в цій галузі маємо. Особлива заслуга у розвитку наукової, прогностичної публіцистики із широким і вмілим застосуванням наукової аргументації належить своєрідному журналові "Універсум", який зумів згуртувати найкращі інтелектуальні сили України, вміло використовуючи успіхи світової науки.

У зв'язку із будівництвом, далеко непростим і суперечливим, демократичної, правової держави важливе значення має юридична аргументація. Юридичний аргумент будується на інших засадах, ніж фактологічний та науковий. В його основі зіставлення тези не з реальним життям чи науковими істинами, а із законом, чинними правовими нормами. В них теж сконденсована у відповідний спосіб реальність, але це далеко не просте, дзеркальне відтворення людського буття, а складніше, порівнюючи з наукою. Правова аргументація особливо відповідальна,

бо має справу з узаконеними нормами державного, групового, управлінського, політичного, релігійного, адміністративного, економічного, пов'язаного з різними формами власності, життя.

Право і ЗМІ – багатоаспектна і багатогранна проблема. Насамперед йдеться про правове становище журналістики у суспільстві, про правовий статус журналіста і його юридичну відповідальність. Журналістика давно стала трибуною суперечок із питань становлення правової держави та вдосконалення демократії. У цьому випадку нас цікавить лиш один аспект цього складного питання, безпосередньо пов'язаний із процесом написання самого твору, про компетентність і культуру журналіста з юридичного погляду.

Пишучи про політику, економіку, стосунки між людьми й особливо про права й обов'язки громадянина, про злочини і покарання, журналіст, не будучи фахівцем з питань права, не може обминути часто складних правових колізій, у яких важко розібратись навіть дипломованим у цій галузі спеціалістам. Як в інших питаннях, журналіст має мати певний багаж знань, бути особливо обережним у власних судженнях, коли йдеться про людські долі, розуміти можливості й межі втручання у діяльність правоохоронних органів тощо. Юристи часто, іноді небезпідставно, нарікають на правову некомпетентність журналістів. Однак без певної гласності й контролю з боку громади не може обійтись і третя влада, яка, до речі, як і так звана четверта влада, працює під тиском громади і відповідного криміналітету. Мас-медіа не раз ставали на захист цієї гілки влади.

Різновиди правових аргументів, вважаємо, залежать від тих законів, на які посиляється автор. З прийняттям Конституції, в обговоренні проектів якої ЗМІ брали найактивнішу участь, одним із різновидів аргументів є посилання на Основний закон. Сюди слід віднести не лише спеціальні виступи, присвячені самій Конституції України, її роз'ясненню і популяризації, які друкувались і друкуються у пресі чи передаються у тележурналах, зокрема "Право", але й загальні публіцистичні твори, які ґрунтуються на її положеннях.

Другий різновид правового аргументу має за основу численні закони, присвячених різним сторонам життєдіяльності держави. Це понад десяток законів, які регулюють діяльність самих ЗМІ. Однак чи не найчастіше журналістам доводиться звертатись до відповідних кодексів, які передбачають міру покарання за ті чи інші порушення закону – це третій різновид правового аргументу. Нарешті, окремим різновидом юридичної аргументації можна вважати такі докази, основою яких є норми міжнародного права, які розглядаються відповідно до національного права. Здебільшого вони наявні у виступах на міжнародні теми.

Паралельно з правовою у журналістиці широкого застосування набула морально-етична аргументація. Вона споріднена з юридичною тим,

що теж ґрунтується на відповідності чи невідповідності судження реальній дійсності, відповідним (але не юридичним, тобто таким, що охороняються силою закону) нормам моралі. Мораль, як відомо, – особлива форма свідомості й вид суспільних відносин, один із головних способів регулювання людських взаємин у суспільстві. Моральні норми ґрунтуються на ідеалах добра і справедливості. На відміну від права, виконання, дотримання норм моралі є лише формою духовного впливу, тобто суспільних оцінок, схвалення чи осуду. В основі моралі завжди є загальнолюдські цінності. На першому плані тут норми релігійної, для нас насаперед християнської моралі.

Людська мораль не повинна піддаватись кон'юнктурним, політичним деформаціям. Намагання більшовиків, передусім В. Леніна, відкинути загальнолюдські моральні принципи, визнавати моральним все те, що служить будівництву міфічного комуністичного суспільства, призвели до трагічних наслідків і сьогодні з усією рішучістю відкинуті самим життям. Підтвердженням того, наскільки химерними виявились скороспілі, кон'юнктурні мудрування у моральній сфері, може бути так званий моральний кодекс будівника комунізму, від якого, крім анекдотів, здається, нічого не залишилося.

Духовне відродження, про яке так багато пишуть і говорять журналісти, потребує оновлення і вдосконалення всієї системи ціннісно-нормативної аргументації. Приклад у цьому випадку показує релігійна публіцистика. Неперестічними зразками морально-етичної аргументації є твори Євгена Сперестюка, Мирослава Мариновича, Павла Загребельного, Валерія Шевчука та інших відомих письменників.

Що стосується поточної журналістської практики, то оцінити її однозначно не можна. З одного боку, велика кількість публікацій, у яких йдеться про високі моральні цінності, про гідність, достоїнство людини, наводяться щедрі цитування Святого Письма. З іншого, замість переконливих морально-етичних аргументів маємо, як і колись, читання моралі, відірвані від життя повчання. Вражає низька ефективність впливу журналістики на стан суспільної моралі. Якщо брати сучасне телебачення, то воно впливає на неї скоріше негативно, ніж позитивно.

А втім маємо Конституцію, яка захищає людські права, честь і гідність людини. Зацитувавши задекларовані в Основному законі держави відомі слова "Людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканість і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю", Павло Загребельний слушно пише: "Я б прийняв Конституцію тільки за те, що в ній є ця стаття. Нарешті, нарешті! Може для домашнього вжитку нова Конституція не дуже й знадобиться, може, в ній виявиться багато чого непридатного для практичного застосування, може, криво тлумачитиметься знахабнілими чиновниками, як це діється по-

всюди. Та зате з цією Конституцією ми вже не раби німі ні вдома, ні перед усім світом. Ми, український народ, маємо свою честь і свою гідність, про що урочисто заявляємо”¹.

Морально-нормативні аргументи тісно пов’язані з правовими. Можна вести мову про кілька різновидів ціннісно-нормативних аргументів. В основі одних лежать ідейно-політичні цінності (загальнолюдські потреби, почуття патріотизму, національної гідності, яка так важко пробуджується в загнаних у казарму рабів), другі беруть за основу моральні принципи і вимоги (чесність, любов до ближнього, принциповість, терпимість до інших думок тощо), треті – дотримання правових норм (конституційні права й обов’язки, про які йшлося вище, охорона довкілля тощо).

Однак, як уже було зазначено, у процесі публічної аргументації понятійні, раціональні аргументи, хочемо ми цього чи не хочемо, поєднуються з емоційно-образними засобами впливу на свідомість і переконання аудиторії. Розглянемо для прикладу полемічну статтю Івана Шпиталія “Чого ми хочемо від євреїв і неєвреїв”, опубліковану у кількох номерах газети “Вечірній Київ”². У ній автор загалом слушно виступає проти тих громадян України, які зневажливо, по-хамськи ставляться до корінного населення держави, її символів і святинь. Справді, болісна для будь-якого свідомого громадянина тема. Адже важко знайти країну, депутати вищого законодавчого органу якої красувались би із значками чужої країни, ігнорували її мову і культуру, безкарно обпльовували її святині. Автор наводить у статті цілу низку понятійно-логічних аргументів, посилається на відповідні історичні події та документи, факти сучасного життя. З публіцистом теж можна сперечатись, наводити певні контраргументи, уточнювати окремі факти, епізоди тощо.

Проте, читаючи статтю, ми не можемо не проїнятися тими почуттями, емоціями, якими супроводжується процес аргументації. Насамперед це безпосередні емоційні оцінки. Вони відчуваються уже з перших рядків твору. “Хам (у ярмулці він, із цапиною борідкою, а чи з подобою вусів козацьких – не мають значення його зовнішні прикмети) щодень Божий, даруйте, читачу, паскудиться на землі, з якої живе, глумиться над гідністю нації, яка дала назву державі, над її символами, над святинями народу, який у тисячоліттях виборював своє право жити на цій землі так, як він, народ, того хоче, а йому, хамові, виявляється, не можна навіть перечити! Бо, бачите, хам, впушений одного разу в українську хату просто, щоб погрітися чи переночувати, облюбував її затишок, поступово чи й одразу прижився у теплі-добрі, поступово чи й одразу набув громадянства – тепер він також “коренной”³.

¹ Загребельний П. Думки нарозхрист... – К., 1998. – С. 78.

² Вечірній Київ. – 1999. – 24, 25, 28 груд.

³ Там само. – 24 груд.

Зрозуміло, досить сильні почуття образи, гніву, спричиненого приниженням національного достоїнства, знаходять і доречні мовностилістичні засоби вираження. Це відповідний відбір лексики, це своєрідна публіцистична персоніфікація певної політичної сили у збірному образі, це слухні епітети, а також риторичні фігури тощо.

Аналіз багатющого полемічного літературного досвіду дає підстави зробити висновки про досить сильний емоційний струмінь, наявний у більшості полемічних творів. Бажання вплинути на аудиторію, переконати її у правильності власних поглядів та ідей спонукає публіциста так чи інакше виражати свою емоційність. Вона втілюється у відповідному тексті. Цьому служить насамперед певна система словесних образів, а також образних деталей, лаконічно окреслених образів-персонажів, соціальних типів, публіцистичних портретів, образів-символів та алегорій тощо.

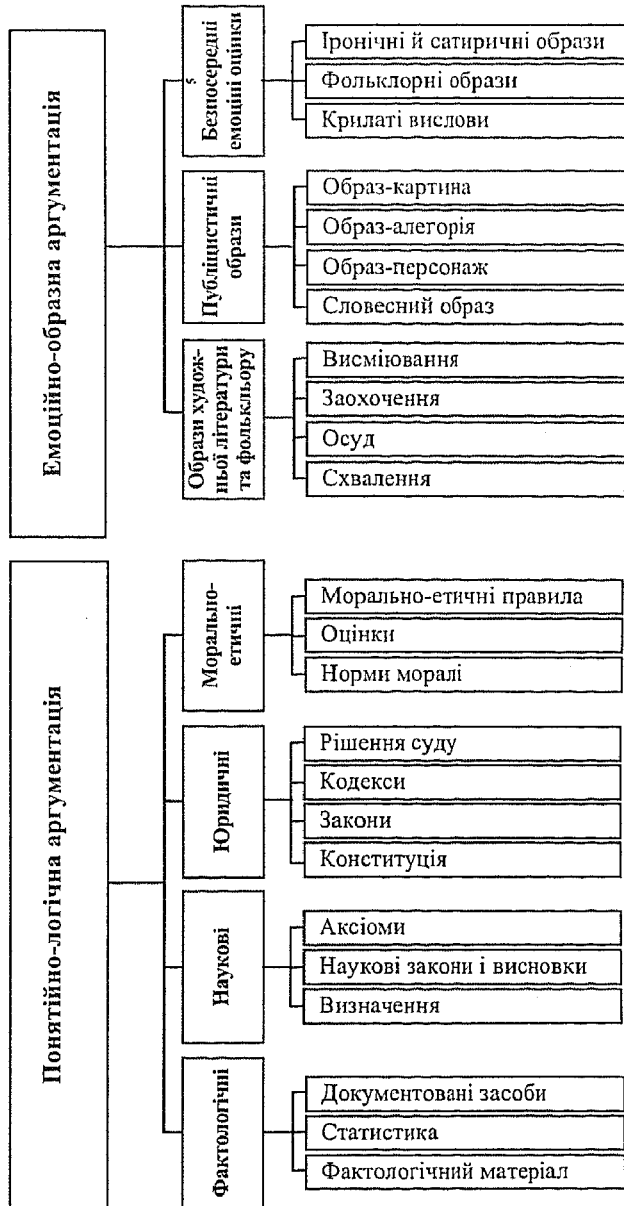
Використовуються у полеміці, як і загалом у публіцистиці, художні образи літератури і фольклору, насамперед іронічні та саркастичні, які відповідно трансформуються, спрощуються, підпорядковуються логічній структурі полемічного твору.

У цьому одна із суттєвих відмінностей аргументації у журналістиці. Наука не вивчає інших засобів доказу, крім логічних і соціальних. У повсякденному політичному житті, у різних диспутах і дискусіях, зокрема парламентських дебатах, майже не обходиться без емоцій. Публіцистика як певне концентроване вираження стану масової свідомості органічно охоплює як безпосередні емоційні оцінки, зокрема схвалення, осуд, висміювання, так і цілу систему публіцистичних образів, тобто образні вислови, творення відповідних картин і уособлення думки в образах-персоналіях. Меті найкращого доказу, характеристики явища слугують образи художньої літератури.

Хоч якими органічними й необхідними не були б засоби емоційного впливу в процесі аргументації, вдаватися до них треба дуже обережно. Вони можуть сприяти ліпшому, виразнішому формуванню певної істини, а можуть робити невиразною, незрозумілою, спотворювати її, бути засобом маніпулювання, відвернення аудиторії від істинного шляху мислення. Все залежить від позиції, совісті автора.

Тверезомислячі аналітики, зокрема якісних європейських періодичних видань, алярмують з приводу того, що у потужних потоках мас-медійної інформації гору над логікою, переконливими аргументами беруть засоби емоційного впливу, особливо за допомогою телекадрів і фотознімків. До того ж, сумнів викликає автентичність численних картинок під час війни медійних образів, тобто свідомо експлуатація емоцій у разі нейтралізації логіки мислення.

**Схема
різновидів аргументації в публіцистиці**



Сьогодні, особливо сьогодні, треба також зважати на толерантність, пристойність вислову. Етичні вимоги до журналістики, журналістської фрази постійно зростають. Навіть найкращі зразки емоційного впливу в процесі аргументації, до яких вдавалися класики, не можуть бути еталонними у наші дні. Як уже зазначалось, необережно вжите слово, грубий епітет можуть спричинити не тільки моральний осуд, але й відповідне покарання.

Отже, можна зробити висновок про те, що в основі аргументації лежить логіка доказу і лише над нею можуть надбудовуватися емоційно-образні засоби переконування. Хоч історія знає випадки нерационального, нечесного, антигуманного впливу на людську свідомість і підсвідомість з метою злочинного маніпулювання поведінкою натовпу.

Логічне, переконливе мислення є природною частиною журналістських здібностей. Наука може лише сприяти їхньому формуванню. Щоб писати і говорити переконливо, мало засвоїти закони логіки, правила аргументації та спростування, для цього потрібно досконало знати предмет розмови, глибоко розуміти суспільні процеси.

Питання для обговорення

1. Логіка і психологія доказу та переконування – складний процес духовного спілкування.
2. Доказ і аргументація. Структура доказу: теза, аргумент, демонстрація.
3. Вимоги до тези, аргументу і демонстрації.
4. Своєрідність аргументу. Найпоширеніші групи аргументів у публіцистиці.
5. Роль емоцій у процесі аргументації.

Список літератури

- Брутян Г.* Аргументація. – Єреван, 1984.
- Здоровега В.* Сила і безсилля слова // Дзеркало тижня. – 2002. – 7–13 верес.
- Кузнецова О.* Аргументація в публіцистиці. – Львів, 1992.
- Хоменко І.* Основи теорії аргументації // Логіка – юристам. – К., 1999. – С. 219–249.

11. ПОЛЕМІКА В ЖУРНАЛІСТИЦІ

Аргументація тісно пов'язана із суперечкою. Суперечка неможлива без відповідної аргументації, хоч аргументація існує і як самостійне явище. Полеміка (походить від грец. слова, що в буквальному перекладі означає військову майстерність) – зіткнення поглядів, ідей, концепцій і теорій, вчень. Полеміка – похідна діалогу, який ведеться постійно і між окремими людьми, й індивідом з самим собою (внутрішній діалог). Без діалогу, обміну думками, а отже їх зіткнення не може бути продуктивного мислення, розвитку ідей, відповідно й осягнення істини. Суперечка є постійним супутником людського спілкування. Її можна вести досить бурхливо, адже вона розрахована на публіку.

Публічною є усна або письмова суперечка перед більшою чи меншою аудиторією. Це можуть бути засідання товариств, гуртків, наукових рад, конференцій, а також письмові суперечки між ученими, політиками, письменниками на сторінках статей, книг тощо. Полемічне мистецтво пройшло величезну еволюцію від ораторських виступів, розрахованих на обмежену аудиторію, до публічних суперечок у пресі та в ефірі. На очах нашого покоління публічні суперечки набули небачених раніше масштабів. Непомітно відбулось відродження ораторського мистецтва у його радіо- і телемодифікації, до якого суспільство не завжди було готовим.

“Полеміка, – писав Іван Франко, – є безпремінна умова боротьби думок, інтересів, поступу громадського. Без неї не обходиться денникарство, бо день за днем виявляє якусь громадську хибу, фальшиву думку, котру треба зараз же й показати, не дожидаючи, поки таких проявів набереться на книгу наукової праці, в котрій можна тим спокійніше їх оглядати, що деякі з них “відійдуть в минуле”, іноді навіть з тими громадами, в котрих вони творились”¹.

Передумовою успішного ведення полеміки і дискусії є політична можливість вільного обміну думками, ведення діалогу, тобто політичний плюралізм. Справжня полеміка і дискусія неможливі у суспільстві тоталітарному. Однак було б несправедливо твердити, що в радянські часи, особливо після смерті Сталіна, не було публічних суперечок. Вони були, і часто гарячі, по-своєму результативні. Однак, по-перше, стосувались вони часткових, нерідко другорядних питань. Навіть у роки так

¹ Франко І. Інтереси польського панства і правдяська наївність // Народ. – 1891. – № 8. – С. 126.

званої перебудови побутувало положення: сперечатись можна про все, але правильність соціалістичного вибору не можна піддавати сумніву. Ймовірно, саме ці обмеження за відомим законом маятника спричинили протилежну тенденцію – безпардонність і панібратство у сучасній поліміці. По-друге, як і всі духовні процеси, дискусії суворо контролювались. На учасників суперечки могли у будь-який момент накинутись із найстрашнішими звинуваченнями, а саму суперечку заборонити. Так було у сталінські часи, коли громили так званих вейсманістів-морганістів, відкинувши нашу біологічну науку на десятиріччя назад. Так було у часи М. Хрущова, коли партійні невігласи і сам Микита Сергійович диктували свої примітивні мистецькі смаки талановитим художникам і поетам.

По-третє, полеміку, особливо політичну, вели в одні ворота, переважно міжнародного імперіалізму, українського буржуазного націоналізму і сіонізму. Той, із ким сперечалися, не міг публічно відповісти на висунуті звинувачення, оскільки був позбавленим трибуни, а то й перебував у концтаборі. Звикнувши сперечатись із людьми зі зв'язаними руками, ідеологи тоталітаризму при першому подуві очищувального вітру тут же сховались у куші. Тільки окремі з партійних керівників наважувались вступити у публічну дискусію, і то, як це було з Л. Кравчуком, під впливом протилежних аргументів змінювали свої позиції. По-четверте, у ліпших ленінсько-сталінських традиціях суперечка велась, зазвичай, грубо, не зважаючи власних слів і виразів. На жаль, усі ці вади полеміки не зникли безслідно. Вони так чи інакше існують і сьогодні. Достатньо послухати деякі парламентські дебати чи прочитати передвиборчі суперечки. Здавалося, всі перепони здолані. Критикуй, сумнівайся, сперечайся хоч із класиком, визнаним філософським чи економічним авторитетом, хоч із самим президентом. Сперечаємось. Тільки стає очевидним, що шуму багато, а результати майже нульові. Виявляється проста істина: до цивілізованої суперечки треба дорости, сперечатись треба вміти. І не лише у технічному, вузькопрофесійному плані, а у політичному, психологічному, філософському.

Свого часу про це писав відомий чеський діяч і філософ, один із конструкторів празької весни Зденек Млинарж: "Характерна риса сьогоднішнього суспільства, за моїми спостереженнями, – це невміння сперечатись. Супротивні сторони з піною на губах доводять свою правоту, яка звично виражається у крайніх формах, намагаючись "добити" опонента, щоб він більше не зміг підняти голови. До масової свідомості ще не дійшло, що істина, зазвичай, відносна: той, хто безумовно має рацію зараз, завтра може бути зовсім неправим, і йому доведеться це визнати. У цивілізованому суспільстві загальноприйнятою є співпраця з політичним суперником. Завтра вони можуть помінятися місцями: цей може бути зверху, а той виявиться до нього в опозиції. Лише навчаючись на

перших помилках, позбуваючись нетерпимості, молода демократія зуміє втриматись перед спокусою запровадити демократуру”¹.

Звичайно, можна зрозуміти гостроту і навіть непримиренність зіткнень думок, коли йдеться про кардинально протилежні суспільні позиції. Однак важко пояснити непримиренність, ворожість одnodумців у принципових, головних питаннях. Сутність такої полемики не у зіставленні суспільно-політичних позицій, а в амбіціях опонентів, їх пристрасному бажанні виглядати щонайкраще в очах публіки, принизити іншого. Така полемика – результат політичного протистояння, за яким криються відповідні інтереси, а також відповідні психологічні, звичаєві передумови. Хай там як, а часті заклики до злагоди, єдності, як і обіцянки толерантності у суперечці, практично мало що дають.

І тут необхідно торкнутися самої природи і призначення полемики. Якою мірою двоїстість полемики пояснюється роздвоєністю її функцій. Суперечка, – і в цьому, на нашу думку, її висхідна і головна функція, – полягає у з’ясуванні певної істини, наблизненні до неї. “У суперечці народжується істина”, – звично кажуть у таких випадках. Відомий і популярний сьогодні російський дослідник С. Поварнін називає її “суперечкою заради істини”. Однак існує також інша, похідна, як повинно би бути в ідеалі, функція суперечки, сутність якої зводиться до того, щоб переконати аудиторію, завоювати одnodумців. Вона нерідко є головним завданням суперечки. За С. Поварніним, це “суперечка заради доведення”, тобто переконування аудиторії. На практиці ця функція стає часто головною, коли для автора основне не питання правди, а спосіб нав’язування власної думки, власної позиції.

Теоретики, зокрема автор написаної ще 1917 року книги “Спор. О теории и практике спора”, вважають таку полемику порівняно нижчою формою суперечки. “У ній, – наголошує С. Поварнін, – можна розрізнити два найважливіші відтінки, різні за цінністю: а) той, хто сперечається, може переконувати супротивника у чомусь, у чому сам глибоко переконаний (тут завдання іноді найбезкорисливіше: лише зробити іншого “співучасником істини”); б) але той, хто сперечається, може переконувати і зовсім не тому, що переконаний в істині того, що захищає, або у неправдивості того, на що нападає. Він переконує тому, що “так треба”, що “так корисно” для якоїсь мети. Іноді ця мета добра, іноді глибоко егоїстична, у всякому разі стороння”².

Сам процес суперечки багатогликий. Її сутність багатофункціональна. Схематично суперечку можна за формою поділити на полемику,

¹ Известия. – 1991. – 30 окт.

² Поварнин С. Спор. О теории и практике спора // Вопросы философии. – 1990. – № 3. – С. 73.

дискусію, диспут, дебати. У літературі різко протиставляють полеміку і дискусію. Мабуть, зважаючи на войовничість походження самого слова полеміка, дехто намагається у полеміці бачити лише конфронтацію, протиборство протилежних думок, непримиренних між собою. Натомість у дискусії (*discutio* – дослідження, розгляд) бачать суперечку, мета якої полягає у з'ясуванні та порівнянні різних поглядів¹.

Це не зовсім так. Відмінність між полемікою і дискусією радше кількісна, ніж якісна. Адже дискусія, зазвичай, починається із суперечки двох чи більше авторів, але з огляду на важливість, масштабність проблеми переростає у тривалу, із залученням чималої кількості учасників суперечки та ЗМІ. Дискусії щодо окремих питань можуть тривати роками і навіть десятиріччями. Достатньо нагадати такі питання, як удосконалення економічної системи молодшої української держави, проблеми формування демократичного суспільства, підвищення духовності, дискусії з питань історії, мови, культури, які майже не припиняються, тривають постійно. Що ж до диспутів, дебатів, то вони мають специфічний науковий характер і ведуться у відповідних наукових чи навчальних цілях.

Метою суперечки може також бути не пошук істини, не переконання інших у певній істині, а просто перемога над супротивником. Може, ліпшим прикладом такого виду є передвиборчі кампанії. “Мотиви проведення такого спору, – зазначає І. Хоменко, – можуть бути різноманітними. Один вважає, що відстоює справедливість, інший – захищає суспільні інтереси, третій нав'язує свою думку, тому що у нього великий життєвий досвід і він знає, як повинно бути, четвертому потрібно самоутвердження і т. ін. Головне завдання, що стоїть перед суперечниками в цьому випадку, полягає в тому, щоб “взяти гору” над “супротивником” за будь-яку ціну, використовуючи будь-які методи. Така суперечка іноді називається ще еристичною”².

Виокремлюють також такі види суперечки, як спір-спорт, спір-гра, тобто суперечка заради самої суперечки і суперечка як вид тренажу чи навіть розваги. До речі, свого часу теорію і практику полеміки як частину обов'язкового навчального курсу риторики вивчали у багатьох навчальних закладах. Вивчення риторики поступово відроджують сьогодні.

Оскільки неможливо проаналізувати неймовірно широкий спектр теоретичних проблем полеміки і дискусії, розглянемо лише окремі аспекти цього складного питання. Суперечка може бути корисною за певних передумов. Її визначають мета, ціль полеміки і чесне прагнення правди чи намір досягнення переваги в очах громади, викрити помилковість, шкідливість і небезпечність хибних поглядів, зганьбити або вилаяти опонента. Дуже важливою у суперечці є, як уже було зазначено,

¹ Див., наприклад: *Ивин А.* Искусство правильно мыслить. – М., 1990. – С. 214–215; *Хоменко І.* Логіка – юристам... – С. 224.

² *Хоменко І.* Логіка – юристам... – С. 225.

елементарна повага до переконань опонента. Демократичні, прогресивні мислителі запевняли, що істинні переконання і вірування не є обманом чи брехнею. Для переконаної в чомусь людини це може бути лише хибність погляду. І з цією хибністю ми повинні боротися всіма силами логіки і почуттів, із всією пристрасністю і майстерністю полеміста, не втрачаючи “лицарства боротьби”.

Вступаючи у суперечку, треба пам'ятати про зазначені вище три логічні елементи будь-якого доказу. Перший із них – теза, яку берешся відстоювати. Вона повинна формулюватись по змозі точно і чітко, інакше читач або слухач не зрозуміє, проти чого виступає і що захищає автор. А це передбачає ясний і повний виклад головної думки, проти якої виступає, яку намагається спростувати автор. Другим елементом будь-якого доказу є аргумент, тобто істинне судження, яке не потребує додаткових доказів. У полемічній практиці ми іноді пробуємо довести або заперечувати певну думку за допомогою судження, яке потребує доведення. Нарешті, будь-який полемічний виступ – це цілий ланцюг суджень, послідовно розвинена думка, ціла система аргументів.

Та все це – лише загальна, пунктирна схема, стовбур, на якому нарастають м'язи у вигляді суперечливих суджень і емоцій, живої інтелектуальної плоти. По-перше, гарячий спір завжди багатший, ніж раціонально сформульовані тези, аргументи, контраргументи тощо. Як людина, яка промовляє чи пише, рідко думає або взагалі не думає про вимоги граматики (вони десь у підсвідомості), так і полеміст спеціально не задумується, як сформулювати тезу, аргументи виникають у процесі міркувань. Часто у публіцистичній суперечці теза не формулюється, а логічно впливає із описуваної ситуації, логіки фактів і явищ. По-друге, багато, якщо не більшість суперечок і дискусій, розраховані на публіку, на завоювання її симпатій, а тому автор прагне “красиво виглядати” в її очах. По-третє, публічний спір неминуче містить у собі не тільки раціональні, але й більш чи менш чітко виявлені емоційні елементи, що не тільки не вияснює, але й затемнює істину. Відомий американський психолог Дейл Карнегі, популярні, якщо не популярістські, книги якого свого часу стали для нас чимось на зразок психологічного євангелія, радить загалом не вступати у суперечку із співбесідником, різко не заперечувати йому.

Сама суперечлива природа публічної суперечки таїть у собі можливість різноманітних вивертів, хитрувань. Їх навіть прийнято поділяти на дозволені і недозволені або лояльні та нелояльні. До дозволених зачисляють усіякі тактичні прийоми полеміки. Це насамперед вміння захопити ініціативу в суперечці, вести наступальну, а не оборонну тактику, зосереджувати увагу на найвразливіших сторонах аргументації супротивника, роблячи менш помітними ті моменти, в яких автор відчуває себе слабшим. Неабияке значення тут мають елементи несподіваності, а також роз-

винене почуття гумору. Навіть такий тактичний хід, як вміння взяти останнє слово в суперечці, підсилює позитивне враження від сказаного.

Інша річ, коли учасник публічної суперечки у той чи інший спосіб не дає супротивникові говорити, закриває, як кажуть, опонентові рота. Він постійно його перебиває, не дає можливості навіть слова сказати у своє виправдання. Тут свою роль можуть відіграти, як це часто буває у процесі передвиборчої боротьби, спеціально підібрана і натренована публіка, "хор". Це застосовується зокрема, в усних публічних спорах у залі чи на майдані. Відповідно налаштована публіка може просто "закричати" оратора. Такі "хори", хоч і в менших масштабах і з обмеженням у правах, застосовуються у телевізійних дебатах.

Також варто назвати прийом апеляції до влади, який у Росії йменували "закликом до городского". Відчуваючи слабкість аргументів, учасник дискусії звертається до тих, у чий руках влада: до президента, міліції, прокуратури. Скільки таких закликів, усних і друкованих, доводиться вислуховувати і сьогодні.

Багато хто і нині не проти того, щоб скористатися випробуваним в історії прийомом доведення за допомогою палки. Цей прийом був головним у полеміці проти дисидентів у радянські часи. Здавалось би, все це мало би відійти у минуле. Та не відійшло. Достатньо назвати неодноразові погрози так званих лівих розібратись у позиціях деяких істориків, політиків і політологів, журналістів і письменників. Спитати з них, так би мовити, з усією строгістю колишніх законів за їхні у корені неправильні, крамольні писання. Чи згадаймо войовничі виступи дуже активного і, здавалось би, досить освіченого депутата у спідниці, яка пророкувала деяким своїм колегам по парламенту неодмінний розстріл. Правда, за одного з них, теж доктора наук, дама пообіцяла заступитися. Як вищий суддя вона ж змилювалася над іншими депутатами й чиновниками, пообіцявши не саджати їх у тюрму, а зібрати у резервацію і примусити жити за 49 грн на місяць.

Рафіновані інтелігенти покручували пальцем біля скроні, упевнено передбачаючи повний провал. Та повного провалу не вийшло. Тому що це був добре продуманий чи інтуїтивний вибір, популістське звинувачення всіх і вся у продажності, злодійстві з точним розрахунком на підтримку певної частини електорату. Якась частина публіки готова у відчай підтримати не тільки аргументи з апеляцією до палиці, але й прямий мордобій, що підтвердили результати голосування за її однодумця і "милого друга". Інше питання, що така популістська слава не вічна, що засвідчили наступні вибори і що матиме, ми переконані, повторення у майбутньому.

Окремо зазначимо, що в науці ще з античних часів утвердився поділ аргументів "до розуму" й аргументів "до людини". Аргументи "до розуму" апелюють до справи, а аргументи "до людини" – до людських рис опонентів. Йдеться про особисті заслуги або, навпаки, вразливі міс-

ця особистості. Історія зафіксувала чимало випадків, коли, наприклад, у дуже своєрідних грецьких публічних судах той, хто захищався, міг демонструвати публіці сліди отриманих коліс у битвах ран або приводив на засідання купу заплаканих дітлахів, які молили публіку врятувати їхнього хлібодавця. Та й хіба сьогодні мало випадків, коли силу мислі й аргументу вимірюють заслугами й авторитетом того, від кого вони йдуть, і навпаки. Хіба може мати рацію той, хто десь схибив, помилився, допустив той чи інший проступок?

Виокремимо ще низку інших психологічних вивертів на зразок досі не подоланого способу підміни аргументу посиленням на авторитет, на “вічно живе і завжди слухне вчення” або “підмазування аргументу” лестощами (ви, мовляв, розумна людина і прекрасно розумісте, що... Кому не хочеться бути розумним?), принцип “подвійної бухгалтерії”, коли до себе і своїх близьких підходять з одними мірками, а до супротивників – з іншою. Всім спекуляціям на людських слабкостях нема кінця.

У полеміці часто перемагає, хай і тимчасово, не той, на чийому боці правда, а той, хто вправніше, талановітше боронить власну позицію. Талант, на жаль, не завжди служить правді, добру і справедливості. Тому про полеміку треба судити з певної історичної перспективи, коли можна з дистанції часу переконатися, хто в підсумку мав рацію, хто чесно помилявся, а хто користався власним талантом на зло істині та справедливості. Зрештою, треба враховувати тактику і такт у полеміці, зважуючи доцільність тої чи іншої полеміки, дискусії, її результативність. Адже нерідко поважні та чесні люди, поділяючи близькі, але у чомусь різні позиції, починають нещадно колошматити один одного, керуючись хвилевими настроями, амбіційними мотивами тощо.

Українська література, українська преса має, як було зазначено, багаті публіцистичні, полемічні традиції. У запеклій, постійній боротьбі, зокрема і словесній, доводилось їй найкращим умам боронити розтопані права на власну державність, мову, віру, традиції. Можна виділити окремі спалахи полемічних двобоїв, які були особливо вагомими. Першим із них була широко відома релігійна полеміка другої половини XVI – першої половини XVII ст. Другий припадає на кінець XIX – початок XX ст. і пов’язаний із формуванням української державницької ідеї. Третій – це відома літературна полеміка, започаткована Миколою Хвильовим у 20-х роках. Черговий етап інформаційної війни – у 40–50-х роках – період гострої боротьби ОУН-УПА проти німецько-нацистської та більшовицької окупації України. Нарешті, починаючи з 60-х років, на зрівас нова хвиля ідейного протистояння між національно-демократичним і тоталітарними тенденціями у розвитку суспільної свідомості. Спочатку несмілива, нелегальна полеміка, розпочата відомим дисидентським рухом, переростає у гострі, широкомасштабні дискусії, пов’язані

з утвердженням суверенітету й державності України. Власне ці дискусії у дещо інших умовах та інших формах не припиняються й донині.

Маємо всі підстави стверджувати як про певні здобутки, так і недоліки, праорухни сучасної полеміки й дискусії, зокрема у засобах масового зв'язку. Полеміка й дискусія стали масштабними, порівняно вільними, тематично багатими, сміливими, із залученням людей, найрізноманітніших за поглядами і переконаннями, хоч певного тиску і певних обмежень з боку владних, політичних структур і угруповань ЗМІ до кінця не позбулися, особливо на державних телевізійних і радіоканалах. Певний контроль і обмеження, пов'язані з монополізацією мас-медіа в Україні, не можуть не впливати і на дійові особи та характер дискусій. І все ж, хай із великими труднощами, торують дорогу якісні періодичні видання, об'єднання незалежних журналістів і аналітиків, до думки яких інтелігенція прислуховується. Функціонують незалежні інформагентства, позитивну роль відіграють недержавні об'єднання та програми радіо і телебачення.

Однак, як було зазначено, окрім певних політичних обмежень, нам дуже бракує досвіду і культури полеміки та дискусії, які б відповідали сучасним вимогам. У чому виявляється порушення культури полеміки чи просто непорядність у її веденні? Ці маніпуляційні прийоми можна звести до кількох груп. Насамперед це підтасування і перекучення фактів. Вони можуть виявлятися у замовчуванні певної інформації, напівправді або й прямій брехні, що сьогодні робити порівняно важко. Тому нині частіше доводиться вдаватися до неправильної інтерпретації загалом реальних за своєю природою фактів. Може, найчастіше у практиці трапляються підміни причин і наслідків тих чи інших явищ. Наведемо один із прикладів вдалого спростування такої підміни причин і наслідків у виступах лідера комуністів України – полемічну статтю Петра Осадчука та Арсена Зінченка “Реальна загроза безпеці”, опубліковану в газеті “Голос України”¹.

У цьому ж ряду слід назвати такі психологічні прийоми маніпуляції у публічній полеміці, як відвернення його уваги від головного і спрямування її на хибний слід, виведення опонента з рівноваги, ставка на фальшивий сором.

Окремо слід вказати на специфічно мовні засоби маніпуляції. Це насамперед підбір відповідної термінології, особливо епітетів, навішування ярликів, підміна понять тощо.

Існують неписані правила полеміки. Про них нагадав своїм колегам Микола Рябчук, відзначивши, що полеміку слід продовжувати у тому виданні, де вона почалася, і полемізувати слід з ідеями, поглядами, а не з людьми. У надрукованій репліці на літературній сторінці “Дзеркала тижня”, яку веде один з учасників суперечки Андрій Бондар, відомий критик і політолог слушно, як нам здається, критикує нетолерантність

¹ Голос України. – 1997. – 2 груд.

суперечки між А. Бондарем і П. Вольвачем, наголошує, що Вольвач намагається “дістати” кривдника, замочити в сортирі, розмазати по стіні, заплатити не просто тією ж монетою, а сторницею, набагато років вперед”. Автор із занепокоєнням сприйняв “жданівську стилістику” на сторінках “Дзеркала тижня”. Досить з нас, пише він, “політичного “Епі-центру” і ще політичнішого “Проте”¹.

Як заповіт, почеринутий із досвіду української демократичної преси, звучать для нас слова з резолюції загальних зборів Об’єднання українських письменників і журналістів, схваленої у Львові в жовтні 1937 року: “Полемика, яка ведеться в обороні ідей та думок на громадянські справи, мусить триматись строго етичних засад та прийнятних у цілому світі форм чемності й пошани до свого противника”².

Чи не найбільше грішать ЗМІ проти культури полемики у період передвиборчих змагань. У цьому неважко перекоонатися, аналізуючи діяльність мас-медіа у процесі виборів до Верховної Ради України у 1998 році, президентських виборів в Україні 1999 року. По-перше, претенденти на виборні посади були поставлені у нерівні умови, зважаючи на певний монополізм на засоби масового впливу. По-друге, так і не відбулося зіткнення різних програм, концепцій, позицій. У багатьох ЗМІ переважала або гра в одні ворота, або звичайнісінька лайка³. Навіть такий талановитий російський тележурналіст, як Сергій Доренко, у процесі виборчої кампанії у Державну Думу в 1999 році продемонстрував на ГРТ напористу, вмілу, але дуже далеку від пристойності полемику. Якість і культура полемики, наприклад, на телебаченні потребує значного поліпшення⁴. По-третє, більш-менш об’єктивну позицію, певну різноманітність у передвиборчих баталіях продемонстрували незалежні, тобто недержавні мас-медіа. Це стосується таких видань, як “Дзеркало тижня”, “Молодь України”, “Високий Замок”, “ПіК”, деяких інших тижневиків, які зуміли стати над партіями і групами, посприяти донесенню до читача різних думок, критично оцінити слабкі сторони навіть тих претендентів, до яких ставилися з певною симпатією.

Однак якщо газети, внаслідок обмеженості тиражів, рівня складності письма і стилю, могли розраховувати переважно на так званіх лідерів опінії, то на масову аудиторію працювали переважно телебачення і частково радіомовлення. Загальний інтерес свого часу викликали відповідні програми Миколи Вересня та Вячеслава Піховшека на каналі “1+1”. Ставлення до “П’ятого кута” В. Піховшека не було однозначним. Воно мало гарячих прихильників, особливо серед молоді, були скептики,

¹ Рибчук М. Жданов Forever, або Побічні жертви “глобалізації” // Дзеркало тижня. – 2003. – 1 берез.

² Діло. – 1937. – 26 жовт.

³ Детальніше див.: Здоровега В. Спор или “поле брани”? // Зеркало недели. – 1998. – 8 авг.

⁴ Лігачова Н. Бережіть Вітчизну від дії ТБ // День. – 24 груд.

були й такі, які вважали програму мало не провокаційною. Зауважимо, що не всім був зрозумілий задум самої передачі. Жанр передачі диктує свої умови. Шоу – завжди спектакль естрадно-розважального характеру. Посидання серйозності суперечки з легкістю і навіть певною розв'язаністю манери ведення діалогу із “живою” людиною досягається не завжди. На жаль, як стало зрозуміло згодом, в автора були й далекі від служіння правді цілі¹.

Деякі недозволені прийоми полеміки були примножені і загострені у передвиборчій програмі 1998 року “5 на 5”. Автори запропонували таку жорстку програму суперечки, що представники багатьох політичних партій просто відмовилися від участі в ній. Добре вписалася у програму, здається, тільки Наталія Вітренко з її максималізмом, категоричністю і різкою критикою всіх і вся, також і ведучих. Згодом автори знизили тон. Представники партій мало не цілувалися, говорили компліменти. Це навіть звеселяло, але ставало... нудувато.

Причина, як нам здається, в тому, що теоретично майже не можливо побудувати серйозну політичну полеміку, дискусію, користуючись законами іншого жанру, розважального, навіть саркастичного, що ґрунтується на прагненні вразити їдким словом, гострим зауваженням або натяком, побудованого на очевидних підколках, провокації, на свідомому використанні недозволених у чесній суперечці прийомів. Та практика завжди багатша, ніж теоретичні схеми. У всякому разі, Миколі Вересню вдалося у програмі “Табу” організувати в дусі шоу жваву дискусію переважно на морально-побутові теми.

Певний позитивний досвід в організації політичної суперечки поступово набув незалежний канал СТБ. Ще у 1998 році Микола Княжицький уже під закінчення передвиборчої кампанії реформував політичну програму “Терези”, назвавши її “Терези. Політичні дебати”. Автор і його команда виявилися більш толерантними, поведінка учасників, як зазначалося у пресі, була невимушеною, природною. Хоча, з огляду на деякі причини, зокрема обмеженість самого каналу, широкого резонансу передача не мала.

Полемічними за своїм спрямуванням стали дві програми каналу “1+1”: “Подвійний доказ” і “Я так думаю”. Ведучим цих програм Анатолію Борсоку і Дмитрові Корчинському та Анні Безулик не вдалося здолати характерних для такого типу шоу-програм недоліків, а саме: неможливість вислухати до кінця навіть головних учасників, спрощенство у трактуванні складних проблем, фрагментарність, певного диктату ведучих, нав'язлива і, зазвичай, недоречна примітивна реклама та ін. Передачі бувають вдалішими і менш вдалими, але все-таки певний полемічний нерв у них пульсує. Передачі такого типу можна вдосконалювати і це вселяє надії. Тим паче, що їхні аналоги є на регіональному телебаченні.

¹ Детальніше див.: *Георгієв В. Страшний суд... // Вечірні вісті. – 2003. – 1–7 серп.*

Серед інших програм приверне, наприклад, увагу “Аудиторія” Алли Моргуленко на Львівському телебаченні. Незважаючи на вкрай бідні технічні можливості, на спроби керівництва втручатись і контролювати зміст передач, “Аудиторія” здобула популярність серед певної частини глядачів.

Що приваблює у названих та подібних до них програмах? Насамперед гострота, можливість порушити актуальні питання політичного, духовного, зрідка економічного життя. Також діалогічність, яка лежить в основі самих програм, отже – можливість вислухати різні погляди, адже до діалогу залучаються не тільки учасники, але й глядачі. Хоч їхнє телефонне опитування не може претендувати на повноту, все ж таки це певний вияв голосу громади. І, зрозуміло, найціннішим, водночас найважчим у таких шоу-дискусіях є прагнення знайти зерно істини, певний повчальний момент, спільний знаменник у результаті зіткнення різних поглядів.

Кожна із названих програм має свою специфіку. У “Подвійному доказі” потенційно було закладено дуалізм, різність самих ведучих. Іноді вона була природна, іноді вмисна, імітована. У всякому разі це краще, ніж вкрай тенденційні примітивні монологи, які на тому ж каналі проголошував Дмитро Корчинський у недоброї репутації програмі “Проте”. “Я так думаю” в основі своїй будується на висловленні та зіставленні особистої думки різних учасників дійства. Ведуча проявляє певні диктаторські риси, щоб вислухати й оперативно з’ясувати різні індивідуальні позиції співучасників дискусії. Знаючи, як важко диригувати хором таких “солістів”, не можна не відзначити талант, вміння, волю, винахідливість дуже зібраної, організованої Анни Безулик.

На жаль, ні за змістом, ні за формою, ні, тим паче, за рівнем культури передвиборчі змагання 1998–1999 років не збагатили українське суспільство і ЗМІ позитивним досвідом ведення суперечок і дискусій. Скоріше вони лише вип’ятили хронічні болячки загальної політичної культури суспільства, ще досі загальний низький рівень професіоналізму навіть відомих журналістів.

Річ навіть не тільки в тім, що той чи інший журналіст, публіцист сам не завжди зміло сперечається, а насамперед у тім, що працівник редакції не може бути вправним організатором цього складного і тонкого суспільно-політичного процесу обміну думками, ідеями, їх розгляду заради одержання нових, глибоких знань.

Розуміння суті й призначення полеміки, її суспільної ролі, закономірностей організації та проведення дискусій у засобах масових комунікаційних процесів є однією з передумов професіоналізму журналіста.

Не тільки журналісти, але й політики, політтехнологи, політологи повинні пам’ятати, що полеміка, дискусія – не просто гра, спектакль, а спроба розв’язати невирішені, не всім зрозумілі питання. Немає сенсу починати полеміку, коли автор не може сказати нічого нового і не

готовий вислухати іншого. Для успішного ведення суперечки потрібні певні політичні передумови, готовність учасників прислухатися один до одного. Недосконалість публічної дискусії тісно пов'язана із небажанням і невмінням йти на компроміс, із кастовою замкненістю, дотриманням догм і вірою у власну безгрішність. У процесі полеміки і дискусії багато хто розраховує на маніпуляцію, тобто такий вид взаємодії між співрозмовниками, коли певний автор свідомо намагається проконтролювати поведінку і дії іншої особи, спонукає її поводитися так, як йому вигідно.

У сучасній науці досить детально аналізуються різні види і способи маніпулювання у процесі полеміки, зокрема прийоми мовного маніпулювання шляхом зміни смислового значення вислову, вживання спеціально підібраних слів, які мають негативне значення. Поширеним засобом обману є софізм – навмисні помилки в аргументації та критиці опонента. Звичайно, найбільші можливості спекуляцій у процесі спору дає підбір хибних, неправдивих аргументів і способів доведення, апелювання до емоцій тощо¹.

Отже, річ не тільки у знанні, а й у злих намірах, намаганні скористатися широкими можливостями, об'єктивно закладеними у такому складному і суперечливому процесі, як змагання вербальне і позавербальне між людьми.

Питання для обговорення

1. Полеміка та її своєрідність у журналістиці.
2. Полеміка і дискусія.
3. Дві головні функції полеміки: пошуки істини і завоювання однодумців. Недопустимість підміни однієї функції іншою.
4. Полеміка у сучасних ЗМІ. Здобутки і прорахунки у сучасній полеміці.
5. Поліпшення полемічної культури як ознака політичної зрілості суспільства.

Список літератури

- Здоровега В.* Спор или "поле брани"? // Зеркало недели. – 1998. – 8 авг.
Лігачова Н. Бережіть Вітчизну від її ТБ // День. – 1999. – 24 груд.
Поварнин С. Спор. О теории и практике спора. – СПб., 1996.
Хоменко І. Еристика: мистецтво полеміки. – К., 2001.

¹ Хоменко І. Еристика: мистецтво полеміки. – К., 2001. – С. 68–118.

12. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЖАНРІВ

Закономірності творчого процесу в журналістиці, про які зазначалося вище, реалізуються у різних більш-менш усталених формах літературної продукції. У межах різних потоків журналістської інформації існують вироблені практикою, історично сформовані жанри. Словом “жанр” широко користуються літературознавство, мистецтвознавство, а також дослідники преси, телебачення й радіомовлення. Розмова, яка стане предметом наступних розділів, та розповідь про природу журналістської творчості виявилась би неповною без загальної характеристики жанрової палітри сучасних мас-медіа. Мова насамперед про наукові засади поділу журналістських виступів на жанри, а головне – про тенденції розвитку жанрів у сучасних ЗМІ у тісному зв’язку із вдосконаленням професіоналізму сучасних репортерів, аналітиків, зміни жанрового обличчя сучасної преси, радіо й особливо телебачення.

Перші судження про жанр знаходимо у “Поетиці” Аристотеля, хоч сам термін починають вживати значно пізніше. Саме слово “жанр” (від фр. *genre* – рід, вид) не однозначне. Широко поширене у східнослов’янських мовах, його не вживають, скажімо, у польській. Під словом “вид” (*gatunek*) тут прийнято розуміти і рід, і вид літературного твору. Визначальними ознаками літературного виду є “різні структурні елементи літературного твору”, зокрема і предмет відображення, тип мовної організації твору, тип будови, композиції¹.

У популярному “Словаре русского языка” С. І. Ожегова подано три тлумачення жанру: “1. Вид творів у галузі якогось мистецтва, які характеризуються тими або іншими сюжетними і стилістичними ознаками... 2. Живопис на побутові сюжети... 3. Манера, стиль...”² У “Літературознавчому словнику-довіднику” літературний жанр трактується як “один з головних елементів систематизації літературного матеріалу”, що “класифікує літературні твори за типами їх поетичної структури”, розрізняючи при цьому літературний рід (загальне), літературний вид (особливе), різновид (жанр)³. Навіть відкинувши суто мистецьке трактування жанру як картини на побутові сюжети (так званий жанро-

¹ *Głowiński M., Kostkiewiczowa T., Okopień-Sławińska A., Sławiński J.* Podreczny słownik terminów literackich. – Warszawa, 1995. – S. 78–79, 212–213.

² *Ожегов С.* Словарь русского языка. – М., 1985. – С. 163.

³ Літературознавчий словник-довідник. – К., 1997. – С. 417.

вий живопис), трояке значення терміна зберігається. В одному випадку жанром називають відповідний рід (лірика, драма), у другому – вид (роман, поема), у третьому – різновид (детективний, історичний, науково-фантастичний, соціально-побутовий роман). Трапляються ще складніші ситуації, коли поняття “жанр” має або надто широке, або вузьке значення. У літературній практиці про публіцистику, скажімо, говорять і пишуть як про жанр. Водночас ми знаємо, що для публіцистики характерна жанрова багатоманітність. Бо ж публіцистика – це не тільки стаття, а й нарис, есе, відкритий лист, фейлетон, памфлет тощо.

Отже, що ж таке жанр? Зрозуміло, що це більш-менш стійка форма пізнання і відображення, а у мистецтві – творення дійсності. У журналістиці під жанром прийнято розуміти “усталений тип твору, який склався історично і відзначається особливим способом освоєння життєвого матеріалу, характеризується чіткими ознаками структури”¹. Наголошується, зазвичай, на тому, що кожен жанр відзначається конкретною роллю в системі ЗМІ і характеризується певною композиційною організацією матеріалу.

Жанр, безумовно, – один з елементів форми журналістського, як і літературного твору взагалі. Він завжди визначається задумом, змістом, роллю, яку виконує певний твір на газетній шпальті, у програмі теле- чи радіопередачі. Хоча у журналістській практиці можливий зворотний процес, коли авторові замовляють статтю чи репортаж, звіт чи інтерв’ю.

У добре продуманій концепції видання чи телевізійної програми, а відтак у редакційному замовленні враховуються всі моменти змісту і форми. Про той самий предмет, явище, подію можна написати різні за жанрами твори. Практика свідчить, що навіть досвідчений журналіст не завжди може виконати замовлення у запрограмованому жанрі. Це особливо стосується таких складних форм, як нарис, памфлет, фейлетон. Бувають випадки, коли, як зазначалось, детально продумана в редакції концепція виступу розбивається об твердь реальності, і журналіст, якщо він чесний і правдивий, замість хвалебної статті пише фейлетон, а замість критичного матеріалу – позитивний нарис.

Однак йдеться не про одіозні випадки, а про загальні закономірності. Нам важливо зрозуміти, що ті чи інші жанри в процесі історичного розвитку журналістики сформувалися об’єктивно і причиною їх виникнення є потреба різнобічного відтворення дійсності. Вони не є ні вічними, ні застиглими, раз і назавжди даними. ЗМІ у постійному русі та пошуку. Вони, як саме життя, змінюються, розвиваються.

Які ж критерії поділу творів журналістики на жанри? У науці про журналістику давно утвердилась думка, що об’єктивно існує не один, а

¹ Григораш Д. Журналістика у термінах і виразах. – Львів, 1974. – С. 76.

декілька таких критеріїв. І першим із них є **об'єкт відображення**, тобто конкретний життєвий матеріал, який стає основою журналістського твору. Звичайно, про одну і ту саму подію чи явище можна розповісти у замітці, романі, репортажі, статті. Наприклад, про відомого свого часу на Полтавщині розбійника Василя Гнидку Панас Мирний вперше розповів у нарисі "Подоріжжя од Полтави до Гадячого". Згодом ця постать стала прообразом головного героя роману "Хіба ревуть воли, як ясла повні?". У сучасній журналістській практиці безліч випадків, коли про одну і ту ж подію повідомляє радіо, газети ширше її коментують, аналізують, ставлячи у контекст інших подій і явищ. Цілком закономірний і зворотний процес, коли про серйозну публікацію у тому чи іншому виданні стисло повідомляють інформаційні агентства, радіо і телебачення.

І все ж певний аспект явища може бути найліпше відображений саме у відповідному жанрі. Тут ми не беремо до уваги такий універсальний жанр, як замітка, бо коротко повідомити можна про все на світі: про наукове відкриття, про важливе засідання, про спектакль, про вихід книги, смерть відомої людини, першу народжену у певному сторіччі чи тисячолітті дитину тощо. Але чи пробував хтось написати репортаж про письменника, який сидить за столом і пише роман? Не піддається репортерському описові, скажімо, балет. Вийде хіба що пародія типу: "Вона піднімає ногу. Він підхоплює її за тонкий стан і жбурляє вглиб сцени..." Так само не можна написати рецензії про роботу пожежної команди під час гасіння пожежі. Потрібна інша форма відображення події.

Іншими словами, нерідко сам об'єкт проситься у відповідний жанр і почуває себе там найліпше. Про трагічне не можна писати жартома. Але й не личить журналістові бути надміру серйозним і драматичним, коли об'єкт сміється.

Ведучи мову про залежність твору журналістики від об'єкта відображення, слід мати на увазі ще один аспект проблеми. Річ у тому, що всю сукупність творів журналістики можна поділити на дві нерівнозначні жанрові групи: твори, які безпосередньо відображають дійсність (замітка, кореспонденція, лист, репортаж, нарис, фейлетон) і твори, які характеризуються опосередкованим об'єктом пізнання, є вторинними щодо реальності (рецензія, огляд преси, звіт, частково інтерв'ю тощо). У вторинних творах журналіст має справу з уже відображеною кимось дійсністю. Автор зіставляє відображене із життям, із власною позицією, а іноді просто інформує про те, що хто сказав, написав, задекларував.

Другим і чи не найважливішим критерієм поділу творів журналістики на жанри є **призначення виступу**. Дуже багато залежить від того, яку мету перед собою ставить редакція і конкретний автор. Якщо журналіст хоче просто повідомити про той чи інший факт, подію (а це найперше призначення мас-медіа), то маємо справу із заміткою, хроні-

кою, тобто тим, що переважно об'єднується поняттям "новини". Коли ж необхідно детальніше відтворити подію, автор вдається до звіту, репортажу. Позиція людини, її погляд на те чи інше явище, її думки і висновки потребують діалогічної форми відтворення реальності. І тут у права вступає такий жанр, як інтерв'ю у його різноманітних модифікаціях – від фіксації висловлювання людини до аналітичного діалогу між журналістом і його співрозмовником.

Необхідність не просто повідомити про щось, а проаналізувати явище, сукупність фактів, суспільні процеси, порушити ту чи іншу підказану життям проблему оживила такі жанри, як коментар, стаття, огляд, синтетичні аналітико-публіцистичні програми телебачення і радіо, наприклад, "Подробиці тижня", "Табу", "Сім днів" тощо.

Ще складніші завдання ставить перед собою нарисовець чи публіцист-сатирик, есеїст. Нарис дає можливість розкрити ті чи інші тенденції, явища, процеси через зображення людини, соціальні групи людей. Це один із найбільш людинознавчих жанрів, який зближує журналістику з художньою літературою. Політичний портрет, який сьогодні майже витіснив, з огляду на певні причини, традиційний портретний нарис, відображає за допомогою певних соціолого-публіцистичних засобів відповідні політичні постаті, що діють на політичній арені. Сатиричні замітки, фейлетон, особливо памфлет, дають змогу висміяти, засудити негативні явища життя, відступити від норм моралі.

Тісно пов'язаний із призначенням твору третій критерій – **масштаб охоплення дійсності, масштаб узагальнення**. Цей критерій дає змогу не тільки вирізняти матеріали інформаційно-описові й аналітичні, а й диференціювати літературні різновиди у групі аналітичних жанрів. Це особливо впаде у вічі під час порівняння таких усталених форм публіцистики, як коментар, стаття, огляд. Вони, крім інших ознак, різняться саме широтою охоплення життя, масштабністю узагальнень. У коментарі аналізується окремий факт, подія, явище, тобто налагоджуються зв'язки певного факту чи явища з іншими подібними, як, наприклад, у коментарі "Львів у снігу", надрукованому у "Поступі"¹. Йдеться про нагромадження у місті величезної кількості снігу, який може впасти на голови мешканців Львова з огляду на повільне очищення вулиць від щедрих снігопадів. У цьому ж номері часопису невеликий огляд "Планету засніжало снігом", у якому подається панорамна інформаційна картина майже всієї Землі, засипаної снігом. У цих матеріалах широта охоплення дійсності й масштаби бачення різні.

Телебачення чи радіо щоденно повідомляє і коментує новини. А наприкінці тижня в оглядових передачах знову звертається до уже пові-

¹ Див.: Поступ. – 2000. – 27 січ.

домлених фактів, намагаючись ширше поглянути на світ, ввести окремі події у “плин часу”. До речі, така рубрика щотижня з’являлася у львівській газеті “Поступ”.

Нарешті, четвертим критерієм поділу творів журналістики на жанри є **особливості літературно-стилістичних засобів вираження задуму**. Одні мовностилістичні прийоми використовуються у подієвій інформації, інші – в есе чи фейлетоні. Те, що виглядає цілком природним у діловій кореспонденції (цифрові викладки, практичні поради, описи технологічних процесів), не годиться для нарису чи заміток публіциста, у яких має бути наявним образне відтворення дійсності, і зовсім не підходить для нарису інструктивний стиль мислення. Надмірна суб’єктивність бачення, метафоричність викладу, природна у жанрах художньо-публіцистичних, може бути не тільки зайвою, але й протипоказаною в офіційному повідомленні. Особливих мовностилістичних засобів вираження думки, публіцистичної ідеї потребують есеїстичні, сатирико-публіцистичні жанри, зокрема фейлетон, памфлет, для яких автор мусить знайти не тільки комічну ситуацію, не тільки сатиричний образ, а й відповідний тон розповіді, мовні засоби комізму, тобто вміння опрацювати факт сатирично. Нерідко фейлетон, сатиричний огляд від початку й до кінця тримаються саме на мовностилістичних прийомах іронії і сарказму.

Певне значення для жанрового визначення матеріалу має такий зовнішній чинник, як його обсяг, який, проте, не може бути вирішальним критерієм поділу на жанри. Він відіграє допоміжну роль. У журналістській практиці трапляються публікації, великі за обсягом, які за суттю, призначенням не виходять за межі повідомлення, оповіщення. Наприклад, лише обсяг допомагає розрізнити інформаційну кореспонденцію чи анотацію-переказ певного документа, публічного виступу від замітки, бо все інше – мета повідомлення, опис факту, інформаційно-описові стилістичні прийоми в них майже цілком збігаються. Основою такої розширеної інформації може бути незвична пригода. Іноді вона виявляється настільки цікавою, що газета виносить таку розповідь на першу шпальту, як це любить робити газета “Експрес”. Наприклад, 4-й номер газети за 2000 рік відкривається кольоровим фото жінки з собакою та великим заголовком “Умка повернулася! Сімсот кілометрів пододала за п’ятсот сорок сім днів собака, щоб повернутись до своїх господарів”¹. Далі йде гостроцікавий лід, а на 5-й шпальті сама інформація, яку супроводжує коментар ученого.

І, навпаки, невеликий за обсягом матеріал може бути чистої води публіцистикою. “Жанри публіцистики, – як справедливо зазначав свого

¹ Експрес. – 2000. – 29 січ. – 6 лот.

часу М. С. Черепанов, – визначаються не на підставі якої-небудь однієї з названих ознак, а на підставі всіх ознак у їхній сукупності. Нема таких жанрів публіцистики, яких не можна було б розрізнити за сукупністю ознак. Якщо нарис і репортаж подібні з погляду їхнього стильового звучання, то вже незаперечною є специфічність робочого призначення кожної з цих літературних форм, неоднаковість масштабу охоплення матеріалу. Якщо кореспонденція і стаття подібні за характером об'єкта, стилістичних засобів, то вони цілком відмінні з погляду масштабності висновків¹.

Різні жанри журналістики прийнято групувати відповідно в інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні. Існує спокуса, за аналогією з літературою, назвати їх відповідно літературними родами. Та це було б великою натяжкою, оскільки в аристотелівському поділі літератури на роди лежать зовсім інші принципи: позиція автора стосовно зображеного, тобто розповідь про певні події, які уже відбулися, в епосі; відтворення дійства, яке відбувається на наших очах, у драмі; саморозкриття, своєрідна сповідь, яку маємо у ліриці. Жанри журналістики групуються на інших засадах: домінування повідомлення – в інформаційних жанрах; аналітичного начала – в публіцистиці; а ще складнішого поєднання аналізу й образно-художнього осягнення реальності – у художньо-публіцистичних творах.

Традиційно до інформаційних жанрів зачисляють замітку в усіх її різновидах, звіт, інтерв'ю, репортаж, інформаційну кореспонденцію, тобто матеріали, головне завдання яких повідомити, відтворити, описати факт, подію, явище, а також передати думки людей з актуальних питань життя. До аналітичної групи жанрів відносять коментар, аналітичну кореспонденцію, всі різновиди статті, рецензію, лист, огляд, огляд преси. Це якраз твори, головне призначення яких аналізувати, осмислювати події, факти, явища, зокрема і готові тексти – виступи політиків, учених, наукові та художні твори, публікації преси. Саме у цих жанрах може домінувати критичний підхід, а також полеміка. У специфічний спосіб аналітико-критичну та полемічну функцію виконують і твори художньо-публіцистичної групи, тобто різні види нарису, есе, памфлет, фейлетон, інші модифікації так званої художньої публіцистики й документалістики².

Поділ журналістських творів на жанри і жанрові групи досить умовний (див. схему). Життя, жива журналістська практика завжди багатші, ніж наукові уявлення про них. Живу творчість важко вкласти у прокрустове ложе схем і класифікацій. Взяти хоча б репортаж. Ми говоримо про нього як про оперативний звіт про подію, тобто відносимо до інформаційної групи жанрів. Таким переважно і є оперативний ре-

¹ Черепанов М. Проблемы теории публицистики. – М., 1973. – С. 229.

² Детальніше див.: Здоровега В. Збагнути день сушній. – К., 1988. – С. 15–129.

портаж на радіо, телебаченні та й у газеті. Але ж ми знаємо аналітичні, художньо-публіцистичні репортажі відомих письменників і журналістів. Достатньо назвати хоча б трагічний за характером “Репортаж, писаний під шибеницею” Юліуса Фучіка.

Не менш яскраво проілюструвати внутрішню суперечність жанрової структури журналістики можна на прикладі інтерв'ю. Знову ж таки, у поточній періодиці й особливо на радіо і телебаченні маємо зливу оперативних виступів, побудованих на інформації, яка йде від тієї чи іншої особи, коли журналіст запитує, а співрозмовник відповідає, інформуючи аудиторію про ті чи інші факти, події. Однак сьогодні ми є свідками того, коли інформаційний за своєю основою жанр набуває аналітичного характеру. Можна навіть без перебільшення сказати, що інтерв'ю, діалог журналіста з відомою, тямущою людиною стає найпомітнішою формою проблемного, компетентного мислення, мислення повчального і цікавого. І хоч ми ще не маємо майстрів інтерв'ю рівня Ларрі Кінга, якість аналітичного інтерв'ю у ЗМІ постійно зростає.

Які основні тенденції розвитку жанрів у сучасній журналістиці? Як пов'язані такі поняття, як жанр і майстерність, фаховий професіоналізм? Одразу зазначимо, що жанр – найбільш консервативний елемент форми літературного твору. Він стабільний за основою, структурою. Той чи інший твір несе у собі генетично закладену жанрову пам'ять. Зберігаючи певні визначальні жанрові риси, жанри не можуть не зазнавати певних модифікацій. Ці зміни залежать від багатьох причин. Найсуттєвіших, на нашу думку, три.

Перша причина суб'єктивна, можна сказати, авторська. Що талановитіший, самобутніший автор, то оригінальніший його твір не тільки за змістом, але й за формою, зокрема, жанротворчістю. Кажуть, що кожен видатний художник творить свій жанр, скажімо, роману, поеми чи трагедії. І річ не тільки у тім, що є чимала відмінність між першими романами Ф. Рабле, М. Сервантеса та романами ХХ сторіччя – скажімо, А. Камю, Ф. Кафки, – а у тім, що існує суттєва відмінність між жанровими особливостями романів Л. Толстого і Ф. Достоевського, П. Мирного та І. Нечуя-Левицького, О. Гончара та В. Земляка, Р. Іванчука та Р. Федорева, які були чи є сучасниками. Аналогічно величезна дистанція між трагедіями Есхіла та Шекспіра.

У журналістиці, в усякому разі в елементарних інформаційних її жанрах, авторське начало не так помітне, не настільки індивідуальне. Однак воно стає дедалі відчутніше з ускладненням жанрових форм публіцистики. Спробуймо, наприклад, зіставити жанрові модифікації статті публіцистів “Зеркала неділи” чи “Дня” із статтями авторів, скажімо, “України молоді”, відповідно статті “України молоді” і газети “Неза-

висимість". Йдеться не про відмінність політичних підходів, а про поетику, внутрішню структуру, композицію, спосіб аргументації.

Ще більшу відмінність у жанротворенні ми виявляємо, порівнюючи таких самобутніх і неповторних у манері письма публіцистів, як П. Куліш, М. Драгоманов, С. Єфремов, М. Хвильовий, Д. Донцов, І. Багряний. Аналіз структури, підходів до теми, способу прогнозування майбутнього, будови фрази, тону розповіді, елементів гумору й сатири, лексики і фразеології цих та багатьох інших авторів свідчить про те, що, дотримуючись загального принципу розвитку думки, кожен із них формує "свій" жанр статті. І цим автори цікаві для аудиторії, бо у вдумливого читача свій улюблений журналіст, який пропонує не тільки своє розуміння і бачення проблем, але й свою технологію розвитку думки.

Схема поділу творів журналістики на жанри



Що вже говорити про художньо-публіцистичні жанри, скажімо, той же фейлетон. Знаменитий і популярний свого часу Остап Вишня створив свій жанр оперативного газетного сатирико-гумористичного виступу. Він називав його не фейлетоном (цього слова письменник недолюблював), волюючи іменувати свої численні твори гуморесками. Вони суттєво відрізнялися від фейлетонів його сучасників К. Котка, В. Чечв'янського, Ю. Вухналя, О. Ковіньки. Остап Вишня мав велику армію епігонів на загальноукраїнському та навіть районному рівні. Це було причиною певного тупцювання українського гумору на місці. Є. Дудар, О. Черногуз, гумористи, які проживали і творили в діаспорі (С. Фодчук, Міра Гармаш, Остап Зірчастий (Д. Нитченко)), створили й культивували інший тип фейлетону, у чомусь злішого, дотепнішого, інтелектуальнішого. Однак жанр фейлетону, памфлету, гуморески, незважаючи на найсприятливіші, здавалось би, соціально-політичні умови, розвиваються в сучасній українській літературі та журналістиці доволі мляво.

Друга причина об'єктивна. Вона дуже суттєва і пов'язана з тими епохальними суспільними змінами кінця ХХ сторіччя, яке ознаменувалося розвалом тоталітарної системи, утворенням на території колишньої імперії нових постсоціалістичних держав, інтенсивних культурних зв'язків із Заходом, впливом традицій європейської та американської журналістики, особливо у сфері телебачення.

Умовно можна виокремити три періоди суттєвих змін у колишній радянській журналістиці, які не могли так чи інакше не торкнутися її жанрової палітри. Перший почався у період "хрущовської відлиги". Зберігаючи повний контроль і повну монополію над засобами масової пропаганди, партійна верхівка під тиском самого життя змушена була піти на певні зовнішні зміни, які стосувалися розширення тематики і суто формального обличчя преси. У газетах, у яких за сталінських часів, окрім директивних передовиць, кореспонденцій про трудові подвиги, зрідка фейлетону чи портретного нарису про героїв-правофлангівців п'ятирічки, спеціально підібраних і дистильованих повідомлень про події міжнародного життя, добірок про боротьбу за мир, почали з'являтися живі репортажі (появу репортажу і репортера, які до того вважались буржуазними забаганками, сприймали як журналістський подвиг), добірки неорганізованих спеціальних листів, полемічні виступи тощо. Газети, як і радіопередачі, стали різноманітнішими за формою, версткою. Суттєво оновлюються старі, як, наприклад, "Известия", з'являються нові періодичні видання, наприклад, "Робітнича газета", журнал "Всесвіт".

Другий період пов'язаний із серйозними соціально-політичними змінами, які прийнято називати перебудовою. Вона збігається із духовним і національним відродженням суспільства. На цей час припадає уже згадуване, небачене навіть у міжнародних масштабах піднесення періо-

дики, своєрідний бум ЗМІ, величезне зростання їхнього авторитету і відповідно тиражів, популярності. Не влада, не книга, не наука, не армія, навіть не всесильне КДБ, а саме преса разом із телебаченням на якийсь час стали диктувати спосіб мислення, правила поведінки.

Для ЗМІ характерним стає вільнодумство, небажання піддаватись будь-якому контролю, дискусійний, мітинговий стиль, категоричність і безкомпромісність суджень. На газетні шпальти, на екрани телевізорів живцем увірвалася сама дійсність з її суперечностями, політичним, бунтарським пафосом, бурхливими емоціями. У жанровому плані хотілось би звернути увагу на одну деталь. Один із найнудніших свого часу жанрів – звіт – стає чи не найпопулярнішим у газеті й особливо на телебаченні. Багатополосні звіти з мітингів, зборів, засідань оновлених рад, їх прямі трансляції читалися і дивилися як найзахопливіші романи, невідгані спектаклі, драми і трагедії. Все було незвичним, небуденним. Гострими і безкомпромісними стають дискусії і дискурси загалом. Аудиторія із здивуванням буквально поглинає раніше невідомі історичні документи, статті на теми далекого і недалекого минулого.

Така мас-медійна ейфорія не може тривати вічно. Настає пора протверезіння, спаду популярності і навіть серйозних кризових явищ. Настає третій період змін, який триває донині. Однак у змістовний і навіть жанровий код сучасної журналістики не може не вписатись все те, що було у так спрощено і схематично відтвореному минулому. Як не може не вписатись туди вплив західних мас-медіа, досвід яких стає щораз доступнішим, зокрема завдяки Інтернету. Доступною стає для практичного і навіть наукового осмислення діаспорна українська преса, частина видань якої перевезена в Україну. Для активної праці в легальній журналістиці залучається така потужна інтелектуальна сила, як дисидентство. Не зазначаємо вже про те, що десь з кінця 80-х років населення України, зокрема журналісти, безперешкодно сприймають українськомовні, як і іншомовні, передачі “Свободи”, “Голосу Америки”, Бі-Бі-Сі, “Німецької хвилі”. Активніше використовується і творчий досвід заборонених колись національно-патріотичних видань.

Усе це, звичайно, не могло не вплинути на жанрово-стилістичну структуру сучасної журналістики з усіма її позитивними і негативними тенденціями. На перший план висуваються такі безумовно позитивні загальні тенденції сучасної журналістики, як зміцнення інформаційної основи ЗМІ та посилення діалогічності.

Кожна з них потребує окремого уважного розгляду, детальної характеристики жанрів. Історичні умови склалися так, що українська преса була скоріше засобом боротьби за права нації, ніж засобом інформування і розваги. В ній домінувала навіть не газета, а журнал, у якому інформація йшла, як звичайно, на підверстку. Часи тоталітаризму – це

майже усе ХХ сторіччя – не змогли збагатити її інформаційно. Тому практично в останнє десятиліття вона почала нарощувати інформаційні м'язи, інформаційну культуру. І успіхи тут безсумнівні.

Інформаційні програми українського радіо, телебачення йдуть майже цілодобово із залученням усіх форм оперативного інформування. Та було б передчасним стверджувати про бездоганну інформаційну службу. Вразливий сам процес здобування інформації. Аж ніяк не пропорційним є співвідношення тих, хто здобуває, і тих, хто користується переказом уже зібраної й обробленої інформації. З огляду на це, інформація тематично вузька й одноманітна, не завжди достовірна і точна. Не до кінця задовольняє форма передачі новин тощо. За загальним визнанням, у цій сфері ЗМІ досі бракує професіоналізму.

Ті ж історичні умови і функціонування імперської авторитарної системи, успадкованої більшовицьким тоталітаризмом, призвели до того, що всі мала була вирішувати держава. Соціальні конфлікти долались або знищенням опонентів, або замовчуванням, запереченням самого існування конфліктів. Це спричинило домінування у політиці, а відтак і в журналістиці наказу, монологу, відсутність розвиненого діалогу, демократичної культури диспуту, про що зазначалось вище.

Зміни у соціально-політичному мисленні зумовили надання переваги діалогічним формам журналістики перед монологічними, що характерне для жанрової структури популярних сьогодні друкованих та електронних ЗМІ. Йдеться не тільки про домінування інтерв'ю як жанру, але й про пряме переростання інтерв'ю у розгорнений діалог, а також про діалогізацію самого процесу спілкування з аудиторією, чому сприяє і редакційна пошта, і ширша організаторська робота, скажімо, дискусії у редакції з відомими в Україні людьми, проведення конкурсів читачів, що з похвальною наполегливістю та помітним успіхом робить редакція газети "День", з легкої руки редакції газети "Молодь України" популярними стали так звані "прямі лінії".

Помітним стало посилення аналітичного нафосу газет, особливо популярних нині тижневиків. На жаль, це не є ще нормою. Найпершою передумовою цього процесу є поглиблення компетентності, залучення до розмови авторитетних людей, фахівців, унаслідок чого у пресі, особливо у тижневиках, а також на радіо і телебаченні з'являються цікаві та повчальні діалоги, в основі яких певна колізія, зіткнення думок, елементи драматичної дії.

За наявності тенденції до лаконізму, якої нам ще так бракує, у кращих газетах час від часу з'являються великі за обсягом дослідження тієї чи іншої проблеми. Якщо у таких матеріалах пульсує справді оригінальна думка, вмільо розкривається життєва суперечність, вдумливий читач не помічає розміру самого виступу, бо стає ніби співучасником

пошуку відповіді на питання, яке його хвилює. Зрештою, це справа смаків, внутрішніх потреб реципієнта.

Не можна не помітити і своєрідного мораторію на певні популярні колієси жанри або їх трансформацію. Масмо на увазі насамперед огляд преси, нарис, а також фейлетон. Огляд преси існує сьогодні переважно на радіо у вигляді дуже стислих повідомлень найважливіших виступів провідних українських чи закордонних видань з обов'язковим цитуванням найважливіших, найоригінальніших місць окремих публікацій. Це дуже характерний спосіб інформування, властивий для "Свободи", Бі-Бі-Сі. Наші обласні радіопрोगрами іноді вводять в інформаційні випуски повідомлення про вихід тієї чи іншої газети з назвами окремих матеріалів.

Із зрозумілих причин майже зник критичний, "начальницький" огляд газет за ранжиром, коли вища за рівнем газета вчила розуму редакцію часопису нижчого за рангом. Це вважалося колись однією з важливих форм партійного керівництва пресою.

Та життя на місці не стоїть. І ось львівська газета "Поступ" запровадила на своїх сторінках, а точніше щотижня відводила сторінку під "Львівські обсервації", які вів талановитий журналіст, що виступав під псевдонімом Юзьо Обсерватор. У поле його критичного, зазвичай, злого погляду потрапляли певні комічні, а то й трагічні явища, але насамперед публікації колег з інших львівських та й загальноукраїнських газет. Використовуючи і творчо розвиваючи досвід галицької преси, вдаючись до діалектних слівць і виразів, автор боляче картав журналістів і дописувачів за помилки, прорахунки, а то й просто певні думки, які оглядач вважав хибними. Все це робилося дотепно, з гумором, хоч надміру суб'єктивно і не завжди справедливо. Особливо діставалося окремим постійним об'єктам його оглядацької уваги. Аналіз свідчить, що критичні огляди додають газеті популярності.

Ведучи мову про огляд преси у сучасних ЗМІ, не можна обминути такого помітного журналістського явища, як сторінка "Телебачення: програми телеканалів, рецензії, огляди, анонси програм і фільмів тижня" у газеті "День". Щотижня тут з'являлися огляди Наталії Лігачової, а нині Катерини Дядюн – кваліфікована, фахова розмова про передачі майже всіх доступних каналів українського телебачення, а у зв'язку з цим через призму різних програм і про явища сучасного життя. Щотижневі телевізійні огляди дають можливість газеті порушувати актуальні проблеми політики і тактики ЗМІ, їх взаємовідносин із капіталом і владними структурами, а самим авторам професійно аналізувати тенденції розвитку найпопулярнішого засобу суспільного масового зв'язку в контексті сучасних політичних та естетичних явищ.

Кожен огляд – самостійний, завершений публіцистичний твір із досить чіткою постановкою проблеми, тонким розумінням художньої

вартості тієї чи іншої програми, строгою аргументацією, а головне – постійним намаганням вловити підспудні, глибинні соціально-політичні тенденції розвитку масової культури. Майстерно зроблені з літературного погляду, вони полемічні, значною мірою суб'єктивні. З авторкою хочеться сперечатися, і така суперечка справді у багатьох випадках потрібна, але виступи стимулюють як роботу самого телебачення, так і творчу думку глядацької аудиторії.

У сучасних українських, як і, до речі, закордонних мас-медіа, майже зник традиційний портретний нарис. Це й зрозуміло, оскільки він нерідко нагадував “життя святих”, що йшло від традицій ще візантійської повчальної літератури. Натомість щоразу популярнішим стає політичний портрет. Непогані зразки цього жанру можна знайти у газеті “Дзеркало тижня”, журналі “ПіК”, у кращих регіональних виданнях.

Сумна доля у сучасній журналістиці такого веселого жанру, як фейлетон. Можливо, це пояснюється тим, що фейлетоністи, сатирики у період відомих заборон широко вдавалися до езопівської мови. Можливість говорити відкритим текстом привела до зміни акцентів, до прямої, не опосередкованої вигадкою критики. Зате замість фейлетона певні права громадянства набув у пресі такий жанр, як анекдот.

Досить помітними у сучасних ЗМІ є есеїстичні тенденції. Зрозуміло, що тон тут задають такі майстри цієї невимушеної, асоціативної розмови з глибоким філософським підтекстом, як Є. Сверстюк, М. Маринювич, О. Забужко, М. Рябчук, Ю. Андрухович, Ю. Покальчук, В. Яворівський. Помітні успіхи завдяки Ю. Винничуку та М. Мишкалові мала газета “Поступ”, яка щотижня вмішувала на одній сторінці під загальною рубрикою “Ревю” два огляди: один під загальною назвою “Плин часу” на внутрішню тему, другий – присвячений міжнародним проблемам. Аналіз внутрішньої структури цих творів дає підстави стверджувати про тяжіння їхніх авторів до жанру есе, а самі публікації, виконані на доброму професійному рівні, безсумнівно сприяють амбітному прагненню часопису постійно бути цікавим, неподібним до інших видань.

Нарешті, серйозних жанрових змін зазнає журналістика під впливом бурхливого розвитку електронних, а останнім часом ще й комп'ютерних систем масового інформування. Телебачення, скажімо, щораз ширше використовує можливості зображення, експлуатуючи давно відомий принцип, принцип досить сумнівний, але безмежно привабливий: краще раз побачити, ніж кілька разів почути. За легкістю і приємністю сприймання воно домінує. Телебачення стало практично монополієм у багатьох видах репортажу, зокрема футбольного. Газетний звіт про футбольний матч фактично перестав бути у часовому та й у змістовному вимірі звітом у первісному значенні слова. Він дедалі більше потребує аналізу, вміння побачити і зрозуміти те, чого не бачить пересічний гля-

дач, компетентного судження, пошуків причин, а не констатації того, що глядач уже побачив на екрані.

Так само газетярі, яким важко конкурувати з радіо і телебаченням в оперативності передавання новин, сьогодні змушені думати про способи професійного виживання у цих непростих умовах. Варіантів виходу декілька. Як свідчить досвід кращих газет, редакція повинна вміти знайти і подати оперативну інформацію, якої не повідомили інші. З огляду на природу друкованого слова, вона має бути точнішою, детальнішою, достовірнішою, документованішою. Друкована інформація має і може містити суттєво більший елемент аналізу, зіставлення, стислого і дотепного коментування. Чи не в цьому одна з привабливих рис оперативних коментарів, інтерв'ю, діалогів, публіцистичних заміток політичних оглядачів газети "Високий Замок" Наталі Балюк і Тетяни Вергелес. До того ж кожна з них пише компетентно, легко, дотепно, використовуючи різноманітні джерела інформації.

Постійне розширення і збільшення потоків інформації вимагає стислості, лаконізму, оперативності. Йдеться насамперед про активізацію інформаційних жанрів, про вміння швидко, коротко й яскраво розповісти про найважливіші проблеми дня. Чималий досвід у цій справі набутий ТСН, найкращими комерційними радіо- і телестанціями. Досить назвати радіо "Люкс", колишню практику телестудії "Міст" та багато інших.

Загальна характеристика системи жанрів журналістики буде неповною, коли не звернути уваги на зображувальні засоби журналістики. Природа і своєрідність зображувальної журналістики – тема окремої, спеціальної розмови, якій присвячена низка досліджень¹. У цьому ж випадку необхідно звернути увагу на поєднання слова і зображення у періодичній пресі, на різновиди і жанрові модифікації зображувальної інформації.

У науці є спроба кваліфікувати фотографію, взявши за основу жанрову структуру вербальної журналістики, що не зовсім відповідає природі зображення, або зводить фотожурналістику до фотоінформації, фоторепортажу, фотонарису, що з позиції сучасної практики є її збідненням. Справді, найпоширенішим видом зображення як у пресі, так і на телебаченні, є фотоінформація, фоторепортаж, телерепортаж. Фотонарис трапляється надто рідко.

Але, по-перше, будучи дуже важливим засобом відтворення точної реальності, зображувальна журналістика не вичерпується фотографією. Зображувально-виражальна журналістика – це графіка, особливого комп'ютерна, а також карикатура, шарж, мультиплікація та ін.

¹ Див.: Шатовал Ю. *Изображение и слово в журналистике*. – Львов, 1985; Його ж. *Изобразительная журналистика*. – Львов, 1988.

По-друге, крім поширеної в газеті фотоінформації та фоторепортажу, який дає статичне чи динамічно-кадрове зображення реальної дійсності, охоплюючи характерний момент чи низку моментів життя, у пресі, особливо в ілюстрованих тижневиках, журналах, з'являється великий масив художньо дуже промовистих світлин. Такою, наприклад, була сторінка "Дзеркала тижня", одна зі шпальт "Голосу України" – зупинена мить, своєрідне дзеркало найхарактерніших подій тижня. Подібним шляхом йдуть інші часописи. Такі промовисті світлини можуть супроводжувати словесні публікації. Сьогодні нерідко такі публікації виносять (як, наприклад, у газеті "Експрес") на першу сторінку, є своєрідним образним заспівом номера. Жоден номер "Високого Замку" не виходить без кольорової фотографії чи колонки на першій сторінці. Зазвичай, це найважливіша тема дня. Буває і навпаки: текст коментує зображення. Він повинен бути таким же образним, промовистим, лаконічним, як світлина. Художньо виразні фотографії, як і телевізійні кадри, нерідко безадресні, можуть опосередковано поглиблювати текст, загострювати порушену в ньому проблему.

По-третє, набагато більшу роль відіграє сьогодні художня фотографія, фотопортрет чи цикл такого типу світлини, які завдяки таланту митця можуть розповісти про людину чи певну ситуацію більше, ніж багатослівний нарис чи коментар. Таким майстром художнього бачення світу через об'єктив апарата є Василь Пилип'юк та інші фотомитці.

По-четверте, фотографія, незважаючи на телебачення з його потужним відеорядом, є основою спеціальних періодичних видань, які користуються популярністю у всьому світі. До них можна віднести журнали різного типу від загальнополітичного тижневика "Політика і культура" ("ПіК"), спеціалізованих "Світло й Тінь", "Друкарство", наукових "Світ науки" до рекламно-розважальних на зразок "Натали" чи еротичних – "Лель" тощо.

Пишучи текст, готуючи передачу, журналіст далеко не завжди думає про їхню жанрову приналежність. Вона десь у підсвідомості. Тим паче, що жанрові перегородки досить хиткі. Класифікацією творів займаються дослідники, щоб з'ясувати певні внутрішні закономірності формотворчості.

Кожен журналіст, хоч яким талановитим він не був би від природи, проходить відповідний період навчання, не завжди у фаховому вищому навчальному закладі, але обов'язково у редакції. Необхідним елементом цього навчання є орієнтація на певні зразки, своєрідне наслідування. Народження майстра – обов'язково відкриття певної теми, нового підходу до життєвих явищ, пошуки нового змісту і водночас нових, зокрема і жанрових, засобів вираження. Тому не може бути абсолютно подібних творів двох майстрів, навіть якщо вони написані в одному жанровому

ключі, жанрові пошуки в журналістиці безперервні, як безперервні в ній пошуки нових підходів до традиційних явищ і проблем.

Досвідчені журналісти порушують сьогодні питання про створення ринку журналістського пера. Задумуючи нові видання чи доводячи до відповідного рівня старі, треба обов'язково продумувати багато речей – звідки брати кошти, яку техніку придбати, як розповсюджувати видання і яку рекламу подавати тощо. Однак без зважування найголовнішого – хто газету, журнал, телепрограму робитиме, без імен, з якими редактор “збирається стукати в читацькі душі”¹ і відповідних форм цього звертання – нічого не вийде.

Питання для обговорення

1. Загальне поняття про жанр як про більш-менш стійку літературну форму твору.

2. Залежність жанру від об'єкта відображення, призначення твору, масштабу охоплення дійсності та літературно-стилістичних засобів втілення задуму.

3. Поділ жанрів на інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні. Умовність поділу.

4. Журналістська практика як основа формування жанрів. Вторинність жанру стосовно задуму і мети твору.

5. Жанр і майстерність. Національні традиції у жанровій класифікації творів журналістики.

6. Сучасні тенденції розвитку жанрів української журналістики.

Список літератури

Основы творческой деятельности журналиста. – СПб., 2000. – С. 125–167.

Теорія і практика радянської журналістики: Навч. посіб. – Львів, 1989. – С. 114–127.

Черепанов М. Проблемы теории публицистики. – М., 1973. – С. 221–253.

¹ Іваницький І. Псевдожурналістика в країні відморожених “чайників” // Українське слово. – 2000. – 27 січ.

13. ІНФОРМАЦІЙНІ МЕТОДИ ВІДТВОРЕННЯ

13.1. Природа інформаційного відображення

“Що нового?”, – запитуємо один одного під час зустрічі. “Що нового скажуть сьогодні по радіо і напишуть у газеті?”. Саме інтерес до новизни спонукає слухати, дивитись, читати чи хоча б проглядати газету. Як уже зазначалося, подієва інформація, фактологічне інформування, повідомлення новин – основа журналістики. Вона насамперед покликана подавати відомості про навколишній світ, процеси, які в ньому відбуваються, про події, ситуації, чинює діяльність тощо. Із гносеологічного, пізнавального погляду, саме інформація зменшує невизначеність, допомагає людині орієнтуватися у складному і суперечливому світі.

Подієва інформація, або новини, – лише частина величезної кількості різноманітної інформації різного ступеня складності. Йдеться про фіксування за допомогою відповідної знакової системи (письмо, зображення, звук тощо) реального змісту навколишнього світу.

Як і в багатьох інших випадках, якогось загальноприйнятого визначення новини немає, хоч із практичного погляду розуміння і тлумачення суті цього поняття особливих труднощів не виникає. На думку шведського журналіста Еріка Фіхтелюса, новини – “емоційне сприйняття і традиційне уявлення у різних пропорціях”¹. Ті, хто передає новини, і ті, хто їх сприймає, послуговуються, як зазначає цей дослідник, більше практичним досвідом, ніж теоретичними розробками. З огляду на це, *новина* – це таке повідомлення, у якому йдеться про щось досі невідоме, що щойно відбулося і заслуговує на увагу громадськості. Вміння шукати і знаходити новини – своєрідний вроджений і водночас щоденно вдосконалюваний дар, природний нюх, інтерес, бажання. “Старанні репортери, – зауважує Девід Еверетт, – здається, завжди натикаються на таке, що їх дивує, в результаті своєї “роботи ніг”. Ті, хто не виконує великої “роботи ногами”, ніколи не стають видатними репортерами з якоюсь спеціалізацією...”²

Ще на початку минулого сторіччя спільними зусиллями практиків і теоретиків вдалося з’ясувати, що тиражована у щоденній пресі

¹ Фіхтелюс Е. Десять заповідей журналістики... – С. 13.

² Еверетт Д. Учебный посібник репортера. – К., 1999. – С. 3.

новина характеризується певними ознаками. Новини мають бути цінними і корисними. Вони не повинні старіти, а тому їх потрібно передавати негайно.

Новини передаються через третю особу і тому мають суб'єктивне забарвлення, але у процесі передавання новин недопустиме перекручення і спотворення фактів.

Якщо погодитися з концепцією, згідно з якою журналістику можна назвати "*просторово-часовим, хронотропним інформаційним пульсаром*", який періодично видає певні порції інформації¹, то репортер є ніби серцевиною цього пульсару, черпаючи інформацію із самого життя і задовольняючи природний інтерес аудиторії. "Демократичні суспільства, – наголошують закордонні дослідники, – потребують якісної інформації, щоб добре функціонувати. Високопрофесійна журналістика часто гарантує основу для правильних рішень, незалежно від того, де вони приймаються – у кабінеті для голосування чи в офісі"².

І найбільше тут важить відповідь – на три-чотири із п'яти запитань, на які повинна відповісти журналістика як сукупність усіх потоків інформації: Хто? Що? Де? Коли? Чому?

У загальних рисах подієва інформація, новинна журналістика характеризується такими головними ознаками:

- з усіх інших видів журналістської інформації вирізняється найбільшим лаконізмом. Може, найконцентрованіше це виявляється у хроніці. Не випадково у багатьох газетах такі постійні рубрики: "Без зайвих слів" – у "Високому Замку", "No Comment" – у "Фактах и комментариях"; "Коротше не можна" – в "Комсомольской правде". Такі стислі повідомлення з певними ілюстраціями чи й без них становлять основу всіх інформаційних випусків найрізноманітніших каналів телебачення і радіо. Нагадаємо, що такий випуск новин на "Промені", в українській редакції "Свободи" триває п'ять, російської – десять хвилин;

- найвищим ступенем оперативності. Потік подієвої інформації в інформаційних агентствах, в Інтернеті, на радіо і телебаченні є майже безперервним. Основними словами, які позначають часові параметри подій є: "сьогодні", "кілька годин тому", "щойно", "завтра", у гіршому разі "вчора". Газети такої оперативності досягти із зрозумілих причин не можуть, але повідомлення про найвагоміші події або триваліші у часі подають без точної відповіді на запитання "Коли?";

- в основі новин є, зазвичай, певна подія, факт. Найбільша цінність і найбільша складність подієвої інформації – у достовірності, вивірності повідомлюваного вперше факту. Тому найскладніше завдання репортера – з'ясувати правдивість відображуваного факту, події. Тут

¹ Свистич Л. Феномен журналізму. – М., 2000. – С. 136

² Еверетт Д. Учебный посібник репортера... – С. 5.

найвищий рівень професіоналізму, відповідальності перед собою, засобом інформації, громадськістю не так у вправності повідомлення, хоч це і важливо, як саме процес здобуття і перевірки достовірності факту. Іноді повідомлення про особливі ваги подію, наприклад, початок війни, загибель чи смерть того чи іншого діяча, техногенну катастрофу, важить нині більше для суспільства, ніж пізніші багатотомні дослідження;

- неупередженість, об'єктивність подання фактів, повідомлення про події, незалежно від того, чи це надзвичайна ситуація, чи висловлювання визнаного політичного лідера. Повідомлення про подію, як вище зазначалося, повинно мати два-три джерела. За відсутності альтернативних джерел редакція нерідко застерігає про це реципієнтів;

- відсутність “шумів”, тобто додаткових подробиць, відгалужень від основного стрижня повідомлення, які відвертають увагу від головного змісту. У цьому разі має діяти дисципліна думки, вміння знайти основне і виразити його у ключових словах;

- невтручанням у виклад за допомогою власних суджень та оцінок. Це стосується саме подачі новин. Прибічники інформаційної журналістики радять давати оцінки устами учасників подій, експертів. Журналіст же, на їхню думку, повинен уникати навіть вживання емоційно забарвленої лексики на зразок “грандіозний”, “надзвичайно важливий”, “епохальний”, “нікчемний” тощо;

- максимальною популярністю викладу, доступністю мови. Фахівці радять по змозі уникати незрозумілих термінів, а у разі нагальної потреби розшифровувати їх. Слід також намагатися уникати складно-підрядних конструкцій, хоч іноді це не так просто, коли необхідно одним реченням схарактеризувати суть події. І все ж таки максимальна ясність суті викладеного має бути дотримана.

Чи не найлаконічніше сучасні вимоги до новин сформулював М. І. Шостак: “Спільне для всіх літературних форм, які використовує репортер: виділення головних характеристик факту і затушовування позиції автора, оскільки в центрі уваги – подія. Характерна настанова репортерам однієї із авторитетних газет: “Не пишіть передовиць, не висловлюйте суджень, для вас важливо відображати, а думки можете вводити, цитуючи інших...”¹

А як бути з таким феноменальним явищем журналістики, як цікавість? Як уже зазначено, цікавість у новинній журналістиці досягається насамперед сутністю самих новин. Іншими словами, цікавими мають бути самі факти, події. Це не означає, що тут не може і не повинен прикласти руки сам журналіст. Просто прийоми зацікавлення тут інші, ніж в аналітиці, розважальній, естетичній інформації.

¹ Шостак М. Репортер: професіоналізм и етика. – М., 2002. – С. 9.

Важливе і цікаве – у самому житті. І найближчий до реальності саме репортер. Однак він повинен вміти скористатися не так формою подачі, вишуканістю думки й образу, як це робить есеїст, аналітик, фейлетоніст, як засобами *наближення інтересів*. Виділяють декілька таких правил.

Передусім – *наближення у часі*. Це дуже важливе, деколи вирішальне, коли йдеться про новини, подієву інформацію. Аксиоматичним можна вважати твердження про те, що запізніла новина перестає бути новиною, тобто втрачає свою первинну якість. В умовах колосального збільшення потоків інформації, практично необмежених можливостей її постачання і посилення конкурентної боротьби між окремими джерелами інформування своєчасне, випереджувальне повідомлення новин має вирішальне значення.

Наближення у просторі, або принцип своя сорочка ближче до тіла. Кожного з нас насамперед цікавить те, що відбувається ближче до нас, на нашій вулиці, у нашому селі чи районі, у нашому місті, області, країні. Давно існує усталена ієрархія близькості: родина, рідна місцевість, “мала багьківщина”, країна, континент, нарешті, планета Земля. Мас-медіа широко використовують наближення у просторі в різних аспектах. Насамперед у дозуванні місцевої, регіональної, загальнонаціональної та глобальної інформації. Зазвичай, віддається перевага ближчій за дистанцією інформації, а у деяких країнах, як, скажімо, у США, зовнішньогеографічна інформація зводиться до мінімуму. Звідси велика популярність місцевої та регіональної преси.

Не менш важливим є вміння так подавати подієву інформацію, щоб аудиторія відчувала цю близькість. Тут і зосередження уваги на місці подій, і відповідне групування матеріалів за рубриками. Враховуючи слабкість регіональних і місцевих мас-медіа, друковані електронні ЗМІ засновують регіональні додатки, як це робить “Високий Замок”, або відводять час для випуску регіональних новин, як це запровадив “Новий канал” тощо.

Наближення до соціальних інтересів аудиторії, або наближення до специфічних інтересів, як дехто йменує цей спосіб. Йдеться про врахування національної, вікової, умовно кажучи, станової специфіки реципієнтів. Універсальні видання і канали, на відміну від спеціалізованих, повинні брати до уваги інтереси різних груп аудиторій – від етнічних до вікових. З огляду на це, заснують найрізноманітніші рубрики, сторінки, додатки тощо.

Прийнято виокремлювати *наближення за психіко-афективною ознакою*, або наближення за принципом *загальнолюдських інтересів* (здоров'я, секс, багатство, насильство, слава та інші явища суспільного й

особистого життя). Дехто залічує сюди такі об'єкти загальнолюдських зацікавлень, як діти, тварини, особливо рідкісні, рослинний світ, насамперед квіти, лікувальні трави тощо.

Сьогодні нерідко застосовується *правило наближення за принципом популярності*, тобто добір інформації про відомих у світі й країні людей – учених, художників, бізнесменів, спортсменів, акторів, багатіїв і бандитів, а також тих осіб, особливо жіночої статі, яких природа наділила особливої форми носами, розмірами бюстів, довжиною ніг та красою інших частин тіла. Природного інтересу до видатних і цікавих людей ніхто не в змозі вгамувати. І журналістика може й повинна вміло цим скористатися. Скільки серед нас самотніх, справді подиву гідних особистостей, розповідь про яких могла б бути реально цікавою, у чомусь навіть повчальною. Однак відчувається очевидна для всіх диспропорція у матеріалах і передачах про справді достойних представників роду людського і тих, хто вирізняється, скажімо делікатно, нетрадиційною орієнтацією. Без таких розповідей багато видань і каналів просто перестали б існувати.

Правило наближення за принципом рідкісності теж не завжди належно використовують. Мистецтво репортера полягає в тому, щоб відшукувати серед величезної кількості подібних подій і фактів такі, які б не просто відрізнялися від інших, а були незвичними, несподіваними, несли у собі елемент сенсації. Щоб не повторювати зайвий раз банального вже прикладу сенсаційності повідомлення (не собака вкусила людину, а людина собаку), варто звернути увагу на не менш одіозний, навіть трагічний епізод, повідомлення про який обійшло майже всі ЗМІ на початку 2003 року. Відомий, чи й не дуже, у місті бізнесмен прогулювався з собачкою. Міліціонер зробив громадянину зауваження. Почалась, як годиться у таких випадках, сутичка. Власник собаки (знову собака!) настільки завівся, що жбурнув у стража порядку ручну гранату. Покірливий пес схопив кинуту гранату і поклав біля ніг господаря... Колишньому господареві собаки присуджено премію Дарвіна 2002 року, яку дають посмертно людям, які пішли із життя безглуздо, за послугу людству.

Подібна інформація популярна і вартує того, щоб її висвітлювати. Українське радіо навіть запровадило рубрику "Нічого собі".

Існують суто зовнішні засоби привернення уваги до тієї чи іншої інформації. Численні дослідження читачів газет виявили, що абсолютна більшість споживачів газетної інформації переглядає часописи. У наш час, коли суттєво збільшується обсяг щоденних газет і зменшується час, який ділова людина може викроїти на читання преси, редак-

ції намагаються допомогти своїй аудиторії швидше зорієнтуватися у подіях дня.

Керуючись теорією викладу текстів, французькі дослідники вважають, що кожен текст може бути прочитаний на трьох рівнях. Перший – це перегляд рубрик, заголовків, фото і текстівок. Завдяки цьому способу, як виявили дослідження, 80–90% читачів орієнтуються у подіях дня за кілька хвилин чи навіть за хвилину. З огляду на це випускові редактори дбають, щоб матеріали кожної шпальти були гарно подані. Крім рубрик і заголовків, важливе значення мають виноски, врізки, “вікна” тощо. Це вже другий рівень прочитання, якому надають перевагу понад 59% реципієнтів. Третій рівень ознайомлення з інформацією – прочитання лідів, закінчень, виділених частин. Зважаючи на це, дослідники радять, щоб вони починалися із близьких читачам слів і словосполучень, виділених основних повідомлень.

Під *головним повідомленням* прийнято розуміти найважливіший елемент журналістського тексту. В ньому стисло, конденсовано формулюється те, про що розповідається у матеріалі й містить найважливішу нову інформацію, заради якої й пишеться текст¹.

Пишучи і готуючи до друку інформаційні матеріали, слід виробити в собі специфічну дисципліну подієво-інформаційного мислення. Дуже важливо знайти головне, найсуттєвіше і відкинути все, що може бути цікавим, колоритним, але не відповідає специфіці інформаційного відтворення. Ознайомлюючись із численними виступами журналістів-початківців, насамперед із виконаними студентами навчальними завданнями, щораз більше переконуємося в тому, що вони нерідко більш охочі до написання “широких епічних полотен”, виявляючи безпорадність у творенні десятирядкової замітки.

Причин чимало. *Перша* з них суто психологічна: більшість думає, що немає нічого простішого, ніж народити інформаційне повідомлення. *Друга* – поспіх, небажання вчитатися, вдуматися. Хочеться якнайшвидше відбутись – подумаш, замітка. *Третя* – відсутність особистого досвіду, якого не можна ні компенсувати, ні позичити. *Четверта* – об’єктивна. Вона зумовлена складністю життєвих явищ і тих первісних текстів, з яких автор черпає інформацію. Вони можуть бути, як трапляється з прес-релізами, неструктурованими, переобтяженими фактами, цифрами. Їх треба подати власними словами, перекласти з канцелярсько-ділової на мову журналістської інформації.

Такі у загальних рисах особливості інформаційного відтворення. Вони модифікуються відповідно до специфіки подавання інформації на різних каналах і у різних жанрах.

¹ Гід журналіста. – К., 1999. – С. 8–9.

Питання для обговорення

1. Новина та її відображення у ЗМІ.
2. Вимоги до інформаційного повідомлення: лаконізм, оперативність, фактологічна достовірність і точність, нейтральність подання, доступність тощо.
3. Очищення інформації від “шумів” (додаткових відомостей, подробиць, суб’єктивних оцінок).
4. Способи зацікавлення у подієвій інформації.

Список літератури

- Гід журналіста. – К., 1999.
- Еверетт Д.* Учебний посібник репортера. – К., 1999.
- Теорія і практика радянської журналістики. – Львів, 1989. – С. 128–181.
- Фихтєлицус Э.* Десять заповедей журналістики. – Вярнамо, 1999. – С. 9–27.
- Шостак М. И.* Репортер: професіоналізм и етика. – М., 2002. – С. 5–74.

13.2. Жанрова палітра

Традиційно, як уже було зазначено, всю сукупність жанрів журналістики прийнято поділяти на три групи: інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні. Можна сперечатися, чи вдалий, запозичений із літературознавчої практики, термін “літературний рід”, але те, що в основі кожної з цих трьох груп журналістських текстів маємо справу не просто з набором певних жанрів, а зі своєрідними способами, методами відтворення об’єктивної реальності не може викликати сумнівів.

Будь-яка класифікація, будь-який поділ цілісного явища, а тим паче такого суперечливого і динамічного, як літературна творчість, завжди умовний і відносний. Бо й справді, замітка чи звіт можуть просто повідомляти про щось чи про когось, тобто бути елементарним відтворенням того, що відбулося, а можуть містити в собі осуд, заперечення, і такого типу виступи не вкладаються у рамки описаних вище вимог щодо інформаційного відтворення подій та явищ. Не зосереджуємо уваги на тому, що у сучасних мас-медіа домінують публікації інформаційного спрямування. Жанри, які традиційно належать до інформаційних, скажімо, те ж інтерв’ю чи навіть звіт, виконують у ЗМІ аналітичні функції, часто навіть заміняють інші аналітичні жанри.

Це спонукає деяких авторів шукати вихід з очевидної вразливості класифікаційно-поняттєвих схем, неспроможних взяти до уваги всі нюанси журналістських явищ. Скажімо, Л. А. Кройчик, один із співавторів виданого у Санкт-Петербурзі посібника “Основы творческой деятельности журналиста”, пропонує поділяти жанри журналістики не на три, а на п'ять груп: *оперативно-новинні* (змітки у всіх різновидах); *оперативно-дослідницькі* (інтерв'ю, репортаж, звіт); *дослідницько-новинні* (кореспонденція, коментар, рецензія); *дослідницькі* (стаття, лист, огляд); *дослідницько-образні* (нарис, есе, фейлетон, памфлет)¹.

Незважаючи на безперечні прорахунки (автор, скажімо, вочевидь “загубив” низку таких традиційних жанрів журналістики, як публіцистичний огляд, огляд преси; не цілком виправдана термінологія), не можна не погодитися із диференціацією інформаційних жанрів на оперативні-новинні й оперативно-дослідницькі. Оперативно-дослідницькі ми, щоправда, називаємо оперативно-узагальнювальними, щоб не зумовлювати плутанину подіскої інформації з аналітичною.

Замітка – один із найстаріших, найуніверсальніших, найпростіших і водночас найскладніших жанрів журналістики. Власне періодична преса, а точніше газета, почалася з комерційних новин. Вона є універсальною формою повідомлення новин з усіх сфер життя, від подій, які тільки що відбулися на нашій вулиці чи у космічному просторі, до наукового життя, передбачуваної зміни погоди чи зміни курсу валют, оперної прем'єри, скандальну заяву політика, гострої статті в газеті тощо. Вона найелементарніша за структурою, а тому може бути написана зі швидкістю блискавки. Водночас є найскладнішою, бо пошук і знаходження інформації про важливу подію, незвичайну думку, велике відкриття нерідко пов'язане з важкими пошуками і довгими очікуваннями, терпінням, щастям, везінням, удачею. Звичайно, крилата фраза з відомої радянської пісні про те, що журналістові заради декількох рядків у газеті доводиться “трое суток шагать, трое суток не спать” є метафорою, гіперболою, проте водночас щирою правдою, бо за важливою новиною стоїть чимала праця, інтелектуальні зусилля відбору, зважування події і факту, а часто й великий ризик.

Замітка – найоперативніша і найпростіша усталена форма повідомлення у ЗМІ про об'єктивно існуючі події, факти, явища реального життя з метою насамперед найелементарнішого пізнання навколишнього світу.

Замітка як елементарна частина повідомлення про події та факти є самодостатньою цінністю різного значення, хоч нерідко використовується з певною, часом не завжди чесною, метою. Наприклад, ав-

¹ Основы творческой деятельности журналиста. – СПб., 2002. – С. 139.

торитарна, тоталітарна журналістика, зазвичай, користуються лише такими повідомленнями, які служать певним утилітарним, пропагандистським цілям.

Замітка як оперативно-новинний різновид інформаційного відображення має свою структуру, є “чистим” видом інформування. Серцевиною замітки, її основою є подія, факт. Незалежно від обсягу, різновиду, вона, зазвичай, починається з повідомлення. **Хронікальна замітка** таким повідомленням і вичерпується. Ось приклади: “Номінальні доходи населення України у січні-лютому цього року [ідеється про 2003. – В. 3.] на 15 відсотків більші, ніж торішні. Такі дані вчора оприлюднив Державний комітет статистики”; “Почесний ректор Київського національного університету культури і мистецтв, народний депутат України Михайло Поплавський презентував свій Інтернет-сайт. Його адреса...”

Така хронікальна замітка або просто **хроніка** відповідає на запитання “Що відбулося?”, “Де?”, “Коли?” У ній немає жодних подробиць, подія не деталізується. Хронікальні повідомлення друкуються у газетах, зазвичай, без заголовків під певними рубриками, в інформаційних повідомленнях радіо, телебачення вони теж не виділяються, можуть бути частиною тематичних добірок.

Сьогодні типовішими є **розширені замітки**. Вони структуровані, складаються переважно з трьох частин: ліду, субліду, додаткової інформації. “У нас 12 мільйонів курців”, – повідомляє у заголовку львівський “Експрес”. І далі виділений лід – головне повідомлення: “Нині українці – чи не найзатятіші курці в Європі. У нашій країні курить майже половина осіб працездатного віку – більше ніж 12 мільйонів”.

У наступних двох абзацах подаються подробиці й деталі, тобто у субліді розширюється саме повідомлення. Прес-служба Міністерства охорони здоров'я повідомила кореспондентів, що третина курців – це жінки, що серед жінок віком 20–29 років курить кожна третя-четверта. Курить 30 відсотків дітей, більшість курців призвичаюється до цигарок, ще не маючи сімнадцяти.

І завершальний абзац подає додаткову, ширшу за характером інформацію: “За статистикою, щороку від захворювань, викликаних через куріння тютюну, у світі помирає близько 3 мільйонів осіб, у країнах СНД – майже 500 тисяч”¹.

Прийнято виокремлювати **коментоване повідомлення**. Приклад – замітка М. Савельєва “У Старому Самборі – нова мітла”². У замітці повідомляється про зміну керівництва району. Це повідомлення супро-

¹ Експрес. – 2003. – 3–10 квіт.

² День. – 1997. – 6 черв.

воджується роз'ясненням і коментарем. У коментованому повідомленні подають думки учасників події, короткі пояснення фахівця тощо.

У критичній і полемічній замітці вже є елемент оцінки, навіть заперечення або викриття. Отже, набувають ваги елементи публіцистики, або, точніше, публіцистичності. А це вже вихід за межі "чистоти жанру". У західній журналістиці існує навіть такий термін, як замітка-"суміш".

Близьким до замітки є звіт. Це слово похідне від "звітувати", тобто розповідати про побачене та почуте. Традиційно під звітом розуміють оперативне, розширене повідомлення про актуальну подію, виражену вербально. Іншими словами, звіти пишуться чи передаються про різного роду засідання, від зборів до парламентських дебатів. В американській журналістиці такі розповіді називають репортажами. У практиці французької преси звіти вважають "інформаційним жанром, який потребує безпосередньої присутності журналіста на місці події". Наголошується, що звіт "фотографує", а не коментує подію¹. У цьому певна близькість до нашого трактування звіту. Таким вимогам відповідає вміщений як ілюстрація звіт одного з французьких видань про вето проти нового трансатлантичного ринку². Різновидом звіту французькі журналісти називають також "свідчення", яке ми б скоріше назвали репортажем.

Жанр звіту, зауважимо, в тоталітарній пресі був одним із найнудніших, особливо у газетах. Звіти із партійних з'їздів, комсомольських конференцій, засідань і симпозіумів за своєю безплідністю і нецікавістю могли рівнятися хіба що з передовими статтями у партійних газетах. Однак із настанням так званої перебудови звіт стає чи не найцікавішим, найпопулярнішим, найінтелектуальнішим за змістом жанром журналістики. Причини зрозумілі – стався вибух довго затискуваної розумової та емоційної енергії. Особливу популярність мали прямі трансляції по радіо і телебаченню засідань Верховної Ради, численних багатолюдних мітингів, перейменованих в умовах України у віча. З часом відбулося перенасичення мітинговою риторикою. Звіт посів належне йому місце. Журналістські належить вибрати свіжі, оригінальні думки, співзвучні із завданнями дня.

Звіт повинен бути максимально точним, інформаційно насиченим, цікавим і повчальним. Хоч звіт за характером, призначенням далеко неоднорідний. Прийнято виокремлювати кілька різновидів звіту. Найелементарнішим є короткий **хронікальний звіт**. Він мало чим відрізняється від розширеної замітки. На першому плані повідомлення про саму подію, яка стає лідом, часто виділений у газеті певним шрифтом,

¹ Гід журналіста... – С. 25.

² Там само. – С. 25–26.

а у живому мовленні – тоном чи голосом ведучого інформаційної програми. Далі йде додаткова інформація про те, хто і що говорив, на чому наголошував тощо. Типовими матеріалами такого типу є хронікальні звіти парламентських кореспондентів на екрані, в радіоефірі, на сторінках загальнополітичних газет, стислі повідомлення про засідання різних громадських організацій галузевих газет, скажімо, “Літературної України” про засідання президії ради Національної спілки письменників України тощо.

Близьким до хронікального є **прямий інформаційний**, або розгорнутий, **звіт**. Він був характерним для тих часів, коли необхідно було якомога ширше поінформувати, що говорилося на з’їздах чи пленумах керівної партії, сесіях Верховних Рад без будь-якого права втручання журналіста. Такі звіти, зазвичай, готувалися державними інформаційними агентствами з участю і під суворим контролем партійного апарату. Сьогодні такого типу звіти можуть з’являтися у виданнях відповідних партій, скажімо, органів КПУ – газеті “Комуніст”.

Як уже зазначено, дуже популярними були свого часу і досі є прямі трансляції сесій Верховної Ради, сесій обласних рад. Сьогодні **пряму трансляцію** сесійних засідань Верховної Ради здійснює лише перший канал Українського радіо.

У сучасній українській журналістиці домінує **аналітичний звіт**. Він вирізняється більшим чи меншим втручанням автора у хід розповіді, намаганням не просто викласти у хронологічній послідовності інформацію, а відповідно згрупувати, зіставити, оцінити і навіть проаналізувати, критично підійти до викладеного.

Аналітичний звіт прийнято поділяти на **тематичний і проблемний**. У тематичному звіті автор відповідно групує інформацію, зосереджує увагу на головній темі, концентруючи довкола неї інформацію, взяту з різних виступів, із документів. У **проблемному звіті**, який у періодиці трапляється щоразу частіше, на підставі почутого і побаченого, прочитаного, відчутого порушується певна проблема. Іноді для цього використовується додаткова інформація. Робота над таким звітом вимагає від автора ширшої ерудиції, здатності до аналітичного мислення й відповідного авторитету. Це той випадок, коли на інформаційній основі виростає аналітичний гібрид (стосується насамперед інтерв’ю, але й звіт дає такі можливості). Як приклад наведемо проблемний звіт Ганни Дениско “Осінь маразму нашого...”¹ Все, починаючи від назви і до кінцівки матеріалу, засвідчує: семінар у Полтаві і сказане на ньому аналізується, оцінюється гостро і недвозначно.

¹ Дениско Г. Осінь маразму нашого... або Хто прагне заборонити нам, українцям, обирати Президента прямими, чесними, демократичними виборами і з якої причини // Молодь України. – 2003. – 2 жовт.

Газети і сьогодні знаходять ефективні форми безпосереднього викладу інформації, яка йде не стільки від редакції, як від запрошених відомих у країні особистостей. Маємо на увазі насамперед круглі столи аналізу і прогнозування газети “Високий Замок”, а також “прямі лінії”, які системно проводить “Молодь України”.

Однак, без сумніву, найпоширенішим і найчитабельнішим сьогодні жанром є інтерв’ю як видрукуване, передане через Інтернет, так оприлюднене аудіовізуальними ЗМІ. Характерна ознака інтерв’ю – діалогічний характер. Саме слово “інтерв’ю” в науці й журналістській практиці прийнято вживати у двох значеннях: як метод збору інформації у журналістиці та соціології, психології і як жанр журналістики.

Перед пресою постійно стоїть завдання сказати ширшій громаді те, чого вона не знає, не розуміє. І тому інтерв’ю повинно прямо і безпосередньо виконувати саме цю функцію. Журналіст, окрім оперативного поточного інформування про події, має постійно шукати і спонукати розкритися тих людей, які знають більше, вміють робити свою справу краще, ефективніше, ніж інші. Вони, зазвичай, рідко беруться за перо, не рвуться до мікрофона. Допомогти їм поділитися з іншими своїми думками повинен журналіст, і найпершою формою цього процесу спілкування є інтерв’ю.

Інтерв’ю (від англ. *interview* – буквально зустріч, бесіда) – жанр журналістики, розмова журналіста з відомою або просто обізнаною у якійсь справі людиною переважно на значущу тему, призначена для оприлюднення у мас-медіа.

Матеріали, які ми називаємо інтерв’ю, відрізняються між собою не тільки жанровими різновидами, але й за особливостями оприлюднення і формами подачі. Друкована розмова за технологією подання й особливістю сприймання відрізняється від усної розмови на радіо чи особливо тієї, за якою можна стежити з екрана телевізора. Радіо і телебачення несуть додаткову невербальну інформацію, яка закодована у голосі, інтонації, інших звукових чинниках, а на телебаченні і у тому, що прийнято називати зоровим рядом.

Суттєва відмінність між інтерв’ю, яке записується заздалегідь, монтується, та інтерв’ю, яке йде у прямий ефір, або офіційним інтерв’ю із прес-конференції. Та всі ці різновиди об’єднує універсальна ознака – вони будуються на діалозі. Це древня, характерна для європейської культури форма розвитку думки, вчення, що відрізняється від традицій візантійського монологічного мислення. Вона бере початок від Платона, від його знаменитих “Діалогів”. Ніде так, як в інтерв’ю, не виявляється функція журналістики бути виразником не тільки громадської думки, а й демонстрації, репрезентації інтелекту суспільства.

У літературі прийнято розрізняти інтерв'ю-монолог, інтерв'ю-звіт, інтерв'ю-діалог, інтерв'ю-анкету, інтерв'ю-полілог (круглий стіл), інтерв'ю-зарисовку, прес-конференцію. Така класифікація видається суперечливою і невдалою. Можна, звичайно, вести мову про інтерв'ю у формі монологу, коли співрозмовник відповідає на одне запитання. Це власне записана розповідь, інформаційне повідомлення, але інтерв'ю-діалог – нонсенс, якщо брати до уваги визначення суті творів цього жанру як розмови журналіста з кимсь. Інтерв'ю-анкету справді практикують. Це той випадок, коли на заздалегідь підготовані письмові запитання відповідає багато людей. Цей вид інтерв'ю, насправді соціологічного опитування, практикує “Літературна Україна”, інші видання.

Нам видається доцільнішим поділяти інтерв'ю на різновиди за тим завданням, яке вони виконують за призначенням. Із такого погляду всю сукупність творів цього жанру можна поділити на три групи: **оперативно-інформаційні**, **цікаво-розважальні**, **пізнавально-аналітичні**. Головне в оперативно-інформаційному інтерв'ю – оперативність, точність; у цікаво-розважальному – незвичність, гостроцікаво-розважальне начало; у пізнавально-аналітичному – оригінальність, глибина і значущість суджень. Зрозуміло, і тут маємо справу з умовністю і відносністю поділу, бо глибинно-пошукові за змістом розмови теж можуть бути гостроцікавими. Не зазначаємо вже про те, що інтерв'ю, яке ми зараховуємо до інформаційних жанрів, стрімко наближається до сфери журналістської аналітики, навіть художньо-публіцистичного мислення. Це засвідчує практика. Як підтвердження цього – інтерв'ю Богдана Залізняка “Данієля, донька Італії”. У ньому, крім дуже цікавого, публіцистичного цілеспрямованого діалогу з італійкою Даніелью, яка під впливом відомого вченого Оксани Пахльовської студіює українстику, подано висловлювання О. Пахльовської про необхідність утвердження України та її культури в сучасній Європі не словами, а конкретно дією¹.

Сьогодні мало газет, які б не друкували пізнавально-розважальних інтерв'ю з відомими акторами, співаками, модельєрами, письменниками, мандрівниками й іншими знаменитостями. Деякі газети, наприклад, “Бульвар” чи “Суботня пошта”, без цього типу інтерв'ю важко уявити. “Київские ведомости”, “Дзеркало тижня”, “День”, зазвичай, друкують розлогі аналітичні розмови на теми політики, економіки, моралі, культури.

У практиці нерідко трапляються ґрунтовні розмови з цікавими людьми, які умовно називають **інтерв'ю-нарисами**. Це буває у тому випадку, коли мова про певну особу ведеться словами самої особи – героя розповіді. Це порівняно високий рівень журналістського пілота-

¹ Молодь України. – 2003. – 12 серп.

жу. Загальноновизнаним майстром такого інтерв'ю є італійська журналістка Оріанна Фелачі. Талановитим автором інтерв'ю-портретів був Василь П'єсков і багато інших журналістів ХХ ст. Цілих вісім томів інтерв'ю з видатними діячами під назвою "Герои смутного времени" випустив Дмитро Гордон. Протягом багатьох років на сторінках львівської газети "Експрес" друкуються інтерв'ю Богдана Бондаренка із закордонними майстрами культури – знаменитими акторами, режисерами, модельєрами, співаками.

Широкі можливості щодо цього має телебачення. У цьому разі діє такий могутній чинник, як зоровий ряд, точніше, зорове сприйняття людини, її поведінки, інтелектуального і духовного еста. Дуже промовистими були "Монологи" А. Борсюка на каналі "1+1", на каналі УТ-1 "Імена" О. Марченко.

Звичайно, успіх інтерв'юера чималою мірою залежить від самої можливості поспілкуватися з людиною популярною, розумною, до того ж дотепною. Та не менше значення має оволодіння поетикою діалогу, тонкою драматургією інтерв'ю, полемічним мистецтвом. Мають рацію ті дослідники, які вважають, що найкращі зразки інтерв'ю-нарисів є ніби невеликими драматичними творами із своєю зав'язкою, кульмінацією і відповідними висновками. Якщо у них й нема розв'язків порушених конфліктних ситуацій, то намічені можливі версії. У цьому разі автор виступає у ролі не допитувача, як це буває в інформаційних, офіційних інтерв'ю, а зацікавленого співбесідника.

Інтерв'ю-діалог – це розмова на рівних, яку ініціює інтерв'юер. Зрозуміло, для такої розмови журналіст чи людина, яка виступає у ролі інтерв'юера, мусить не просто бути готовим, а й мати відповідний авторитет. Зразком таких діалогів можуть бути публікації Федора Зубанича у газеті "Молодь України", видрукувані у книзі "Діалоги серед літа"¹. Діалогічний принцип лежить в основі телевізійних шоу "Подвійний доказ" та "Я так думаю" на каналі "1+1".

Популярність і перспективність інтерв'ю у всіх його різновидах пояснюється декількома причинами. По-перше, авторитетністю, змістовністю та свіжістю інформації з перших, та би мовити, рук. По-друге, діалогічністю самої форми спілкування двох чи більше осіб, яка лежить в основі європейських культур. По-третє, композиційною розкутістю, вільною будовою. Інтерв'ю за своєю структурою нагадує нічну сорочку, яка не тисне, не сковує тіла.

Дуже широкий жанровий діапазон **репортажу**. Саме це слово прийшло у нашу мову з французької (*reportage*), яке, відповідно, похо-

¹ Зубанич Ф. Діалоги серед літа. – К., 1982.

дить від латинського (*reportage* – повідомляти). Репортаж може означати метод подачі подієвої інформації та поширений жанр. У європейській й особливо американській практиці репортажем називають майже всі жанрові різновиди інформаційного відтворення, від замітки до власне репортажу. Може найбільш диференційовано підходять до визначення репортажу французькі дослідники. Вони наголошують на тому, що його мета донести всі враження від події за допомогою органів відчуття журналіста. Тому цей жанр вважається суб'єктивним, він відображає події, апелюючи саме до відчуттів¹.

У польському словнику літературних термінів репортаж визначається як журналістсько-письменницький жанр, своєрідний звіт про події, які безпосередньо спостерігав автор або був її учасником. Самі журналісти, письменники акцентують на тому, що репортаж повинен поєднувати строгу документальність, об'єктивність відображення, що робить його фактологічно-документальним та яскравим, емоційним, зримим. Репортажність має мало спільного з “могутнім агітатором фактами за комунізм”, як це намагалися втовкмачувати у голови журналістів у тоталітарну епоху.

Можна у загальних рисах прийняти визначення репортажу, дане авторами підручника теорії і практики журналістики: *репортаж* – оперативний жанр преси, радіо, телебачення, в якому динамічно, з документальною точністю, яскраво й емоційно відтворюються картини дійсності у їхньому розвитку через безпосереднє сприйняття автора, що створює враження присутності самого читача, радіослухача, телеглядача на місці події².

Витоки репортажу дослідники шукають у древніх хроніках, літописах, у яких стисло зафіксовані події минулого. Та власне репортаж зародився у XIX ст. на вимоги великої преси Європи, Америки. Наприкінці XIX і на початку XX ст. він активно розвивається в російській пресі, в українській набагато пізніше, зважаючи на утиски українського слова, відсутність українських газет, особливо щоденних. Порівняно активніше нарис розвивається у Галичині, яка із середини XIX ст. належала до зони європейської культури. Зародки репортажу можна відшукати у “Зорі Галицькій”. Повноцінні репортажі друкувалися у “Ділі” й інших щоденних газетах і тижневиках Галичини й Буковини. Зокрема, досить популярними тоді серед читачів були репортажі Романа Голіяна.

У 20-ті роки минулого сторіччя, до запровадження сталінського диктату, помітною була активізація репортажних тенденцій в українській пресі та літературі. Тоді ж з'являється й фоторепортаж. Певна

¹ Техніка репортажу. – К., 2000. – С. 7.

² Теорія і практика радянської журналістики... – С. 172.

заслуга у цьому Василя Блакитного. Активно працювали у цьому оперативному жанрі Борис Антоненко-Давидович, Майкл Йогансен, Микола Трубаїні, Павло Усенко та багато інших.

Репортаж стає переважальним у ЗМІ у часи, насичені ваговими подіями. Війни, державні перевороти, катастрофи, численні конфлікти й екологічні лиха, зокрема Чорнобильське, неминуче породжують помітні творіння репортерів. Репортаж відповідає як загальним вимогам до інформації (новизна, стислість, достовірність, цікавість), так і специфічним вимогам (динамізм, стрімкість викладу, картинність, кінематографізм, ефект присутності репортера, його здатність використати подробиці, деталі).

Репортаж – фабульний, сюжетний твір. І цей сюжет творить саме життя. Як оперативні інформаційні, опубліковані у щоденних газетах, так і солідні художні репортажі фіксують поточні події історії такими, якими їх побачили свідки, їхні учасники. Від їхньої чесності, об'єктивності, мужності, а також літературної досконалості, вправності залежить, якими очима побачать ці події сучасники і наступні покоління громадян. Це засвідчує високу відповідальність репортера.

Своєрідність поезики репортажу в тому, що автор повинен вміти із плетива життєвих обставин і подій сконструювати відповідний конфлікт і послідовний сюжет. Хоч яким би досконалим не було дослідження, вислуховування учасників і свідків подій, на підставі цього не можна одержати цілісної картини. Автор сам повинен створити причиново-наслідкову картину подій, стежити за тим, щоб лінія його розповіді ні на йоту не відхилялася від відомих йому фактів. Відомий майстер репортажу Егон Ервін Кіш називав це “логічною фантазією” репортера¹.

Наслідуючи логіку житейську, репортер буде сюжет із його складовими елементами від зав'язки до перипетій і розв'язки. В оперативному репортажі далеко не завжди буває розв'язка. Автор подає на суд громадськості свої спостереження, коли події продовжуються і передбачити розв'язку ще ніхто не в силах. Такими були, наприклад, оперативні репортажі “Комсомольской правды в Украине” з вулиці Мельникова під час відомої драми із заручниками в Москві. Автори намагалися розгорнути сюжет трагедії у вигляді послідовних актів спектаклю “Норд-Ост”². Трагічної розв'язки глядачі ще очікували...

Технологічно репортаж може будуватися як особисті враження, на підставі побаченого, які, зазвичай, доповнюються розмовами, судженнями й оцінками інших людей. Такий, наприклад, репортаж Наталії

¹ Кіш Э. Э. Репортажи. – М., 1964. – С. 20–21.

² Комсомольская правда в Украине. – 2002. – 25 окт.

Кондратенко “Чечня”. Скориставшись правами кореспондента ГРТ, авторка, яку важко запідозрити в антипатіях до Росії, спромоглася вислизнути з-під інформаційного контролю і видати у газеті “День”¹, а не на рідному телевізійному каналі, може, мимоволі правдивий, як нам здається, репортаж про цю трагічну точку на Землі.

Бувають випадки, коли журналіст не був і не міг бути очевидцем подій, які хоче образно, динамічно, по-репортерськи випукло відтворити і передати сучасникам чи нащадкам. Тоді репортер веде дослідницьку роботу, користуючись найрізноманітнішими джерелами. Про цей метод так висловився відомий західноєвропейський репортер і теоретик так званої “нової журналістики”: “Кожну подію треба зображувати так, щоб вона захоплювала, широко використовуючи факти. Ця подія повинна бути виразно конкретною чи символічною і емоційно вбудована більшою мірою, ніж раніше...”² Такими були кращі репортажі українських журналістів і письменників про Чорнобильську трагедію, зокрема і самотутня та чесна документальна книга Юрія Щербака “Чорнобиль”.

Характерний для репортажу динамізм досягається двома способами. Перший, найбажаніший, коли рухається сам об’єкт дослідження. Другий, складніший, коли, умовно кажучи, об’єкт не може рухатися, але у динамічному стані сам автор. Як приклад – репортаж Володимира Денисенка “Прогулянки Києвом разом з Ларисою Скорик”³. Помітного і природного динамізму досягає автор, заздалегідь плануючи участь у тій чи іншій акції через приховану чи погоджену участь у ній. Досить часто подібного типу репортажі з’являються у газеті “Високий Замок”, які є результатом праці молодого журналіста Дмитра Синяка. Він час від часу виступає то як клієнт медвितверезника, то продавець чи торгівець на ринку в Польщі, або прикордонник чи просто співробітник міліцейської патрульної служби.

Широкий діапазон різновидів репортажу прийнято поділяти на подієві (прямі і непрямі) або інформаційні, коли автор відтворює певні події властивими для цього методу відображення методами опису фактів і особливо подій. Так званий **проблемний репортаж** охоплює виділення нерозв’язаних питань, процесів. Такий репортаж може містити критику, полеміку. Об’єктивне критичне відображення дійсності є передумовою для її зміни, але не самою зміною. Подані факти і розгортані описаних подій мають лише сприяти цьому процесу.

Художній репортажі у літературній практиці нерідко називаються документальними повістями, документальними розповідями, художніми

¹ Кондратюк Н. Чечня // День. – 2002. – 26 лип.

² Цит. за: Методичні поради до роботи над репортажем (за матеріалами книги Й. Бех-Карлсена “Бути свідком: репортаж як метод і жанр”). – Львів, 1993. – С. 53.

³ День. – 2002. – 1, 2 жовт.

нарисами. Ця сфера художньої журналістики давно стала предметом дослідження літературознавців¹.

Сплеск документальної прози був спричинений незадоволенням літератури її відірваністю від реалій життя. У 60-ті роки минулого сторіччя ця творчість із легкої руки американських літераторів була йменована “новим журналізмом”, увібравши найкращі риси репортажу. Її принцип – максимум правдивості не тільки щодо самого змісту, але й у всіх деталях розповіді, послідовності у документальності побудови окремих сцен, точності деталей, природності діалогів тощо.

Що ж стосується характерних особливостей журналістського репортажу, то він зазнав чималих трансформацій щодо самого характеру та “місця постійного дислокування”. Це зумовлено такими потужними чинниками ХХ ст., як виникнення і широкомасштабне функціонування радіо й особливо телебачення, а останнім часом ще й такого супероперативного засобу комунікації, як Інтернет. Репортаж із щоденної газети великою мірою перемістився на радіо і телебачення. Це пояснюється їхньою вищою оперативністю, а також суттєвим збільшенням інформаційної насиченості завдяки звуковому та зоровому чинникам. В електронному різновиді репортажу порівняно з друкованим з’явилося ніби дві додаткові швидкості: звучання з усіма його багатими нюансами і зображення з його різноманіттям кольорів і відтінків. Це велика перевага радіо і телебачення у сфері подієвої інформації².

Відповідно друкований і переданий за допомогою радіо і телебачення репортаж мають свої специфічні властивості, але в їхній основі спільний принцип зображення: динамічне відтворення, а у прямих репортажах – синхронний показ актуальної події, швидкість зміни картин – “кінематографічність”, увага до деталі, відповідний ритм розповіді, різноманітні способи зацікавлення аудиторії, вияв авторського “я”. Все це вимагає доброї підготовки, чесності й мужності, досвіду, літературної вправності й організаційних зусиль.

Питання для обговорення

1. Традиційні й сучасні підходи до інформаційних жанрів.
2. Замітка як найпопулярніший жанр журналістики.
3. Звіт і його особливості.
4. Інтерв’ю як жанр у сучасних мас-медіа.
5. Репортаж, його природа і поетика.

¹ Див.: *Здоровега В.* Збагнути день суцый...

² Про це детальніше див.: *Лизанчук В.* Радіожурналістика. – Львів, 2001; *Дмитровський З.* Телевізійна інформація: теорія і практика. – Львів, 2002.

Список літератури

- Гід журналіста. – К., 1999.
Дмитровський З. Телевізійна інформація: теорія і практика. – Львів, 2002.
Еверетт Д. Учбовий посібник репортера. – К., 1999.
Техніка інтерв'ю. – К., 2002.

13.3. Методика роботи

Щоб матеріал будь-якого жанру і виду був написаний добірно, професійно, крім природних здібностей людини, потрібне знання предмета відображення і методики роботи. Методика роботи виробляється у процесі практики і звично передається по вертикалі й горизонталі, тобто від старшого до молодшого, між колегами по редакції, у процесі міжредакційного і міжвидового спілкування, а сьогодні ще й спілкування міжнаціонального. Сучасний український журналіст більшою мірою, ніж його попередники, має можливість засвоювати досвід своїх колег. Це має важливе значення у тих сферах журналістського ремесла, у яких, зважаючи на історичні причини, досвід європейських і американських колег багатший. Такою є, зокрема, новинна журналістика.

Розглянемо певні загальні методичні засади і методику роботи над тим чи іншим жанром. Ведучи мову про інформаційне відтворення, зосередимо увагу на загальних вимогах до нього. Майже всі відомі закордонні й українські журналісти наголошують на тому, що саме достовірність і нейтральна подача новин є пріоритетними в умовах широкої можливості вибору між різними каналами і різними авторами. “Достовірність відправника і його наміри відіграватимуть ще важливішу роль у новій медіальній обстановці... Довір'я заслуговує той, хто займає важливу позицію і присвячує себе журналістиці, а не PR (служби зв'язку з громадськістю) або пропаганді, – зазначає Ерік Фіхтеліус. – Нейтральне ставлення до наслідків публікації також має певне значення. Передача новин – це щось інше, ніж лише розповсюдження інформації з метою продати і переконати у правильності своєї думки. Чітка демаркація між журналістикою та іншими формами розповсюдження новин будуть відігравати вирішальну роль у виробленні довір'я до нас аудиторії. Реклама і PR мають право на існування, але не повинні змішуватись із журналістикою”¹.

Децо з іншого боку підходить до цього методичного питання Лариса Івшина, редактор газети “День”. Як журналіста, організатора ре-

¹ Фіхтеліус Е. Десять заповідей журналістики... – С. 150.

дакційного процесу, її турбує реакція людей на ЗМІ, бо інформації як такої немає або її дуже мало для майже 50-мільйонної країни. Вона справедливо критикує наші мас-медіа за відсутність первинної інформації, отже, самі методичні підходи до неї: "Люди чекають інформації про життя держави – дайте її. Вже потім йдуть версії, тлумачення, коментарі фахівців, експертів, спеціалістів, а лише після них особиста думка журналіста, який може точно сперечатися з фахівцями"¹.

Одна з причин цього недоліку – в недосконалому законів про інформацію і вільного доступу до неї журналістів, а також невміння її здобувати. Світовий досвід журналістики вчить необхідності розмовляти з якомога більшою кількістю людей і ознайомлюватися з якомога більшою кількістю документів. Фахівці радять журналістам виявляти більше скептицизму. Інакше репортер втратить довіру читачів і довіру самих джерел інформації.

Виюкремимо загальні поради, що стосуються насамперед роботи репортера. Передусім це порада щоранку телефонувати джерелам інформації, щоб дізнатися про новини дня. Важливе значення має налагодження добрих стосунків із людьми, які працюють у галузі, що цікавить журналіста. На жаль, спеціалізацію можуть дозволити собі лише солідні редакції. Більшість журналістів, особливо у місцевих мас-медіа, багатостататники, а тому коло їхніх знайомств має бути широким.

Універсальна порада – читати все, що цікавить репортера. Дуже важливо для молодого журналіста навчитися читати поміж рядків і помічати, хто і скільки згадується в офіційних матеріалах, хто і біля кого стоїть на прийомі чи церемонії тощо. Мабуть, сучасному журналістові не треба радити ознайомлюватися з інформацією на різних сайтах Інтернету. Він це і сам знає. На підставі прочитаного і почутого необхідно вловлювати тенденції розвитку подій у тій чи іншій сфері життя. Надавати перевагу насамперед точності й неупередженості.

Серед багатьох інших порад авторитетних спеціалістів така: "Репортери повинні регулярно змінювати свою спеціалізацію. Це дає впевненість, що репортер збереже свіжий погляд і не наблизиться до галузі і до джерел, про які пише"².

Специфічних підходів потребує підготовка матеріалів різних жанрів інформаційного відтворення. Робота над заміткою особливого підходу не потребує. Якось один журналіст-дотепник сказав: "Коли на запитання, що робиш, мені відповідають "працюю над заміткою", я одразу розумію, що це не журналіст. Над заміткою не треба працювати. Замітку треба

¹ Редактор (навчальна газета Інституту журналістики). – 2002.

² *Експерт Д.* Учбовий посібник репортера... – С. 4–5.

написати". Це не означає, звичайно, що оце "написати" не містить у мініатюрі ті компоненти розумової діяльності, які передують появі будь-якого виступу: виникнення задуму, перевірка достовірності факту, словесне втілення суті події. Однак все це відбувається в один момент, миттєво. Зосереджувати увагу ще раз і ще раз треба на ретельній перевірці достовірності самого факту – первісної клітини всієї новинної журналістики.

Готуючи звіт, слід дотримуватися певних методичних вимог. Найперше, одержавши завдання редакції чи задумавши самостійно написати звіт, журналіст повинен виконати певну попередню роботу. Продумуючи концепцію майбутнього виступу, необхідно, крім вивчення самої суті питання, ознайомитися з певними документами: програмою заходу, проектами документів, прес-релізами, іншими письмовими джерелами. У разі відсутності документів і джерел треба зв'язатися з організаторами запланованого мітингу, віче, конференції, з'їзду, сесії, саміту тощо. Це важливо для радіожурналіста й особливо тележурналіста, які заздалегідь, іноді спільно з режисером, повинні вирішити, що і як записувати.

Програми й інші письмові матеріали містять, зазвичай, точну і цінну для журналіста інформацію: імена і прізвища організаторів, доповідачів, назви заходу, теми виступів, і, звичайно, такі важливі відомості, як місце, час, тривалість заходу, а іноді й інші дані. За відсутності інформаційних документів доцільно зв'язатися із прес-службою чи організаторами – керівниками установи, яка проводить захід.

Досвідчений журналіст, перебуваючи у залі чи на площі, намагається задати певні запитання учасникам засідання, записати їх, щоб потім використати як додаткову інформацію. Практика засвідчує, що рідко який журналіст має можливість та й конечну потребу сидіти на конференції, з'їзді, симпозіумі, як кажуть, від дзвінка до дзвінка. Далеко не завжди вони заслуговують на таку увагу. Журналіст може подавати інформацію за програмою. Однак події можуть розвиватися дещо по-іншому, ніж передбачалося і планувалося. Тому після завершення заходу варто уточнити найважливіші моменти, щоб не допустити прикрих помилок, які трапляються не так уже й рідко.

Про методику підготовки і проведення інтерв'ю написані цілі книжки (див. розд. 7). Нагадаємо, що процес підготовки до інтерв'ю прийнято умовно поділяти на загальну, спеціальну і психологічну частини. Важливе значення має ерудиція і досвід журналіста, безпосередня робота перед конкретним інтерв'ю, а також з'ясування технічних питань і врахування психологічних якостей співрозмовника, тактика поведінки із

знаменитістю. Богдан Бондаренко, автор сотень інтерв'ю з відомими європейськими діячами культури, розповідає про те, як старанно і довго, місяцями і навіть роками він готується до своїх зустрічей із зірками кіно, продюсерами, майстрами-модельєрами. Він полонить їх не тільки своєю напористістю і делікатністю, але й досконалим знанням їхнього життя, уподобань, звичок.

Вони, здебільшого, розкриваються перед журналістом із невідомою або дуже мало відомою їм країни. Дуже часто інтерв'ю тривають довше від визначеного часу, бо знамениті професіонали бачать перед собою сумлінного журналіста-фахівця. Однак у повсякденній журналістській практиці репортер не може дозволити собі таку розкіш. Усе відбувається у високому темпі, за постійного дефіциту часу. І за цих умов свої розмови з людьми треба продумувати, оперативно знаходячи інформацію через колег, користуючись телефоном, комп'ютером та іншими засобами комунікації.

Які ж методичні поради до проведення інтерв'ю дають закордонні фахівці? Якщо бути дуже лаконічним, то, виходячи з методологічних настанов, вони радять дотримуватися приблизно такої схеми. Передусім, як зазначено вище, вибрати об'єкт і тему розмови. Відтак вивчити можливі й потрібні у цьому випадку документи, налагодити контакти з майбутнім співрозмовником і розробити питання. Під час розмови намагатися викликати довіру того, з ким спілкуєшся, вміти захопити, розумно втягнути у розмову і вчасно її закінчити. Здебільшого радять останні п'ять хвилин відвести для розмови не для друку. Останній етап – процес написання, його форма, візування та оприлюднення¹.

Вважаючи суттєвими всі елементи підготовки і проведення інтерв'ю, акцентуємо на кількох моментах. Насамперед – це якість підготованих запитань. Стало вже банальним твердження, що на нерозумні запитання відповіді будуть такі ж нерозумні. Нема нічого згубнішого для журналіста-початківця, як постановка таких загальних запитань, як: “Що у вас нового?”, “Як ідуть справи?”, “Що сьогодні найголовніше?” Відповідь на них здебільшого неоднозначна: “Так” або “Ні”, що зазвичай не несе ніякої інформації. Неякісна підготовка запитань – результат некомпетентності, лінивства, незнання психології співрозмовника. “Добрі запитання, – наголошує Ерік Фіхтеліус, – це продумані, короткі, точні і прості запитання. Часто прекрасним висхідним пунктом у їх постановці є допитливість самого репортера – ось що мені хотілось би дізнатися, це може бути цікавим для моїх слухачів, глядачів, читачів”².

¹ Техніка інтерв'ю. – К., 2000. – С. 31.

² Фіхтеліус Е. Десять заповідей журналістики... – С. 66.

Особливо винахідливим треба бути у розмові з колоритними людьми, знати характер співрозмовника. Свого часу “Високий Замок” надрукував інтерв’ю з Іваном Плющем під традиційною рубрикою “Тет-а-тет” із підзаголовком “Найколоритніший політик”. Журналістка Тетяна Вергелес зуміла так розговорити співрозмовника, що він почав видавати тільки йому властиві афоризми, а саме: “І таке молоть! І що ти мелеш, коли ти не соображаєш”¹. А на нагаданий журналісткою факт про вхідження Плюща у так звану більшість, коли він навіть не подавав туди заяви, відповідь була така: “Якесь больне мене туди записало...”

Одне з дискусійних питань – візування, тобто погодження тексту з інтерв’ююваним його підписом. Як в інших країнах, так і в нас, немає єдиного погляду щодо цього. З одного боку, журналіст спокійніший, коли інтерв’ю завізоване. З іншого, виникає низка труднощів. Насамперед, журналіст не завжди має змогу погодити текст розмови, зважаючи на брак часу як у репортера, так і в інтерв’ююваного. Візування часто перетворюється на самоцензурування. Як свідчить досвід, людина може сказати щось гостро і догепно, а потім, охоловши, все це викреслить. Інтерв’ю перестане бути цікавим, хоч заборонити виправлення редакція не може. Немає ні можливості, ні потреби візувати записи розмови на прес-конференції, хоч тут теж можливі ймовірні неточності.

Зате часто є потреба візування інтерв’ю з ученими, дослідниками, коли йдеться про складні тексти, незрозумілі слова. Тут журналіст сам повинен бути зацікавленим у погодженні, перевірці тексту. Принаймні треба погодити попередній запис або зажадати пояснень. За наявності в інтерв’ю коментарів, висловлювань інших людей на погодження дають лише слова інтерв’ююваного. Отже, треба орієнтуватися в обстановці та діяти відповідно до ситуації.

Якщо під час роботи над інтерв’ю журналіст змушений звертати увагу на кваліфіковане проведення розмови, то робота над репортажем, зокрема і компоновання діалогів як частини його структури, передбачає продумування багатьох інших моментів. І тут треба вирізняти роботу над оперативним репортажем, коли автор йде за реальними подіями, схоплюючи певні миті реальності, і продумування репортажу – дослідження певної події. У процесі дослідження певної події автор не може обійтися без концепції твору. Такий репортаж, зазвичай, заздалегідь планується, продумується.

Підготовка репортажу, зокрема телевізійного, дуже важливий етап. “Тут не потрібно спонтанно реагувати на події чи оперативно шукати

¹ Високий Замок. – 2002. – 10 жовт.

головний момент. Можна спокійно планувати пошуки інформації та розробляти план зйомок, щоб якнайбільш вдало подати матеріал”¹.

І друкований, і радієний репортаж потребують попереднього бачення задуманого виступу. Не варто думати, що досить побувати на місці події й там одразу все вирішиться, а за столом легко напишеться. Написанню доброго репортажу має передувати певна попередня робота. Відсутність у періодиці добротних репортажів пояснюється й тим, що у нинішніх журналістів немає ні достатнього часу, ні терпіння, ні належного досвіду. Поспіх, неухважність спричиняють поверховість. Про складні життєві процеси сучасна людина дізнається головно з коротеньких телевізійних сюжетів, які супроводжуються словесною скоромовкою без особливого заглиблення в суть часом справді важливих подій.

Щоб підготувати добротний репортаж, необхідно проникнути у роботу і турботи інших людей, або, говорячи шаблонно, досліджувати життя. Його можна вивчати, коли журналіст знає, що в ньому шукати, яку головну тему розробляти. У цьому авторові допоможе концепція, можлива версія твору. Ще до виходу на об’єкт журналіст повинен продумувати “точку спостереження” за подіями, коло співрозмовників, порадників і консультантів. Радіожурналіст повинен визначити місце розташування мікрофонів, записати потрібні шуми. Телевізійний репортаж загалом неможливо зробити без координації з оператором тощо.

Попереднє бачення майбутнього виступу дасть змогу авторові не тільки компоувати структуру репортажу, але й знаходити “в натурі” подробиці, деталі, окремі вузли майбутнього твору, визначити можливий рух, розкручування сюжету, окремі сюжетні ходи. Досвідчені західні репортери, які звикли до швидких темпів роботи, радять із метою випередження, прискорення уже на місці події писати окремі абзаци, фрагменти майбутнього репортажу. Тоді процес написання скоротиться.

Заслугує уваги поведінка і методика праці репортера, який “змінює професію”, застосовуючи “метод маски”. Йдеться про так званий рольовий репортаж. Мода на такі репортажі то спалахує, то затихає. Досі не визначені правові рамки такої праці, точніше немає законних підстав для зміни професії журналістом і видавання себе не за того, ким ти є насправді. Така зміна обличчя може тривати кілька годин, день – три, а може затягтися на роки. Легендою ХХ ст. став ні-

¹ Білоус О., Темех Н. Методичні поради молодим телевізійним репортерам і операторам //

мецький журналіст і письменник Гюнтер Вальраф, автор скандальних викривальних книг, про якого ми зазначали вище. Він роками перетілювався то в турецького заробітчанина, то у змовника – торгівця зброєю. У результаті останньої операції йому вдалося розкрити змову португальського полковника Спіноли.

Робота під маскою вимагає дотримання якщо не закону, бо такого не існує, то хоча б елементарних етичних норм. Вдаватися до нечесних методів здобування правди заради істини рівносильне ходінню лезом бритви або балансуванню на ливні без страховки.

Та над яким би видом репортажу не працював журналіст, у який би спосіб не збирав інформацію, він повинен наперед продумати структуру майбутнього виступу, добре орієнтуватися у тому, що буде потрібно для майбутнього твору. **“Нотувати, нотувати, нотувати, – радить один із наставників молодих репортерів, – фіксуйте щонайбільше деталей, які вам допоможуть потім відтворити атмосферу події.**

Але репортаж, перевантажений зайвими деталями й подробицями, також буде невдалим. Порівняно з усіма іншими газетними жанрами, репортаж є найближчим за методами роботи до кіномистецтва й телебачення. Виїжджаючи на збір матеріалу, уявіть себе з телекамерою. Повернувшись до редакції, треба буде змонтувати сюжет. Як на ТБ чи в кіно. Максимально уникаючи коментарів та висновків”¹.

Питання для обговорення

1. Специфіка інформаційного відтворення.
2. Замітка й найсуттєвіші вимоги до неї.
3. Методика роботи у процесі підготовки звіту.
4. Інтерв'ю та широкий діапазон його використання у сучасних мас-медіа.
5. Поетика репортажу і специфіка підготовки.
6. Методичні вимоги до способів інформаційного відтворення в журналістиці.

Список літератури

Бочковський О., Сірополко С. Українська журналістика на тлі доби. – Мюнхен, 1993. – С. 82–84.

Гід журналіста. – К., 1999.

Москаленко А. З., Лизанчук В. В., Качкан В. А. Методичні вказівки до вивчення теми “Інформаційні жанри газети”. – К., 1990. – С. 5–22, 23–45.

Теорія і практика радянської журналістики. – Львів, 1989. – С. 114–181.

Техніка інтерв'ю. – К., 2000.

14. АНАЛІТИЧНІ МЕТОДИ В ЖУРНАЛІСТИЦІ

14.1. Природа і специфіка журналістського аналізу

Журналістська аналітика – широке, складне і суперечливе явище. Будь-яке відображення не може обійтись без вичленування, виділення, відбору певних явищ, а це вже початок аналізу. Він передусе будь-якому мислительному процесу. Мислення фактами, яке домінує у новинній журналістиці, не означає відсутності аналітичного начала. І навпаки, понятійне мислення у журналістиці, на відміну від понятійно-теоретичного, суто наукового, як правило, предметне, фактологічне. Як ми зазначали, поділ журналістських текстів за способами відтворення дійсності, за відповідними жанровими групами та їх модифікаціями дуже умовний; віднесення репортажу чи інтерв'ю до інформаційно-новинних жанрів не позбавляє їхніх авторів по змозі давати предметний аналіз тих чи інших явищ і процесів. Досить умовно виділяючи в окремому групі аналітичні методи відображення в журналістиці, не можна не зважати на те, що цей аналітичний метод своєрідно модифікується у художньо-публіцистичних жанрах, які традиційно прийнято, і не без підстав, розглядати окремо.

Слово “аналіз” грецького походження і у буквальному перекладі означає розкладання, розчленування. Аналізом називають процес мисленнєвого, а також частково реального розчленування предмета, явища (зокрема і відношення між предметами) на частини, з метою ліпшого, детальнішого їх розгляду. Протилежний аналізу синтез, тобто поєднання різних елементів, сторін, предметів, явищ у єдине ціле, систему. Аналіз і синтез здійснюються як у практичній діяльності, так і у процесі пізнання. Вони є найпоширенішими методами пізнання, які застосовує людина для проникнення у сутність речей і явищ. Наукові дослідження і повсякденна практика засвідчують, що аналіз і синтез у своїх елементарних проявах визначають поведінку високорозвинених тварин і у технічному плані використовуються у програмах ЕОМ і штучних технічних системах.

Журналістика і журналісти, а точніше вся сукупність автури текстів чи система дискурсів, переданих мас-медіа текстів, не можуть не підлягати загальноприйнятим законам людського мислення. Цим займається логіка, яку визначають як науку про закони й операції пра-

вильного мислення. Вона засвоюється у процесі самої життєвої практики. Найголовніші, неписані її правила засвоюються з дитинства разом із мовою. “Засвоєння мови, – як наголошують дослідники, – виявляється одночасно із засвоєнням загальнолюдських, не залежних від конкретних мов логіки. Без неї, як і без граматики, неможливе, по суті, володіння мовою”¹. Ми переконані, що логіка мислення залежить насамперед від природних даних людини і формується у процесі загального навчання і практики. Засвоєння, навіть сумлінне, університетського курсу формальної логіки не є вирішальним, у чому легко переконаються і студенти, і педагоги. Є такі види людської діяльності, які потребують не тільки природних навичок логічного мислення, але й спеціального вивчення логіки та її законів. Йдеться про тих, хто не тільки сам мусить логічно мислити і доказово говорити та писати, але й вміти знаходити і пояснити іншим помилки у процесі мислення, доведення і суперечки. Такими знаннями насамперед повинен володіти вчений, юрист і, звичайно, журналіст. Предметом їх вивчення є не тільки ті чи інші аспекти самого життя, але й оцінки висловлювань і суджень інших про життєві реалії.

Мета, функції аналізу і відповідно аналітичних жанрів мас-медіа загалом очевидні. Вони покликані не просто повідомляти про те, що, коли, де відбулося і як, а обов'язково спробувати, по можливості, відповісти на запитання, чому так сталося, які причини і наслідки події чи явища, що треба чекати і чого бажано уникнути у тому чи іншому процесі тощо. Отже, повідомляючи про вагоме й актуальне, аналітик не зупиняється на описі чи тлумаченні, як репортер, а прагне з'ясувати суть явища, процесу. Для цього він може і часто користується уже повідомленою іншими інформацією. У цьому головна, помітна, як кажуть, неозброєним оком відмінність між новинною та аналітичною журналістикою, публіцистикою у широкому значенні слова. Внутрішньо вони відрізняються ступенем проникнення у суть явища. У новинній журналістиці події та явища переважно називаються, у публіцистиці – анатуються. Навчені глибоким досвідом можливих спекуляцій і свідомого обману, неправильністю чи застарілістю, задогматизованістю різних теорій та політичних, навіть філософських, концепцій суспільство, критично глибокодумна громада з певною підозрою, упередженістю ставляться до аналітичних матеріалів газет, журналів. Не кажемо вже про те, що багато таких публікацій просто є незрозумілими, недоступними для великої частини читачької, слухачької аудиторії.

Людина схильна вірити у просте й очевидне. А саме такою є подієва інформація. У генетичній пам'яті сучасників ще жива традиція ві-

¹ *Іван А.* Логіка для журналістів. – М., 2002. – С. 11.

рити у факти, а не судження. Старше покоління наших громадян та її представників діаспори ще пам'ятають, як уважно читалися різні статті й памфлети, спрямовані проти українських буржуазних націоналістів, сіоністів, уніатів, та всякі відступи від єдино правильного вчення марксизму-ленінізму, щоб, як родзинки з паски, видзьобувати окремі факти та прізвища і на їхній підставі укласти свої уявлення й картини, домальовуючи відсутнє уявою, інтуїцією, зрештою, бажанням.

І якщо аналітичний матеріал справді містить більший елемент суб'єктивного й оціночного, а також і більшу можливість маніпуляції свідомістю, це не означає, що від аналітичної інформації у мас-медіа треба відмовитися. Навпаки, сучасним ЗМІ дуже бракує не тільки всебічної об'єктивної подієвої інформації, але й не менше глибоких, кваліфікованих аналітичних публікацій. Крім того, лише шляхом складного аналітичного мислення можна допомогти реципієнтам наблизитися до розуміння того, що відбувається у світі, країні, регіоні. Тому ми не повинні некритично сприймати скептичні зауваження, зокрема багатьох західних журналістів і навіть теоретиків, щодо аналітичних можливостей сучасної журналістики. Звичайно, для різних видів і типів мас-медіа різним буває співвідношення окремих потоків журналістської інформації. Однак існують і певні національні аналітичні традиції журналістики, домінування в ній певних типів видань чи передач.

Журналістика як цілісність і особливо її аналітичне крило вимагає від її працівників певних навичок аналітичного мислення. Ми не маємо змоги і потреби викладати тут наукові основи людського мислення, теорію аналізу і синтезу, процес утворення понять. Цим займаються теорія пізнання, логіка. Тому, відсилаючи читача до відповідної літератури¹, звернемо увагу на найелементарніші основи логіки мислення.

Будь-яка людина користується міркуваннями, тобто вдається до такого розумового процесу, під час якого на підставі вже наявних знань здобувають нові знання. Сам процес мислення охоплює аналіз даних в уявленні предметів – розкладання їх на окремі ознаки, виявлення їхнього зв'язку з іншими предметами. Синтез – відтворення предметів і явищ, розчленованих у процесі аналізу за окремими ознаками, подання їх як системи виділених властивостей і відношень. У цьому мисленнєвому процесі не обійтися без порівняння (виявлення подібностей і відмінностей між предметами) й узагальнення (об'єднання предметів за їхніми подібними рисами). Аналіз неможливий без такого складного мисленого акту, як абстрагування, тобто формування образів реальності (уявлень, понять, суджень) шляхом відволікання від багатьох ознак пред-

¹ Детальніше див.: *Войшицтво Е. К.* Понятіє как форма мышления. – М., 1989; *Іван А. А.* Логіка для журналістів. – М., 2002; *Хоменко І. В.* Логіка – юристам...

мета і зосередження уваги на найсуттєвішій, яка єднає багато подібних предметів, або, виокремлюючи певні ознаки предмета, ми ігноруємо всі інші як несуттєві. Так виникають такі загальні поняття, як стіл взагалі, людина взагалі, книга взагалі тощо.

Один із парадоксів людського мислення, журналістського зокрема, полягає в тому, що найпереконливішим, найдостовірнішим нам видається зрине, відчутне, предметне. Тому інформаційні повідомлення, а тим паче підтверджені відповідними картинками, як на екрані загального улюбленця народних мас – телевізора, ми сприймаємо легко, засвоюємо без будь-яких зусиль і напруження. Та, зважаючи на зовнішню достовірність, за допомогою подієвої інформації ми пізнаємо переважно те, що лежить на поверхні. Аналіз, тобто членування цілісного, руйнує цю очевидність, зримість. Проникнення у сутність явища, предмета містить елемент суб'єктивного, якусь частку фантазії, відхід від нібито зрозумілої конкретики. Великий дар людського пізнання, творчі здібності людини полягають у тому, що через суб'єктивне вона здатна пізнати об'єктивне. Зрозуміло, у тому випадку, коли наше мислення правильне, неупереджене, а мета пізнання чесна.

Кілька взятих із практики різних за характером, масштабами узагальнення, рівнем достовірності й об'єктивності прикладів. Про місце і долю Європи міркує відомий англійський історик Норман Дейвіс у статті "Місце для Європи"¹. Об'єктивність, сміливість, широта узагальнення, тонке проникнення у реальність сучасного життя після відомого терористичного акту 11 вересня 2001 року не можуть не вражати. Це справді високий зразок аналітичної політичної прози. Стаття "Утома металу"² відомого аналітика, президента центру Разумкова Анатолія Гриценка присвячена аналізу стану громадської думки після відомих весняних подій 2002 року в Україні. Висновки автора про те, що "народ розумніший, ніж про нього думають політики, та й власне – розумніший за самих політиків", що "люди не все розуміють, але у важливих питаннях здатні вирізнити правду в потоці брехні", що понад 52–54% дорослого населення України не підтримують владу, не вірять їй, ґрунтуються на даних кваліфікованого соціологічного опитування, а тому їх не можна спростувати. На цьому тлі цілком неспроможними видаються потуги Сергія Кічигіна, який у редактованій ним газеті "2000" у статті "Хто все-таки переміг на виборах"³ пробує довести, що на виборах до Верховної Ради України у березні 2002 року перемогли не демократичні, як у цьому переконалась українська і міжнародна громадськість, а проурядові

¹ Високий Замок. – 2002. – 11 лип.

² Дзеркало тижня. – 2002. – 28 верес.

³ 2000. – 2002. – 12 апр.

політичні сили. Авторів не зробиш закид у літературній вправності, вмінні жонглювати окремими фактами й епізодами, посилаючись на зарубіжний досвід, але здатність, намагання будь-що виконати поставлене завдання всупереч очевидним фактам, якась патологічна ненависть до тієї ж “Нашої України” не можуть не викликати спротиву тьмушого читача. Не допомагають і дотепи, зокрема, виборці, мовляв, обрали собі за дружин представників влади. “А на роль “коханки” запросили нашу темпераментну опозицію”. І писалося це тоді, коли провладна агентура поспішно скуповувала мажоритарників для створення так званої більшості. Ці загальні, досить складні процеси пізнання людиною реальності так чи інакше виявляються у повсякденній практиці, коли людина керується не так відкритими наукою законами, як самою логікою буття. Більш осмислено, усвідомлено ними послуговується вчений. У чому своєрідність аналізу в журналістиці? Звичайно, не тільки для новинної, але й для аналітичної журналістики характерною є оперативність. Вона теж відгукується на злобу дня, повинна своєчасно реагувати на події. У мас-медіа не обійтися без поспіху, без прагнення вчасно порушити актуальне питання. Сам плін життя не дає права розслаблюватися не тільки репортерам, але й коментаторам, оглядачам, ведучим аналітичних програм. Інша річ, що вимір оперативності дещо інший, ніж у подачі новин. З цим тісно пов’язана неповнота інформації. На відміну від ученого, який усе ж таки має можливість зібрати достатню кількість фактів, які встигли уже “влягтися”, “відстоятися”, аналітик-журналіст має справу, зазвичай, із живими фактами, із явищами, які ще матимуть продовження. У цьому перша складність журналістики, публіцистики зокрема. Автор сьогодні має дати відповідь на питання, що відбувається сьогодні, що буде завтра, через місяць і рік.

Звідси випливає очевидне: журналістська аналітика вимагає більшої, порівняно з репортерським відтворенням, компетентності, вміння проникати у сутність, а не лише зовнішнього переліку фактів, критично мислити, прогнозувати, спростовувати, заперечувати. А це дається не тільки навчанням, а життєвим досвідом, повсякденною практикою.

Ще одна відмінність методів відображення у самій методиці роботи. Репортер, здебільшого, працює самотужки. Він намагається почути, побачити, зрозуміти, щоб повідомити, розповісти, показати. Репортер іде до людей переважно за фактами, подією інформацією. Журналіст, який зайнятий переважно аналізом, йде до людей за думкою. Сказане ним стисло, лаконічне – це не рідко переосмислений широкий масив думок інших, компетентних людей. Він шукає людей, які не тільки володіють певним обсягом достовірної інформації, а вмінють продуктивно, небанально мислити.

Звичайно, журналісти, які висвітлюють ті чи інші питання у газетах, особливо у тижневиках, журналах, в аналітичних програмах телебачення і радіо повинні бути компетентними людьми. То вже інше питання, як вони ці знання набувають – університетськими студіями чи шляхом самоосвіти, практичним досвідом у тій чи іншій сфері людської діяльності чи участю в науково-дослідній праці, переходом у журналістику з бізнесу чи політики тощо. Хоч нам, особливо у регіонах, бракує таких професіоналів, авторитетних для ширшої аудиторії публіцистів. У мас-медіа України активно працюють Є. Сверстюк, С. Колесник, І. Бокій, Ю. Винничук, С. Грабовський, Ю. Мостова, С. Рахманін, А. Борсюк, О. Герасим'юк, В. Портников, Н. Балюк та багато інших популярних журналістів.

І хоч дехто з гострих на язик полемістів заявляє, що великі журналісти, ставши редакторами, вмирають, бо перестають писати, вплив таких людей, як В. Мостовий, Л. Івшина, С. Курпіль, В. Боденчук, В. Скачко, О. Романчук, М. Батіг, Б. Білейчук на інтелектуальний стан журналістики безсумнівний.

І тут, насамперед, треба акцентувати саме на організаційній ролі керівників редакцій, відділів, об'єднань, творчих груп. У процесі масового комунікування діє глобальна тенденція. Для того, щоб вистояти у запеклій конкурентній боротьбі, видавництва газет і часописів, не меншою мірою редакції телебачення і радіомовлення повинні діяти як промислові підприємства. Як зазначають авторитетні керівники мас-медійних компаній, змінюються умови праці журналіста. Дедалі більше виробничих завдань перекладаються на плечі редакторів. Щораз менше у них залишається часу на ґрунтовне журналістське розслідування, зростає їхня поверховість і можливість помилок. Журналісти, зважаючи на це, дедалі більше змушені звертатися до матеріалів прес-служб, відділів зв'язків із громадськістю і особливо до всюдисущого Інтернету, а це веде до мимовільного обслуговування інтересів чиновництва, партій, фірм і об'єднань, олігархічних кланів.

Редакції якісних часописів, керівники телеоб'єднань і редакцій радіомовлення залучають до співробітництва компетентних і авторитетних учених, політиків, експертів. Насамперед шляхом оприлюднення їхніх статей, коментарів, оглядів, виступів, діалогів тощо. Щораз більше аналітичних публікацій, особливо у тижневиках, місячних часописах, належить перу популярних учених. Як приклад – два збірники: “Діалоги в Універсумі” та “Монологи в Універсумі”¹, випущені редакцією часопису у серії “Громадянське суспільство” на підставі журнальних публікацій. Слово брали переважно вчені-аналітики.

¹ Діалоги в Універсумі. – Львів, 2000; Монологи в Універсумі. – Львів, 2000.

Другою, ще цілеспрямованішою і мобільнішою формою оперативного аналітичного відтворення дійсності у мас-медіа є різних типів і видів організовані редакціями дискусії, круглі столи та інші форми колективного обміну думок. Можливо, найбільший такий досвід має редакція радіо “Свобода”, особливо передача “Вечірня Свобода”. Її ведучі Зеновій Фриз, Ганна Стеців, Ірина Халупа та інші досягли високого рівня професіоналізму, а сама “Свобода”, наголошує Є. Сверстюк, “нині, як і колись... залишається чи не єдиним каналом вільної думки”¹.

Повчальними і, на нашу думку, результативними є круглі столи газети “День”. Назвемо хоча б ґрунтовну публікацію “Волинь – 1943/1944: невідома трагедія”². Вона мала добрий резонанс як у нас, так і в сусідній Польщі. Зауважимо, що найпопулярніша польська “Газета виборча” присвятила викладу дискусії цілу полосу³.

Ведучи мову про ці явища, акцентуємо на жанрових особливостях цих публікацій, на природі і сутності сучасної журналістської аналітики. Її треба будувати на всебічній і достовірній подієвій інформації. Однак якщо кожен важливий повідомлюваний репортером факт повинен базуватися не на одному, а на кількох джерелах, то сучасний аналітичний матеріал має містити різні погляди на ту чи іншу проблему. Діалогічна, “багатоголоса” подача матеріалу не тільки легше сприймається, але безпосередньо сприяє відображенню різних поглядів, різних думок і концепцій. А це неодмінна умова успішного функціонування аналітичних матеріалів у сучасних мас-медіа.

Вся сукупність аналітичних виступів мас-медіа поряд із новинами та іншими публікаціями повинна бути спрямована на з’ясування, що і чому відбувається у світі, містити критичний погляд на речі та явища, з’ясовувати причини успіхів і невдач, говорити публіці і владоможним не завжди приємні речі. Та цим функції аналітичного крила журналістики не обмежуються.

Сьогодні громадськість дедалі більше виявляє увагу до самостійних журналістських розслідувань. Євген Головаха, один із найвідоміших сучасних українських соціологів, під керівництвом якого проводиться багато соціологічних досліджень, слушно зазначає: “...найголовніший, на мій погляд, гріх нашої журналістики – це практично повна відсутність такого жанру, як розслідування. Тоді б ті, хто неправедно діє, – в політиці, в економіці, – боялися б викриття”⁴.

Журналістське розслідування – не просто жанр, тому що його можна проводити у різних жанрах, від репортажу до художньо-докумен-

¹ Високий Замок. – 2003. – 17 лип.

² День. – 2003. – 7, 16 трав.

³ *Wojcichowski M. Czy rocznica musi dzielic // Gazeta wyborcza.* – 2003. – 31 maja.

⁴ День. – 2003. – 7 лют.

тальної книжки. Журналістське дослідження – це один із різновидів аналітичного методу дослідження реальних явищ. Відомий американський журналіст вважає, що такого типу дослідження – “це журналістський матеріал, заснований, зазвичай, на власній роботі та ініціативі, на важливі теми, які окремі особи та організації хотіли б залишити у тасмниці. Три основні елементи: журналіст проводить дослідження, якого не проводив ніхто інший; тема матеріалу важлива для читача або глядача; захищені намагаються приховати наведені у дослідженні факти від громадськості”¹.

Такого типу розслідувань в українських мас-медіа справді немає, а якщо вони трапляються, то дуже рідко і, здебільшого, супроводжуються великими скандалами, судовими позовами. На це є об'єктивні та суб'єктивні причини. Насамперед історичні. Тоді, коли преса розвинених країн дозволяла собі з метою утвердження демократії розслідувати порушення її норм і засад, нечисленні українські періодичні видання змушені були боронити елементарне право власного народу на життя, на існування власної мови, культури. Якщо навіть в умовах тоталітаризму кращі російські публіцисти дозволяли собі розслідувати проблемні явища тогочасного життя, українські мислителі за спроби вивчення болісних процесів економічного і культурного виродження нації втрачали роботу, партквитки і замість виданих книг, публікації власних досліджень діставали судові вирокі. Достатньо назвати Микола Руденка, Івана Дзюбу, Юрія Бадзя, В'ячеслава Чорновола, Михайла Осадчого. Відсутність належних традицій, жалюгідне економічне і правове становище мас-медіа в Україні, переслідування і навіть терор стосовно окремих журналістів, зумовлений цим страхом, а також інші причини призвели до того, що розслідувальна журналістика в Україні фактично перебуває у зародковому стані.

Це не означає, що в Україні зовсім немає розслідувань зловживань і злочинів. Їх ведуть як опозиційні політики, так і окремі журналісти. Можна назвати гострі викривальні виступи покійних сьогодні Бориса Дерев'янка, Володимира Іванова, Георгія Гонгадзе. У розслідувальній журналістиці працювали і працюють Степан Колесник, Іван Бокій, Тетяна Коробова, Олег Єльцов, Ірина Погорелова, Олена Притула. Непогано зарекомендували себе у цій сфері львівські газетярі Світлана Мартинець, Микола Савельєв, Валерій Сагайдак, Омар Узарашвілі та інші журналісти регіональних видань.

Однак, на відміну від зарубіжної практики, у ЗМІ України відсутні розслідувальні структури, спеціальні періодичні видання, журналістські

¹ Цит. за: Уілмен Дж. Журналістское расследование: современные методы и техника. – М., 1998. – С. 12.

агентства. Можна вести мову про такі видання, як “Свобода”, “Грани”, окремі телепередачі. Найрозкутішими є “розслідувальні” сайти в Інтернеті. Назвемо хоча б “Українську правду”, “Україну кримінальну”. Цього безперечно замало. До того ж названі видання і канали зазнають постійних переслідувань, їх звинувачують у продажності, а над незалежними журналістами чинять розправи.

Для проведення незалежних журналістських розслідувань, окрім фінансування з незалежних джерел, відповідного захисту особистості журналіста, потрібна його належна фахова підготовка і досвід. Якщо немає власного досвіду, треба вчитися на чужому. Журналістське розслідування – тема окремого розгляду й окремої навчальної дисципліни¹. Те, що часом з’являється у газетах під рубрикою “Розслідування” таким, здебільшого, не є.

У контексті нашої розмови важливо наголосити на тому, що розслідування – це частина аналітичної, переважно критичного характеру журналістики, яка, крім загальних навичок аналізу, визначає необхідність певних об’єктивних умов і досвіду самостійного, незалежного вивчення журналістської проблеми. Воно передбачає високу загальну обізнаність у сучасних політичних, економічних, особистих стосунках людей, бізнесу, влади, криміналу і, відповідно, доступ до джерел інформації, офіційної та неофіційної. Доступ до важливої інформації постійно обмежується. Журналіст повинен розуміти характер цих перешкод і вміти їх обминати². Сьогодні дуже важливо знати й по змозі дотримуватися й етичних норм та обмежень. А це означає насамперед високу правову обізнаність. Така праця потребує особливої мужності й винахідливості. Журналіст, який береться за самостійне журналістське дослідження, має добре знати, що загрожує його безпеці, якими можуть бути ці погрози і наскільки вони реальні. Зрештою, журналіст повинен мати надійну підтримку редакції, відповідних громадських організацій. Журналісти, готові професійно і морально до такої праці, але без певних гарантій, підтримки, не зможуть успішно виконувати таких завдань. Не акцентуємо на тому, що така праця потребує чималої енергії й часу і, зрозуміло, матеріальної компенсації.

Не менш складною, хоч не такою небезпечною для журналіста, є така складова частина аналізу, як прогнозування. Преса сьогодні заповнена різноманітними передбаченнями, вгадуваннями, ворожіннями, пророцтвами – від віщувань астрологів до здогадок ординарних воро-

¹ Див.: Тертычный А. Расследовательская журналистика... – С. 374–382.

² Детальніше див.: Захаров Є. Без права на інформацію // Дзеркало тижня. – 2003. – 9 серп.

жок. Усе посилено рекламується у ЗМІ, астрологічні календарі стали нормою життя багатьох легковірних сучасників. Під прогнозом ми маємо на увазі аналітичний, науковий у своїй основі метод вгадування недалекого майбутнього на підставі тенденцій розвитку процесів і подій дня нинішнього. Йдеться про наукові передбачення розвитку економіки, політичних явищ, результатів виборів, еволюцій партій і груп тощо. Найчастіше журналісти звертаються у таких випадках до вчених, політиків, господарників, тобто експертів. Ці прогнози не завжди надійні. Інакше ми б не мали таких непередбачуваних явищ, як зернова криза 2003 року, несподіване відзначення 60-річчя трагічних подій на Волині тощо.

Короткостроковими прогнозами займаються і самі публіцисти. І хоч буває так, що передбачення не здійснюються ще до того, як газета надійшла до читача, досвідчені, добре поінформовані журналісти і політологи досить точно передбачають самі тенденції розвитку політичних процесів. Може, найчастіше це вдається публіцистам “Дзеркала тижня”. Все залежить від ступеня поінформованості та розвинутої інтуїції автора. Недарма кажуть: матір’ю інтуїції є інформація.

Аналіз як спосіб пізнання дійсності відіграє у журналістській практиці головну роль. Якщо в інформаційному відтворенні аналіз і синтез супроводжують попередню роботу автора щодо відбору, систематизації подій і фактів, то в їх осмисленні й узагальненні вони домінують. Аналітичні методи дають змогу проникнути у внутрішню суть явищ, яке може сприяти відшукуванню об’єктивної істини, а може слугувати її спотворенню. Тому в очах реципієнтів журналістська аналітика є більш тенденційною, ніж подієва інформація. Щоб заслужити довіру аудиторії, журналіст-аналітик повинен ґрунтувати свої висновки на якомога більшій кількості достовірних фактів, бути максимально об’єктивним і неупереджено викладати різні погляди, не нав’язуючи, а підводячи свого колективного співрозмовника до відповідних висновків. Об’єктивний аналіз не може не супроводжуватись критичним підходом до явищ життя. Специфічним різновидом аналітичного підходу до явищ дійсності є актуальне в умовах демократичного суспільства журналістське розслідування, а також прогнозування подій і явищ, їхніх можливих наслідків.

Питання для обговорення

1. Аналіз як метод пізнання, його відмінність від інформаційного відтворення.
2. Мета і функції журналістського аналізу.
3. Вимоги і форми журналістського аналізу в мас-медіа.

4. Журналістське розслідування і його проблеми.
5. Передбачення і прогноз.

Список літератури

- Ивин А. Логика для журналистов. – М., 2002.
Кузнецова О. Аналітичні методи в журналістиці. – 2-ге вид., допов. – Львів, 2002.
Тертычный А. Расследовательская журналистика. – М., 2002.

14.2. Жанрова палітра

Розглядаючи у попередніх розділах критерії поділу журналістських матеріалів на жанри, ми керувалися традиційним для журналістскознавства їх групуванням на інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні, ґрунтуючись на відповідних критеріях. У кожній з цих груп наявна своєрідна внутрішня диференціація. Жанри вишиковуються у певну шеренгу від простіших до складніших: замітка, репортаж, стаття, нарис тощо. Однак у процесі детальнішого аналізу не все вкладається у лінійну схему. По-перше, вишикувані таким способом жанри інформаційного, аналітичного, художньо-публіцистичного відображення не закріплені там назавжди і намертво. Сформувалися такі універсальні жанри, які водночас використовуються як в інформаційному відтворенні, так і в аналітичному відображенні. Це, зокрема, замітка і стаття. Ми вели мову про замітку як про універсальну, "чисту" форму інформаційного відтворення. Однак вирізняють і замітку-критичний сигнал, полемічну й сатиричну замітки. А це вже, зрозуміло, не інформаційна група жанрів. Статтю прийнято трактувати як головний, найпоширеніший аналітичний жанр. Та є такі публікації, особливо у спеціалізованих виданнях, які йменують інформаційними статтями. Стаття використовується і у системі публіцистичних жанрів, живаючись з епітетом "публіцистична". А що вже говорити про досить невизначений жанр кореспонденції, яка майже постійно "перебігає" з інформаційної в аналітичну групу жанрів і навпаки.

Не вдаючись до складних теоретизувань, зазначимо, що, по-перше, така відмінність – не завжди проста плутанина. В її основі різні критерії поділу. Якщо у разі загальної характеристики жанрів беруться до уваги такі моменти, як характер самого об'єкта відображення, мета написання твору, рівень осмислення, стилістичні засоби втілення задуму, то у групі аналітичних жанрів твори різняться головно за широтою і масштабами охоплення реальності. По-друге, береться до уваги характер об'єкта відображення. У системі аналітичних жанрів особливо

помітна відмінність між матеріалами, які є безпосереднім відтворенням дійсності, і тими, що ґрунтуються на творах відтвореної реальності (огляди листів, огляди преси, рецензії, статті на літературні, мистецькі теми, телеогляди тощо).

Елементарним, найлаконічнішим аналітичним жанром у практиці закордонних, а сьогодні й наших ЗМІ, прийнято вважати коментар. Він найближчий до подієвої інформації. Коментар супроводжує новини і часто подається з ними в одній зв'язці. Це стосується насамперед інформаційних випусків на радіо й телебаченні. Коментарями у газетах супроводжуються важливі повідомлення. Вони, як ми розглядали вище, настільки зростаються з новинами, що дехто схильний відносити коментар до інформаційного крила журналістики. Насправді ж коментар не повідомляє, не просто розширює повідомлення, а все-таки тлумачить подію. Саме слово "коментар" (від лат. *commentarium*) – прочитання, тлумачення чогось. Сучасні словники подають три значення цього слова: тлумачення певного тексту, книги, додатки наприкінці книги, примітки по тексту і, нарешті, міркування, пояснення з приводу якоїсь події, публікації, заяви. Журналістський або публіцистичний коментар виконує третю з перелічених функцій. Коментар у мас-медіа – це невеликий авторський виступ, у якому тлумачаться, роз'яснюються, елементарно аналізуються факти політичного, економічного, культурного, наукового життя з метою донесення до аудиторії суті, смислу події, явища, їхнього місця серед інших фактів і процесів. Автор коментарю, як наголошується у зарубіжних дослідженнях, йде від факту до узагальнення або до прогнозу.

Цінність коментаря у свіжості думки, оригінальності суджень і висновків, точності й образності слова. Найбільша вада чималої частини коментарів – нудне розжовування загальноновідомих істин і тенденційне, зацікавлене, однобічне тлумачення подій. Журналіст, здебільшого, сам тлумачить події, хоч буває й безіменний, редакційний коментар, спільна думка редакції. У коментар журналіст може органічно вводити думки компетентних людей. Нерідко журналіст просить прокоментувати подію чи явище фахівців, політиків, учених. Тоді факти і події, особливо важливі, тлумачаться з різних позицій. Часто за такими коментарями до певного кола людей звертаються "День", "Високий Замок". Це стало нормою у роботі української редакції радіо "Свобода". Окремі видання, наприклад, газета "Свобода", "Львівська газета" дають у кожному номері сторінку "Коментарі", хоч з погляду "чистоти жанру" це не завжди коментарі. Часто у цій рубриці подають есе, статті і навіть огляди. Однак, все-таки, головне у них – тлумачення подій та явищ.

Крім елементарного пояснювального, який тлумачить події, коментар може бути полемічним і навіть сатиричним. Довгі роки автором

таких незрівнянних за змістом і формою коментарів на “Свободі” був покійний нині Сергій Набока.

Близькими до коментаря за обсягом, оперативністю є **репліки, відгуки**. Вони добре сприймаються, коли є оригінальні, гострі, будуються на несподіваних зіставленнях і не є грубими й образливими.

Може найменше жанрово окресленою є **кореспонденція** – специфічне породження більшовицької преси, якого не знайти в жодній іншій, крім радянської, теорії жанрів. Кореспонденція – допис. Він може бути різним за формою і найчастіше нагадує листа, статтю. У період, коли вся партійна преса займалася описом виробничих, технологічних процесів, коли масовим був рух позаштатних кореспондентів, комусь здалося доцільним обґрунтувати існування не простого допису, а жанру кореспонденції. Під кореспонденцією прийнято було розуміти таку **форму подачі інформації, коли описуються, аналізуються об’єднані спільністю теми факти дійсності, обмежені місцем і часом**. Кореспонденція часто нагадувала мішок, у який зсипалися факти. Розуміючи дискусійність такого підходу до кореспонденції, зауважимо, що в сучасній періодиці, окрім деяких архаїчних за характером районних газет, такий примітивно-описовий жанр майже відсутній, хоч кореспонденти у ЗМІ і сам процес кореспондування існуватимуть завжди. Бо в журналістиці завжди існуватиме потреба оперативно описати чи проаналізувати певну сукупність фактів, йти від конкретного до загального. Зразки таких публікацій трапляються і у сучасній періодиці.

Найпоширенішим, найуніверсальнішим, як уже зазначалося, жанром журналістики є **стаття**. Для необізнаної у тонкощах журналістики й літератури людини все, що друкується у періодиці, є статтею. Статтею іменують і власне статтю, і рецензію, і діалог, і огляд. У словниках, зазвичай, вирізняють статті **наукові та публіцистичні**. Родовими ознаками творів цього жанру є невеликий розмір та місце оприлюднення – збірник, журнал, газета. Навіть у строго професійному підході твори цього жанру дуже різні за предметом відображення, за внутрішньою будовою, призначенням, стилем, способом донесення головної думки, аргументацією, складністю і доступністю викладу тощо. Навіть призначені для масових видань, не беручи до уваги суто наукових публікацій, статті неподібні між собою. Бо одна річ стаття у діловій, комерційній газеті (наприклад “Бизнес”) і, скажімо, в “Україні молодій”, тижневиках “Кореспондент” чи “Універсум”.

Що ж їх об’єднує? Насамперед – дослідницький підхід до життєвих явищ. І українські, і закордонні вчені наголошують на тому, що головне у статті не повідомлення фактів і новин, а певне питання, проблема. У статті розвивається чітко визначена думка, у ній співвідносяться певні факти, явища, погляди. Цим стаття відрізняється від коментарю.

Бо коментатор має справу переважно з одним фактом, явищем, він намагається з'ясувати його сутність. Нарешті, незважаючи на тему, обсяг матеріалу, специфіку питання, що розглядається, стаття у мас-медіа має бути максимально, наскільки це можливо, зрозумілою, популярною, доступною та лаконічною. Це диктується вимогами не так жанру, як характером самої журналістики.

“Стаття, – слухно зазначає Олена Кузнецова, – це синтетичний жанр публіцистики, в якому журналіст, використовуючи палітру інформаційних, аналітичних і художньо-публіцистичних методів з очевидною перевагою аналітичних, досліджує актуальну соціальну проблему, щоб показати явище, його причини і наслідки для вдосконалення життя”¹. Дещо з іншого боку трактуються жанрові особливості статті у збірці матеріалів за французькою методикою. На думку французьких авторів, “аналітична стаття – це журналістський жанр, в якому основне повідомлення є висновком або прогнозом, зробленим на підставі численних фактів та свідчень”².

Отже, стаття – це такий журналістський виступ, у якому автор аналізує факти і явища життя, доносить за допомогою відповідних аргументів певну думку, ідею. Діапазон творинь статею типу дуже широкий. Якщо йдеться про газету і журнал, то на першому плані фігурує публіцистична стаття, передова стаття, полемічна стаття, науково-просвітницька стаття, проблемна стаття, замітки публіциста. Як загальнополітичні, так і галузеві видання, особливо останні, друкують чимало теоретичних, науково-популярних статей, а також статей рекламних і практично-ділових.

Передова стаття вирізняється, насамперед, своїм місцем у газеті, важливістю та актуальністю, а також тим, що в ній виражена колективна думка редакції. Передова, здебільшого, друкується без підпису. Саме на цьому наголошують закордонні автори. У посібнику “Гід журналіста” акцентується, що передова – один із найпоширеніших публіцистичних жанрів, до якого газета чи журнал вдаються тоді, коли “вважають за необхідне висловити свою позицію з певної важливої суспільної проблеми”³. Обсяг її у зарубіжній пресі, зазвичай, не перевищує однієї колонки.

Передова стаття у незалежній пресі – вияв **позиції** редакції. Звичайно, щоб виявляти позицію, треба її мати. Наявність передової статті у газетах і тижневиках – вплив плюралізму, породження громадянського суспільства, свідчення наявності “четвертої влади”, чи, правильніше,

¹ Кузнецова О. Аналітичні методи в журналістиці. – 2-ге вид., допов. – Львів, 2002. – С. 48.

² Гід журналіста... – С. 50.

³ Там само. – С. 49.

“четвертої сили”, сили громади. Авторитетні видання на Заході мають свою думку з приводу актуальних питань сучасного життя. Передова стаття – один із виявів цієї думки, на яку не може не зважати не тільки громада, але й влада.

У сучасній періодичній пресі України, як і в інших пострадянських країнах, передова практично зникла. Пояснити це можна, на нашу думку, двома основними причинами. По-перше, передова стаття, без якої важко було уявити будь-який номер партійної газети протягом понад 70-річного існування радянської імперії, настільки себе скомпрометувала і виродилася, що практично зійшла зі сторінок ще до розвалу тоталітарної системи. І хоч її називали прапором номера газети, хоч про неї писалося мало не у кожній директиві КПРС, хоч передовиці “Правди” обов’язково дослівно читалися по першій програмі радіо, хоч ці передовиці вирізалися і уважно зберігалися партійними функціонерами, вони не мали авторитету в читача. В них, зазвичай, не було свіжої думки, а нудне розжовування прописних істин і читання моралі. Передова стаття тоталітарно-комуністичного типу вмерла природною смертю. Її ніхто не скасовував і не забороняв – вона виявилася нікому не потрібною.

По-друге, стан громадської думки, відсутність авторитетних громадських об’єднань і впливу громади на вирішення державних питань, невисокий професійний рівень та інтелектуальний авторитет української періодики, тиск на них з боку влади й олігархічних сил, деякі інші причини не стимулюють потреби редакцій висловлювати свою колективну думку у вигляді передових статей. Така потреба мусить визріти. Тим часом окремі видання вдаються до редакційних заяв чи навіть редакційних статей. Зрідка такі публікації з’являються у “Дзеркалі тижня”. Щоб прочитати мораль прес-секретареві Президента Олені Громницькій, яка не те читає, не те говорить і не так себе поводить, як хотілося б деякому з чиновників, редакція часопису “2000” друкує редакційну статтю проти неї¹.

Та відсутність передових у сучасних газетах не свідчить про те, що цей різновид статті не може у певній формі відродитися. Іноземний досвід свідчить, що передова редакційна стаття є одним із компонентів вагомості й авторитету видання. Передова стаття у найкращих своїх зразках повинна вирізнятися оригінальністю і ясністю думки, чіткістю і продуманістю аргументів, строгістю стилю. Її головна мета – не пропаганда, а вияв позиції та прогнозування можливих політичних, економічних, стратегічних рішень.

¹ Госпожа Громницкая “воспринимает” // 2000. – 2003. – 23 мая.

Типова стаття у сучасній газеті – це роздуми, міркування, критика, суперечки. Зауважимо, що політичний дискурс статейного типу має в українській періодиці давні традиції. Достатньо назвати таких мислителів і публіцистів свого часу, як П. Куліш, І. Франко, Л. Українка, М. Костомаров, М. Драгоманов, Д. Донцов, М. Хвильовий, І. Багряний. Це була публіцистика високих ідей та емоційного напруження, спонуки до чину¹. На прикладі досвіду сотень майстрів оперативного аналізу не важко переконатися в тому, що успіх журналістських виступів саме статейного типу залежить, насамперед, від глибини аналізу, вміння відокремити головне від другорядного, дати явищам слушне наукове пояснення.

Однак для газетного автора цього замало. Він повинен вміти захопити читача, зворушити його своїм словом. Йдеться не про псевдопафос, якого так багато було у мітинговій публіцистиці, а про точність слова і загалом досконалість літературної форми у сучасному розумінні. Питання композиції статті, майстерності поєднання в ній логічного й образного, вибору тону розповіді мають неабияке значення.

Широкі можливості публіцистичної статті – в її композиційній гнучкості, у вільній асоціативній будові. У майстерно написаній статті є свій внутрішній конфлікт (назвемо його умовно публіцистичним), зіткнення, вир думок і пристрастей. Публіцист завжди щось стверджує і заперечує, він сперечається навіть тоді, коли у нього немає конкретного опонента. Зрештою, цей реальний опонент і не обов'язковий. Публіцист вступає не так у боротьбу з конкретною особистістю, він схвалює чи заперечує явище.

“Найбільше, чого інстинктивно не бажає наш політикум – називати речі своїми іменами”, – починає статтю “Застібка для “ресурсу” Микола Неселюк². І далі досить тонко аналізує таке невинне слово, як “адмінресурс”, його незаконне, злочинне за суттю застосування місцевими адміністраціями, міністерствами, коли, наприклад, керівник потужного відомства відверто заявляє, що його підлеглі голосуватимуть за “Єдину Україну”, а інший керівник із радістю повідомляє, що сам гарант Конституції дав змогу йому балотуватися на цих же виборах. Вчорашні антагоністи заради цього ресурсу стають під один політичний прапор. Завдяки окремим уміло використаним деталям (наприклад, шляхом використання, як каже автор, улюбленого слівця найвпливовішого українського політика – “гаплик”), епізодом і зіставленням автор підводить читача до висновку про кінцеву потребу заборонити найвищим

¹ Детально див.: Українська преса: Хрестоматія / За редакцією М. Ф. Нечитайлюка. – Львів, 1999. – Т. 1.; 2002. – Т. 2.; Преса боротьби й ідей: Збірник текстів / Уклад С. Кость. – Львів, 1994.

² Дінь. – 2001. – 14 груд.

посадовцям висловлюватись на теми виборів, “поки вони не вивчать нову політичну лексику й поки з їх голів не вивітряться радянські стандарти поведінки”.

Це типова, – не найкраща, але і не найгірша, – газетна стаття. Як і тисячі інших, пропущених через нашу свідомість, вона доводить: якщо у статті немає постановки якоїсь важливої проблеми, якщо її автор повторює тільки загальновідомі істини, то така стаття, хоч якими квітами красномовства вона не прикрашалась би, не може привернути уваги читача. Саме цей внутрішній конфлікт тримає читача в напруженні, саме він робить статтю цільною і стрункою. Конфлікт цей може бути дуже гострим, вихопленим ще гарячою жариною з вогнища самого життя, він може бути приглушеним, прихованим від зовнішнього ока в аргументах, міркуваннях автора. Окремі думки, живі картини, зіштовхуючись між собою, не знаходять, проте, свого розвитку в сюжеті. Можна вести мову про певні елементи дії. У публіцистичній статті можуть бути певні відступи, екскурси, зокрема й лаконічні сюжетні епізоди, сценки. Та все це повинно бути підпорядковане головній думці статті, яку автор доносить до читача за допомогою цілої системи засобів. Публіцистична стаття, як і відкритий лист, – вільна розмова, бесіда з читачем. Структурно вони чимось нагадують композицію безсюжетної лірики. Такі неписані закони жанру.

Аналізуючи животрепетні, оперативні публікації, не можемо не звернути уваги на численні історико-політичні, історико-філософські, культурологічні дослідження. За останні 10–15 років в українській періодиці побачила світ така сила-силенна науково-просвітницьких статей і оглядів, скільки не надруковано у жодне інше десятиріччя. І це зрозуміло: з'явилася можливість прочинити вікно в ту Україну, якої раніше, а подекуди й донині, не відало більшість її населення. Як приклад – промовиста рубрика газети “День” “Україна incognita”. На підставі вміщених у ній публікацій редакція видала дуже повчальну книжку¹.

Особливу активність і компетентність у дослідженні минулого з проекцією на сучасний стан молодій державі виявили і виявляють сьогодні Я. Дашкевич, Ю. Шаповал, І. Дзюба, В. Мороз, М. Рябчук, Т. Возняк, С. Вовканич, М. Маринович, О. Гринів, О. Романчук, Ю. Сасенко. Йдеться насамперед про статті у періодиці. Вони досить розлогі. Ґрунтовність у підході до цих питань характерна для авторів “Дзеркала тижня”, незалежного тижневика, але й щоденні газети вміщують широкі за обсягом статті, як, наприклад, гострі й дуже актуальні сьогодні роздуми Д. Павличка “Україна вчора, сьогодні, завтра”².

¹ Україна incognita. – К., 2003.

² Молодь України. – 2003. – 13, 19, 20 черв.

Науковий плюралізм, усебічний підхід до явищ сучасного духовного світу характерний для незалежного культурологічного часопису "І". Один із найавторитетніших і найпрофесійніших, за загальним визнанням, елітарний часопис "Критика" часто радує, а іноді й шокує небуденним поглядом на речі, гострою полемічністю, високою, часто недосяжною для пересічного інтелігентного читача, інтелектуальністю.

Хоч які цікаві, потрібні не були б публікації на ці теми, сучасна щоденна газета все ж таки повинна відчувати тенденції сучасної журналістики: зважаючи на важливість теми й авторитет автора, газета не може друкувати розлогих статей. Без них не обійтися, проте вони мають перекочувати у тижневики, часописи.

Близьким за жанровими ознаками до статті є огляди (російське "обозрение"). Їх ще традиційно називають оглядовими статтями. Відмінність огляду від статті насамперед у хронологічно ширшому, ніж у статті, об'єкті дослідження і, зважаючи на це, оглядовому способі мислення. Якщо, беручи схематично, коментар досліджує окремий факт, явище і те, що довкола нього, а стаття визначає співвідношення між двома і більше явищами, фактами, подіями, то предметом огляду є ціла низка однорідних явищ, які відбулись протягом певного часу – тижня, місяця, року, п'ятиліття тощо. Тому головна мета огляду – з'ясування певних тенденцій розвитку явища, процесу. Це можуть бути різні явища – від політичних подій до тенденцій у розвитку економіки, культури, літературного процесу тощо. Метод, підхід один, "матерія", з якою має справу оглядач, – різна, отже, і компетентність має бути відповідною.

Найпопулярніші сьогодні суспільно-політичні огляди, рідше трапляються економічні й лише у спеціалізованих виданнях можна зрідка знайти літературні чи мистецькі. Систематичні огляди суспільно-політичного життя за тиждень подають телевізійні канали (і то не всі), а також перша програма Українського радіо. Змінюються їхні назви, ведучі, та незмінними залишаються проблеми і труднощі, бо увага господарів і власників до таких програм завжди є найпильнішою. Крім того, сам процес підготовки таких програм потребує неабиякої майстерності. Глядач вимагає від них максимальної об'єктивності, чого не завжди вдається досягти навіть досвідченим ведучим. Як свідчать опитування і практичний досвід, глядач надає перевагу "Подробницям тижня" з її ведучим О. Мельничуком. Так було досі. Ситуація що день, то змінюється. Незмінним є лише порівняно низький ступінь довіри до телебачення.

Жодна з доступних нам загальнополітичних газет не має постійної оглядової рубрики. Це не означає, що у газетах, тижневиках зовсім відсутні матеріали оглядового характеру. Бо й публікація Д. Павличка

“Україна вчора, сьогодні, завтра” у “Молоді України” (що зазначали вище) за постановкою теми є певною мірою оглядовою. Кількість публікацій такого типу помітно збільшується наприкінці чи на початку року, після завершення довготривалих кампаній тощо. Водночас вони можуть зумовлюватися негайною потребою з’ясувати важливе питання. Типовим політичним оглядом є, наприклад, цікаво, компетентно написаний матеріал Василя Дружбинського “Лівий марш”, опублікований у “Дзеркалі тижня”¹. Автор подає досить детальний аналіз трансформації та характеру діяльності всіх комуністичних і робітничих, тобто крайньо лівих, партій східної Європи. Такий огляд цікавий своїм фактажем, не менш повчальний спробою відповісти на запитання, у чому все-таки живучість переконань тієї частини громадян різних країн, які воліють крокувати лівим маршем.

Зразком гострої оглядової статті може бути матеріал Анатолія Марциновського, присвячений діалектиці відносин України з Європою². Сам пафос огляду, його образна структура, внутрішній авторський сарказм спрямовані на те, щоб визначився державний курс України, щоб наша держава не була такою собі недобудованою, погано керованою, “що йде невідомо куди, й не знати, де пристане”.

Відсутність у процесі колосального зростання потоків інформації вкрай потрібних систематичних оглядів пояснюється не тільки непродуманою інформаційною політикою редакцій, але й браком належної компетенції, часу для аналізу, відповідного досвіду журналістів. Адже робота над оглядом вимагає високого інформаційного забезпечення, аналітичного оперативного мислення і вміння про складні, абстрактні речі говорити цікаво. Тому багато видань, щоб оцінити певну важливу ситуацію, хід політичних подій і складних соціально-економічних процесів, вважають за потрібне звертатися до експертів, щоб з їхньою допомогою відтворити більш-менш правдоподібну картину подій.

Великі можливості й вдячних читачів сьогодні має хіба що спортивний огляд. Не тільки такі спортивні видання, як “Команда”, “Український футбол”, але й загальнополітичні газети систематично друкують як оперативні повідомлення про те, що, коли, де і з яким результатом відбулося на спортивних аренах, репортажі з головних спортивних баталій, тижневі, місячні огляди за різними видами спорту. Відповідні спортивні програми мають майже всі радіо- і телевізійні канали. У редакціях працюють спортивні оглядачі. Щоправда, спортивні огляди мають переважно інформаційний характер. Головне їхнє завдання – відтворити кар-

¹ Дзеркало тижня. – 2002. – 30 листоп. – 7 груд.

² Марциновський А. Потяг набрав ходи і має на меті злетіти // Голос України. – 2001. – 21 листоп.

тину, даючи певні оцінки, роблячи якісь очевидні висновки. Відеоряд на телебаченні уможливило відтворення найголовніших епізодів тих чи інших змагань, частина глядачів може побачити їх уперше. Глибина і компетентність, а також цікавість розповіді залежить від рівня таланту і професіоналізму оглядача.

Жанрова специфіка листа – у його назві. Це одна з найстаріших форм звертання людини до людини після поширення письма, листи писали ще задовго до виникнення друку. Крім різноманітної інформації, тогочасні листи містили певне звернення, намагання у чомусь переконати адресата чи адресатів. Листи писалися не так часто і присвячувалися важливим питанням. Більшість, якщо не всі, відомі нам сьогодні письмові твори XII – XVI ст., які починалися словами “Послання”, “Слово”, були на той час своєрідними відкритими листами.

Відкритий лист виник, зрозуміло, до зародження періодики і міг бути адресованим обмеженому, але все ж колективному сприймачеві. Це була єдино можлива, паралельно з ораторським мистецтвом, форма публічного обговорення актуальних питань. Із виникненням друку і періодики відкритий лист набув права громадянства у пресі, а згодом в електронних ЗМІ, водночас несучи у своїй жанровій природі генетичну пам'ять древнього, як світ, та сучасного листа.

Лист як жанр публіцистики має в історії суспільної думки України величезне значення. Він був переважальною літературною формою гострої релігійної, політичної, філософської полеміки. Достатньо згадати послання Герасима Смотрицького, Петра Скарги, Івана Вишенського та інших мислителів.

Лист – аналітичний жанр журналістики, “у якому у формі звернення до конкретної особи, групи осіб чи громадськості висловлюється авторська позиція, дається оцінка фактам, подіям і явищам, аналізуються і оцінюються вчинки і погляди адресата”¹.

У журналістській практиці, крім власне відкритого листа, існують його різновиди – звернення, послання, лист без адреси, а також заява, привітання. Вони різняться за призначенням, своєрідністю адресата і статусу автора, і, з огляду на це, тоном, манерою вислову. Одна річ – лист письменника, журналіста, звернений до конкретної особи з переважанням особистісних підходів, своєрідністю стилю, інша – заява чи привітання офіційної особи з дотриманням відповідного способу висловлення думки. Проте спільним для більшості відкритих листів авторитетних для свого часу людей є вагомість, навіть особлива драгливість порушених питань. Відкриті листи Еміля Золя “Я звинувачую...”, Лесі Українки “Голос однієї російської ув'язненої”, Володимира Короленка

¹ Лубкович І. Лист // Теорія і практика радянської журналістики... – С. 262.

“Відкритий лист статському раднику Філонову”, Івана Франка “Отвертий лист до галицької української молодіжи”, Івана Багряного “Чому я не хочу повертатися до ССРСР?” та багато-багато інших подібних публікацій ставали подіями суспільного життя, спричиняли великий резонанс.

У відкритому листі, крім порушеної проблеми, вирішальне значення має особа автора, а також її вагомість, авторитет. Іван Франко у наведеному вище листі з властивою йому скромністю бідкався, що не знайшлося більш популярної серед еліти людини, щоб у переломний момент історії, під час революційних подій у Росії 1905 року, навчити молодь відчувати себе українцями, не галичанами, не буковинцями, а саме українцями без офіційних кордонів.

Загалом же для листа як жанрового різновиду публіцистики характерні незапрограмованість монологу, можливість поєднувати властиві монологічні різноманітні сюжетні ходи, звертати увагу на факти, вільно цитувати чужі думки, малювати епізоди, вдаватися до спогадів тощо. Тобто сама природа листа диктує певні композиційні норми.

Лист до редакції – це той вид важливої нині аналітики, який ніким не планується, жодною теорією не регламентується і, зазвичай, ніким не замовляється. Більшість редакцій згорда попереджують своїх читачів, глядачів, слухачів, що на жодні листи не відповідають, незамовлених рукописів не оцінюють, не повертають тощо. І все ж люди пишуть про те, що болить, часом без надії бути почутими. І їх все-таки редакції і редактори читають, відбирають та... друкують. Не можуть не друкувати. Не тільки збагачені досвідом редакційні зубри, але теоретики мас-медіа не можуть не захоплюватися мудрістю, дивовижною спостережливістю і передбачливістю, літературною вправністю ніким не навчених писати людей із глибокої провінції, з якоїсь там Баламутівки чи Захлюпанки. Бо там стільки життя, здорового глузду, критичного духу, а не критиканства, що з ними не зрівняється багато професіоналів. Читацька публіцистика у багатьох поважних виданнях нагадує золоті злитки і є чи не найчитабельнішою.

Окремі редакції спеціально працюють із такими читачами. Півторамільйонний (найтиражованіший) скромний додаток “Порадниця” бере читача не тільки практичними темами, але й винятковою увагою до редакційної пошти. Авторитетне радіо “Свобода” щотижнево у кількаразовому повторі дає спеціальну передачу “Листи на “Свободу”. Дуже суб’єктивні, часто у радіозаписах, листи є своєрідною кардіограмою настрій, болю та очікувань суспільства. Незалежно від кон’юнктури, моди, традицій, лист як певний людський документ і публіцистичні міркування, що набувають форми листа, виконували і виконуватимуть властиві їм функції спілкування і впливу на собі подібних.

Говорячи про лист і роботу над ним журналіста, ми так чи інакше порушуємо ту частину аналітичної журналістики, об'єктом якої є уже відображена кимось реальність. Сюди належить рецензія, її різновиди та огляди тих же листів і особливо огляди преси.

Рецензія (від лат. *recensio* – розгляд) – один із найпоширеніших літературно-критичних жанрів, мета якого аналіз, оцінення художнього, мистецького, публіцистичного, наукового твору, зіставлення його з життям, а також розгляд порушених у творі суспільних проблем. Автор повинен дати читачеві відповідь на запитання, що являє собою цей твір, які його достоїнства і вади, яке місце цього твору в літературі, мистецтві, науці, наскільки він відповідає потребам дня і яка його суспільна й естетична вартість.

Рецензія – насамперед оперативний вид літературно-художньої критики, призначений для публікації у пресі, а також інших засобах масової комунікації, хоч існують і так звані закриті рецензії. Саме у рецензії, як і в огляді, реалізуються інформаційні й особливо аналітичні можливості ЗМІ. Завдання літературно-художньої критики – не просто виставляти оцінки, бути суддею, а формувати естетичні смаки, вчити сучасників розуміти прекрасне, поборювати несмак, потворні явища життя і мистецтва чи того, що видає себе за нього.

Мистецтво критика складне і вимагає від автора високого естетичного смаку, вміння аналізувати творчі явища, тобто володіти навичками літературознавця, мистецтвознавця. Він не може бути дилетантом у сфері науки про художню творчість. Однак літературна критика є лише частиною літературознавства, мистецтвознавства, які, крім критики, охоплюють історію та теорію літератури. Літературний критик – ще й публіцист. Він повинен оперативно відгукуватися на актуальні події мистецького і громадського життя і вміти викладати свої спостереження популярно, образно, дохідливо. Його трибуна – насамперед періодичне видання. Критик, як і будь-який публіцист, повинен не просто довести певну істину, а й переконати в ній співрозмовника. І то читача не тільки підготованого, але й пересічного, “середньостатистичного”.

Історія української журналістики й літератури знає чимало таких літераторів-критиків – від класиків до наших сучасників, від Івана Франка до Івана Дзюби. В Україні досить потужний загін літературознавців різних шкіл і напрямків. У спеціальній періодиці з'являються досить кваліфіковані рецензії та огляди. Потенційно існує потрібна кількість готових до такої щоденної праці людей. Проте літературної критики у повноцінному значенні цього слова в Україні немає, бо вона відсутня у загальнополітичній, масовій періодиці. А коли час до часу щось з'являється, то воно спорадично-випадкове, а сама якість цих публі-

кацій надто камерна. Як слушно зазначає відомий письменник і політолог Микола Рябчук, літературна критика – різновид газетярства. Критик пише не “на вічність”, його читач – середній інтелігент, що цікавиться літературою не більше (але й не менше), ніж спортом, політикою й безліччю інших справ, про які прагне довідатися зі щоденних газет”. Автор висловлює категоричну думку, яка не видається нам вельми дискусійною: “Саме в цій основній своїй “газетній” іпостасі літературна критика в Україні ніколи не існувала. Досить зіставити “Нью-Йорк таймс” чи “Жеч-посполіту” з будь-якою газетою в Україні, аби побачити, що жодна наша редакція не відстежує з дня на день книжкових новинок із тією самою ретельністю, що й події в парламенті чи на футбольних полях... Без цього повсякденного, суто інформаційного рівня літературна критика (як і література загалом) приречена на геттоїзацію в “товстих журналах”, на ізольоване існування у межах касти самих літераторів і літературознавців – із їхнім жаргоном, текстами і нагородами, про існування яких більшість людей навіть не здогадується”¹. Цілком зрозуміло, додамо від себе, що не тільки громадську думку з приводу тих чи інших літературно-мистецьких явищ, зокрема такого масового, як телебачення, ніхто не тільки не формує, але навіть не інформує про те, що таке сучасна українська література, театр, образотворче мистецтво, не кажучи вже про музику. Уявлення про них сучасного інтелігента складається у ліпшому випадку на підставі того, що сказав добрий знайомий, у гіршому – що одна тітка на ринку прорекла.

Якраз справі поінформованості ширшої аудиторії, розширення і впорядкування її уявлень про явища духовного життя мають служити літературно-мистецькі огляди й огляди преси. У них різні об’єкти відображення, але той самий метод, та сама жанрова специфіка, що й в огляду політичного чи економічного. Насамперед, мається на увазі характеристика й осмислення низки однорідних фактів. Літературний, як і загалом мистецький, огляд завжди був популярним і складним інформаційно-аналітичним жанром критики й мистецтвознавства, особливо у журналах. Оглядові статті й сьогодні оприлюднюються у спеціальних виданнях, таких як “Слово і час”, “Дзвін”, “Сучасність”. Досить гострі й неординарні огляди друкуються у “Критиці”. До таких видань, як “Столичні новості”, “Дзеркало тижня”, що досить кваліфіковано висвітлюють ці питання, можна було б долучити певні спроби таких регіональних газет, як “Молода Галичина”, “Львівська газета”.

Що ж стосується огляду преси, то він сьогодні існує у єдиному інформаційно-рекламному різновиді лише на радіо і телебаченні, а

¹ Рябчук М. Чому я можу не бути критиком // Критика. – 2002. – № 12. – С. 26.

також у деяких формах в Інтернеті. Пояснюється це відповідними об'єктивними причинами. На зміну класичній українській, як і зарубіжній журналістиці, в умовах тоталітарної системи огляд преси перетворився, з одного боку, на засіб партійного керівництва пресою, а з іншого – на засіб боротьби з “брехливою буржуазною пресою”. За принципом описаного Т. Шевченком мордобою газета, яка стояла щаблем вище, чинила суд над газетами, які стояли нижче, вчила і повчала братів молодших. Це була директивна, безапеляційна розмова, яка не могла викликати заперечень. Огляд преси прирівнювався до передової статті центральної “Правди”.

Огляд преси такого типу загинув разом із комуністичною партійною системою. Сьогодні домінує головню два різновиди інформаційного радіо- і телеогляду. Це ранішній, а іноді й нічний стислий огляд найцікавіших, на думку журналіста, публікацій окремих газет із коротким цитуванням окремих публікацій. Такий огляд дає певну загальну орієнтацію, про що пишуть газети, і тим самим стимулює увагу майбутнього читача і потенційного покупця того чи іншого видання. Зрозуміло, що такі огляди не позбавлені елемента суб'єктивізму, а іноді й спекуляцій. Прикладом тенденційності можуть слугувати огляди газет на УТ-1. Огляди української преси підміняються рекламуванням російських видань в Україні¹. Тому досить складним і відповідальним є дотримання певної об'єктивності, неупередженості, справедливості. Чималого досвіду набули у цьому жанрі російська і українська редакції радіо “Свобода”. Зважаючи на неминучу суб'єктивність у виборі видань, що в Україні ще й пов'язане з мовою, відповідними акцентами, головними критеріями все ж таки мають бути вагомість, глибина і можлива резонансність публікацій, їхній фаховий рівень.

Другим різновидом інформаційного огляду, який практикують не тільки радіо і телебачення, але й щоденні газети, є стислі повідомлення про найвагоміші публікації зарубіжної преси і загального характеру, і присвячених Україні. Інтернет дає практично необмежені можливості оперативного інформування про такі публікації. Такими можливостями широко користується не тільки радіо, а й щоденні газети. У газетах “День”, “Високий Замок” та інших даються огляди не тільки друкованих видань, але й авторитетних радіостанцій. Цінне те, що такі публікації не тільки називаються й переказуються, у них дослівно цитуються найважливіші місця.

На нашу думку, українські радіожурналісти майже зовсім не використовують можливостей для популяризації кращих, найвагоміших, гострих публікацій українських газет, тижневиків. Враховуючи мізер-

¹ Брягунов Ю. Рекомендації прибалтів... // Молодь України. – 2004. – 8 квіт.

ний тираж періодики, особливо україномовної, і вагомість, важливість багатьох статей, полемічних відгуків про події та явища, було б доцільно не тільки повідомляти про них, але й стисло їх викладати. Це могло б мати добрий резонанс і певне коло вдячних слухачів.

Як бачимо, навіть дуже стислий розгляд жанрової модифікації журналістської аналітики засвідчує великі можливості урізноманітнення змісту і форми спілкування журналіста з аудиторією. Величезний досвід масової інформації переконливо доводить, що вирішальним у творчому процесі є об'єктивність, глибина думки, однак неабияке значення у сфері масового публічного спілкування має різноманітність і адекватність форм вислову, їхня досконалість.

Питання для обговорення

1. Загальна характеристика аналітичних жанрів.
2. Коментар, стаття, огляд. Спільність і відмінність між ними.
3. Жанрові особливості листа.
4. Рецензія та інші форми літературно-критичних виступів у ЗМІ.
5. Огляд преси та його форми у сучасних мас-медіа.

Список літератури

- Гід журналіста. – К., 1999. – С. 47–49.
- Здоровега В. У майстерні публіциста. – Львів, 1969. – С. 120–124.
- Кузнецова О. Аналітичні методи в журналістиці. – 2-ге вид., допов. – Львів, 1997.
- Теорія і практика радянської журналістики. – Львів. 1989. – С. 182–265.
- Тертычный А. Расследовательская журналистика. – М., 2002. – С. 100–261.

14.3. Методика роботи

Специфіка аналітичного відображення диктує дещо іншу методику порівняно з методикою роботи над інформацією. Зрозуміло, що одна річ праця над репортажем, інша – над оглядом, ще інша – над рецензією чи літературним портретом. Однак є щось спільне, загальне, що ріднить підходи до аналітики. Частково про це йшлося у розділі про задум, тему, концепцію твору. Спробуємо проаналізувати, як ці сходи від задуму до готового виступу реалізуються в аналітичних

творах, бо дещо по-іншому доводиться працювати авторові у художньо-публіцистичних жанрах.

Як зазначено у навчальній літературі, загальні методи аналізу є спільними для будь-якого виду мисленої діяльності¹. Їх досліджує загальна теорія пізнання. Відповідно виокремлюють традиційні, "нові", непрямі, загальні та гіпотетичні методи аналізу. До так званих традиційних прийнято відносити ті, які налагоджують зовнішні зв'язки між явищами, подіями: порівняльні, історико-культурні, біографічні, генетичні тощо. До "нових" належать структурний, семіотичний, генетичний аналізи. Загальними непрямыми методами аналізу дехто називає аналіз літератури, періодики про об'єкт дослідження, статистичний аналіз та аналіз соціологічних анкет. Гіпотетичні ґрунтуються на здогадці, припущенні, вгадуванні. Сюди належать уже версії, прогнози і навіть пророцтва. Існує навіть такий розділ науки, як евристика, в основі якої лежать інтуїтивні розв'язання проблем.

Практично аналітичний метод у журналістиці чималою мірою збігається з сучасними методами науки. Не випадково, мабуть, найкращі аналітичні матеріали сучасної періодики належать перу науковців, і не тільки гуманітаріїв.

Цікаві висновки можна зробити щодо застосування наукових методів у журналістиці на підставі збірки "Монологи в Універсумі". Про них мовлять самі автори, переважно науковці. Доктор фізико-математичних наук Анатолій Свідзинський, погоджуючись із тим, що фахові знання в певній галузі і досвід роботи в ній – важливі чинники успіху, наголошує: "Однак, більше важить володіння принципами методології сучасного наукового дослідження, які є спільними для всіх наук, але, безумовно, найглибше розвинені в галузі точних, передусім у фізиці"². Анатолій Свідзинський у статті "Проблеми формування нації та держави в сучасній Україні", як і доктор економічних наук Юрій Сасенко у статті "Україна: моделі виживання та проблеми вибору", інші автори пробують застосувати для з'ясування складних соціологічних проблем методи, термінологію і підхід природничих наук.

Відмінність журналістської аналітики, а отже, і методики праці, насамперед в обсязі і способах обробки фактологічної бази та дефіциті часу. Журналіст неспроможний зібрати таку сукупність фактів, це може зробити дослідник-науковець. Друга відмінність – вимога популярності, прагнення простоти й доступності. Кожен автор, який пише наукові статті, книги, реферати, не може не відчувати великої відмінності, коли береться за публіцистичну чи популяризаторську статтю для газети, ча-

¹ Кузнецова О. Аналітичні методи в журналістиці... – С. 17–18.

² Монологи в Універсумі... – С. 47–48.

копису. Не всім дано володіти стилем і методом популярного письменника. Однак кожен, хто прагне аналізувати, а не просто описувати життя, повинен більшою чи меншою мірою володіти елементами наукового мислення.

Якщо підходити до справи практично, то аналізувати явище чи процес можна лише піднявшись над сукупністю фактів і явищ. Це дуже важливий момент – не розгубитися, не потонути у фактах, не намагатися розповідати про все, що побачив або прочитав. Факти треба зіставляти, групувати за подібністю і відмінністю. І, можливо, найважливіше – виділити головне. Елементарний приклад. Напружена передвиборча війна претендентів на посаду президента. Велика кількість різноманітних фактів про минулі вибори до Верховної Ради, про боротьбу різних кандидатів, про те, хто на кого спирається, хто кого підтримує матеріально. У цьому плетиві інтересів автор статті “Остання зброя кандидатів” Олег Онисько виокремлює Федерацію профспілок України з її мільярдним фондом соцстраху, який обертається майже безконтрольно. Всебічний аналіз ситуації дає автору підставу зробити висновок, який винесений у лід матеріалу: “Українські профспілки не мають великого впливу на суспільство, але мають гроші, розгалужену інфраструктуру. Саме тому вони стануть хоч і тінювими, але все ж сильними гравцями у президентських перегонах”¹. Тижневик своєю інформацією і аналізом застерігає проти зловживання цими коштами під час виборів.

Ми вже зазначали, що процес концентрації, переплавка різноманітної інформації у думки, ідеї, виділення потрібних деталей, зокрема і формулювання назви, ліду матеріалу, є найскладнішим у процесі формування твору. Із величезної кількості фактів, епізодів, висловлювань співрозмовників, виписок із документів, цифрових даних треба вибрати найпромовистіші, найхарактерніші, постійно пам’ятаючи жартівливу пораду: пам’ятай, що ти не Толстой і пишеш не “Війну і мир”. Майже всі опитувані нами відомі журналісти стверджували, що саме цей елемент є найважчим елементом творення. Мало хто з них знаходить слова, щоб виразити сутність творення. Часто вдаються за допомогою до кінетичної мови, малюючи щось на зразок хлібного буханчика, який треба формувати, стискати, округлювати.

Дуже важливим є формування спочатку концепції, версії, а після – осмислення матеріалу, наскрізної ідеї. Незалежно від того, пише автор план майбутнього виступу чи схильний тримати його в голові, матеріал детально продумується ще до вербального закріплення змісту у відпо-

¹ Онисько О. Остання зброя кандидатів // ПіК. – 1999. – № 20. – С. 11.

відному тексті. Дисципліна мислення, попереднє продумування і компонування майбутнього тексту деякими авторами, особливо коли йдеться про великі твори, бувають дуже детальними. Характерне спостереження Світлани Кириченко про те, як працював над аналітичним твором, своєрідним політичним маніфестом українського дисидентства "Право жити" Юрій Бадзьо: "Для мене була дивовижна здатність мого чоловіка так продумувати майбутній текст, що він постає у всій своїй концепційній та архітектонічній довершеності ще в задумі. Юрко називає не лише заголовок майбутнього дослідження – "Право жити", а й зі скількох розділів праця складається, кожен з них має двочленну назву. Порядок розділів зумовлено наскрізною ідеєю, що формулюється в першому реченні, ще не покладеному на папір..."¹

Так методично чітко організовували матеріал своїх досліджень багато відомих учених і публіцистів. Це своєрідний ідеал, на який треба орієнтуватися, особливо авторам-початківцям, але в оперативній публіцистичній праці не завжди є можливість і потреба дотримуватися такої методичної прискіпливості. На практиці все це відбувається оперативно, у згорнутому вигляді, але сам принцип мислення і осмислення залишається, ним мають оволодівати ті, хто береться за аналітику.

Найскладнішим, з практичного і методичного погляду, є слабо розвинене в наших українських умовах журналістське розслідування. Іноземна журналістика набула в цьому великий практичний досвід, також має ґрунтовні наукові дослідження. Для тих, хто хоче займатися цією непростю роботою, можуть стати у пригоді методичні поради й рекомендації і самих журналістів, і дослідників.

Оскільки предметом журналістського розслідування є насамперед різні злочини, події та конфлікти, існування яких хтось намагається приховати від суспільства, і про них ще ніхто не повідомляв публічно, журналіст бере на себе особливу відповідальність, а тому збір і дослідження інформації має самостійний характер.

Сама ж логіка і послідовність, етапи роботи, джерела інформації та її осмислення є спільними для аналітичної журналістики. Методи пошуку інформації автора журналістського розслідування споріднені із працею слідчого і водночас ученого-дослідника. Дехто навіть застерігає, що ця праця відрізняється від простого дослідження. Нам видається, що проводити якусь межу між цими двома видами праці нема сенсу. Просто зростає ступінь відповідальності та самостійності.

¹ Кириченко С. Батьки і діти // Молодь України. – 1997. – 13 берез.

Праця у будь-якому жанрі журналістики, крім продумування задуму, формування теми, передбачає етап збору інформації та її осмислення. Так само автор розслідувального матеріалу вдається до подібних методів збору потрібної інформації (спостереження, інтерв'ю і "вільні" розмови, вивчення документів). Набагато ширше, ніж у традиційній журналістиці, використовується експеримент¹.

На нашу думку, застосування кожного з цих методів у розслідувальній журналістиці має свою специфіку. Насамперед відповідно до обсягу необхідної інформації. Жоден інший оперативний журналістський виступ не вимагає такого скрупульозного й обов'язково самостійного збору інформації та перевірки її достовірності. Розслідувальна журналістика вимагає від автора частіше вдаватися до включеного прихованого спостереження, а воно, як відомо, не може обійтися без обману, що спричиняє порушення не тільки моральних норм, але й законів.

Гюнтер Вальраф, якого вважають класиком розслідувальної журналістики, вдаючись до свідомого обману у процесі збору інформації про долю іноземних працівників на одному із підприємств, не виправдовував своїх методів, вважав їх вимушеними і відверто заявляв, що, обманюючи окремих людей, скажімо, власників підприємства і навіть колег по роботі, він розкриває очі тисячам інших, що мета його відкриттів служить суспільним інтересам². "Звичайно, – пише він у передмові до книги "На самому дні", – я не був справжнім турком. Однак, щоб викрити це суспільство, треба змінити наряд; щоб виявити істину, треба хитрувати і лицедіяти"³. Незважаючи на приголомшливий успіх позиції і писань мужнього Вальрафа, метод його роботи не може бути загальноприйнятим, тим паче у тих соціальних умовах, у яких перебуває наше суспільство.

Важливе значення у розслідувальній роботі журналіста має опрацювання документів, а також ведення розмов із потрібними людьми. У цій ситуації журналіст не просто вивчає документи. Він змушений шукати такі письмові й інші джерела, які не доступні для всіх. Це стосується і розмов із майбутніми героями розслідування. Велике мистецтво проведення розслідування в тому, що автор змушений постійно балансувати на межі винахідливості й правових норм. Добра обізнаність із

¹ Мурікан Ж. Журналістське розслідування. – К., 2001. – С. 39–66.

² Тертычный А. Расследовательская журналистика... – С. 111.

³ Вальраф Г. Репортер обвиняет. – М., 1988. – С. 275.

законами – найелементарніша вимога. Не обійтися без постійних консультацій із досвідченими правниками.

Експеримент як метод збору інформації застосовується у соціології тоді, “коли є необхідність встановити причиново-наслідкові зв’язки між явищами, перевірити, чи або як впливає конкретний чинник на конкретну ситуацію”¹. Соціологи наголошують на тому, що “експеримент як метод збору інформації – не штучне втручання в життя, а фіксація наслідків такого втручання”².

Дослідники-журналісти вважають, що автор, який проводить експеримент, “обов’язково створює неіснуючу до нього, тобто штучну ситуацію (наприклад, організовує письмові звернення до себе із різних районів міста ста адресатів і чекає, коли і як до нього надійде кожен із них)”³. У цьому разі часто посилаються на досвід московського публіциста Анатолія Рубінова, який сам собі організував так звані мічені листи. Це називають “провокацією дійсності”.

Таку грандіозну провокацію свого часу організував Гюнтер Вальраф, який разом із своєю помічницею-журналісткою, видаючи себе за торгівця зброєю, зумів розкрити протиурядову змову в Португалії, задуману полковником Спінолою⁴.

Методика роботи журналіста має специфічні нюанси, коли потрібно реалізувати задум у жанрі коментаря чи статті, огляду чи рецензії. Коментар, наприклад, вимагає насамперед оперативного зважування вагомості події, факту, явища. Відбувається подвійний відбір, спочатку факту, про який варто повідомити. Адже жодне інформаційне агентство, тим паче редакція газети, інформаційна програма на телебаченні чи радіо не може сповістити про все, що відбулося в регіоні, країні, світі. Відбирається десяток, кілька десятків подій. Та коментуються лише найважливіші, найвагоміші. І це мають оперативно вирішувати автор і редакція. У жодному разі не обійтися без частки суб’єктивізму, а іноді упередженості, тенденційності. Уважний телеглядач, дивлячись різні канали українського телебачення, не може не помітити, як і у якій послідовності подаються новини, які з них обходяться мовчанкою. Ще яскравіше це виявляється у коментарі, бо тут, крім відбору об’єкта, міститься певний оціночний елемент.

Коментатор, який прагне завоювати авторитет аудиторії, повинен бути по можливості об’єктивним, висловлювати різні погляди. Крім

¹ Лубкович І. Соціологія і журналістика. – Львів, 2002. – С. 71–72.

² Там само. – С. 73.

³ Тертычный А. Расследовательская журналистика... – С. 1337.

⁴ Вальраф Г. Нежелательные репортажи. – М., 1982. – С. 206–247.

елементарної порядності, необхідно мати максимум інформації, що стосується певного питання, елементарно розумітися в ньому, щоб роз'яснити його сутність співрозмовникові. Читача, слухача не можуть задовільнити такі коментарі, які не зіставляють факт чи явище з іншими, не повідомляють нової інформації, яка стосується події чи явища, та нових, бажано різних, думок із цього приводу.

Ще більша відповідальність, отже, складніші методичні вимоги стоять перед автором статті чи огляду. У процесі написання статті журналіст, зазвичай, має чималу кількість різнопланових, різномасштабних фактів, епізодів, вражень. Дехто навіть намагається зафіксувати це дуже лаконічно на аркуші паперу. З'являється багато стисло написаних висловів, цифр, прізвищ, почутих чи вигаданих автором фраз, афоризмів. Вони лягають на папір вздовж і впоперек, з'єднуються стрілками, виділяються підкресленнями. І це робиться для того, щоб тримати все це в уяві, поєднувати між собою. Така мозаїка, вишиття у кожного свої, неподібні, щоразу інші. До речі, в одному з американських художніх фільмів, в основі якого відтворення діяльності двох журналістів газети "Вашингтон пост" щодо розслідування відомої утергейської справи, завжди фігурує аркуш паперу, на який рукою одного з героїв постійно наносяться щоразу нові й нові факти, прізвища, номери телефонів, окремі слова і дати. Зрозуміло, такий аркуш – не документ, а художня деталь, фікція, але вона добре відтворює саме зв'язки між розрізненими фактами, прискіпливий пошук правди.

Сучасний журналіст, аналітик, який, працює на комп'ютері, має незрівнянно більші можливості використання найрізноманітнішої оперативної та закладеної у комп'ютерній пам'яті інформації як внутріредакційної, так і розміщеної на інших сайтах. Її можна зіставляти, аналізувати, робити набагато точніші висновки на підставі екскурсів у минуле, висловлювань учених, політиків, експертів. Авторіві порівняно легко знайти потрібний документ, закон, власні попередні публікації чи виступи його колег.

Та все це техніка, технологія. Вона важлива не сама собою, а тим результатом, тією іскрою думки, яка спалахує в результаті зіставлення фактів, аналізу процесів і тенденцій.

"Баланс місяця" – типова оглядова рубрика газети "Голос України". Ігор Науменко, автор матеріалу "Про хліб. Насущний та індустріальний", пробує підбити баланс липня 2003-го. Уже в ліді наголошується на тому, що йтиметься не про жнива, а про баталії на всіх рівнях влади "навколо цінової кризи на внутрішньому ринку продовольства, що смерчем пронеслася містами і селами країни наприкінці червня. За-

разом вийнявши з гаманців наших співгромадян близько 3,5 мільярда гривень.” Заодно не менш напруженими були липневі баталії навколо хліба індустріального – вітчизняного ПЕКУ, на якому робили і далі роблять мільярдні приватні багатства, наголошус автор. Він досить гостро критикує виконавчу владу і намагається “оцінити ситуацію, що складається на продовольчому, і не тільки, ринку, так би мовити, власним розумом, з огляду на реальні факти”. На його думку, витягнуті з наших кишень 3,5 млрд грн осіли у кишнях спекулянтів і цілком можливо, “що лєвова частка цих грошей концентрується в тїньових та політичних касах в очікуванні президентських виборів”, а від ринкової економіки “наші сільгоспвиробники так само далекі, як і за часів недавніх колгоспів”. Нарешті, “авральнo-адміністративні заходи влади ні до чого не ведуть, а лише підтверджують викладене вище”¹.

Не в усьому можна погодитися з оглядачем. Він має рацію у тому, що оголошене зростання ВВП і неймовірні темпи промислового зростання аж на 11,7% прості громадяни на собі не відчули. Автор досить точно підрахує, яких втрат зазнає держава, закупаючи чуже вугілля; що близько 7 млрд грн з виробленої за рік електроенергії кудись випаровується.

Однак, по-перше, досить суворо і назагал справедливо критикуючи виконавчу і судову владу, він, як гідний представник газети Верховної Ради, скромно обходить мовчанкою вину законодавчого органу за грубі прорахунки у системі законодавчого регулювання всіх описаних процесів. По-друге, він навіч лобіює певні сили, які скептично ставляться до уже збудованого нафтопроводу “Одеса-Броди” і воліли б віддати цю стратегічну нитку енергоживлення України для перепомпвання російської нафти у зворотному напрямку.

Дещо інша методика праці журналіста над тими аналітичними матеріалами, предметом дослідження яких є уже відображена дійсність. У методичній літературі, як уже було зазначено в процесі роботи над рецензією, літературно-критичною статтею, літературним оглядом, а також оглядом листів і преси, з’являється ще один етап, ланка мисленої праці, і тоді ланцюжок послідовності її розгортання виглядає так:

перший етап – сприйняття художнього, наукового, публіцистичного, журналістського тексту відповідно до об’єкта вивчення. Він охоплює певний відбір, фіксацію у вигляді виписок, цитат, власних вражень;

другий етап – нерозривно пов’язані з першим етапом роздуми, оцінки прочитаного, побаченого, якщо йдеться про кіно-, телевізійні огляди, зіставлення сприйнятого з реальним життям, формування відповідних попередніх висновків;

¹ Голос України. – 2003. – 5 серп.

третій етап – виникнення концепції, моделювання, висловлюючись сучасною мовою, майбутнього виступу, його жанрово-композиційних особливостей, перевірка фактів і гіпотез, тобто створення в уяві майбутнього виступу;

четвертий етап – написання твору чи його реалізація. Виступ можна й не писати, а начитувати перед мікрофоном чи камерою;

п'ятий етап – традиційне саморедагування, звірка цитат, фактів тощо¹.

Текст рецензії, огляду преси чи літературно-критичної статті є, як правило, результатом зіставлення ніби двох начал – відображеної і об'єктивної реальності. Автор оцінює як саме життя, так і його відтворення, скажімо, у листі читача, серії публікацій тієї чи іншої газети, науково-популярної книги науковця, або створеної видатним художником, його творчою уявою дійсності, якої реально не існує. Тому, користуючись термінами “рецензування”, “огляд”, треба мати на увазі відмінність тієї матерії, з якою має справу автор подібних за жанрами, але дуже різних за внутрішньою специфікою творів.

Найпростішим за змістом є огляд листів, оскільки він зводиться до переказу, групування і, у ліпшому випадку, аналізу висловлених у цих суто людських документах суджень, фактів, емоцій, тобто вияву того, що прийнято називати масовою свідомістю. Звичайно, листи, що стихійно надходять до редакцій, установ чи організацій, можуть прискіпливо аналізуватися за детально розробленою і досить складною науковою методикою. Цим займаються кваліфіковані соціологи. Їхньою методикою можуть скористатися журналісти. У цьому разі листи трактуються як один з різновидів документів².

Повсякденна ж практика сучасної журналістики засвідчує: огляди листів, зважаючи на втрату до них професійного інтересу, з'являються дуже рідко, а якщо з'являються, то мають загальний характер як підтвердження певного стану громадської думки. Зазвичай, окремі листи друкуються повністю або використовуються як певний привід для виступу того чи іншого журналіста з власним матеріалом. Найчастіше це буває відповідь на гострий лист до редакції³.

Огляд преси, якщо розглядати його у всій жанровій багатоманітності, вимагає більшої компетентності і професійного досвіду, оскільки так чи інакше оцінюється результат праці колег, зіставлення продукту їхньої фахової праці із самим життям, політичною ситуацією у країні,

¹ Кузнецова О. Аналітичні методи в журналістиці... – С. 52–53.

² Лубкович І. Соціологія і журналістика... – С. 31–36.

³ Грабовський С. Віра і правда // Свобода. – 2003. – 5–11 серп.

загальним станом мас-медіа. Однак навіть єдиний популярний сьогодні інформаційний огляд преси вимагає, як зазначено вище, об'єктивності, неупередженості, зваженості, вміння відбирати і подавати інформацію. Специфіка літературно-критичної та літературно-мистецької критики насамперед у тому, що порівняно з іншими жанрами вимагає не просто аналітичних начал, як публіцистична стаття чи огляд, а особливого мистецького чуття, розуміння естетичної природи мистецтва, його різновидів. Літературну, театральну або кінорецензію може написати кожен журналіст, а тим паче науковець. Бути ж професійним критиком у будь-якому з видів мас-медіа може далеко не кожен. Для цього потрібно, щоб літератор відповідав певним вимогам. По-перше, він повинен бути добре обізнаним з історією і сучасним станом літератури чи іншого виду мистецтва, а ще ліпше – найголовнішим із них. Словом, він має бути своїм у колі професіоналів, багато читати, спілкуватися з ними. По-друге, – і це природно – критик повинен мати час для такої специфічної праці, займатися саме цим питанням, а не бути журналістом-багатоверстатником, як це заведено майже у всіх, навіть найповажніших редакціях. По-третє, критик повинен бути добрим публіцистом у найкращому значенні слова: розуміти тенденції сучасного світу, знати запити і потреби сучасної публіки, вміти зіставляти мистецькі творіння із вимогами життя, а найголовніше – володіти добрим образним стилем, бути дотепним, гострим на слово. І обов'язково лаконічним. Такий талант критика-публіциста дуже рідкісний, бо ерудованих критиків-професіоналів на університетських кафедрах, в науково-дослідних інститутах, у редакціях часописів маємо мало. З огляду на це, важливе організаційно-методичне завдання редакції і тих її працівників, які безпосередньо висвітлюють питання культури – організувати більш-менш планомірний огляд процесу літературних і мистецьких явищ. Це означає пошук потрібних людей, відповідну роботу з ними, орієнтацію їх у тому, які вимоги ставить газета чи радіо до рецензування творів літератури, мистецтва.

Отже, методика літературно-критичної праці – це не тільки вміння самого журналіста кваліфіковано оцінювати ті чи інші твори, але й допомагати це робити позаштатним працівникам. На першому місці – відбір творів для рецензування чи огляду. Дуже важливо під час такого відбору керуватися справжньою вагомістю книги, спектаклю чи передачі, а не певними приятельськими чи, тим паче, кон'юнктурними мотивами. Навіть якщо видання чи редакція не має можливості часто вміщувати відгуки, рецензії чи статті на ці теми, повинна виявлятися певна система. Не менш важливим, вічним питанням літературної критики є подання високої вимогливості, принциповості з тактовністю, доброзичли-

вістю. Це не означає, що рецензент у певній ситуації не має права виступити навіть сатирично гостро проти художнього браку, очевидного графоманства, яких так багато сьогодні.

Ведучи мову про українську літературну критику, ми заслужено і справедливо називаємо імена Пантелеймона Куліша, Івана Франка, Осипа Маковея та інших трудівників на цій нелегкій ниві літератури, які жили і творили у ХІХ ст.¹ Та й у ХХ ст. маємо чудові зразки гострої критики. Досить згадати лише таких різних за поглядами і суспільною позицією критиків, як Олександр Білецький, Сергій Єфремов, Дмитро Донцов, Микола Зеров, Михайло Рудницький. Навіть в умовах суворої цензури авторитет завоювали Іван Дзюба, Євген Сверстюк, Маргарита Малиновська.

Сьогодні очевидний занепад рівня літературної критики у ЗМІ якоюсь мірою компенсується літературно-мистецькою критикою у сфері наймасовішого виду художнього спілкування, яким є телебачення. Такий великий творчий і редакційно-методичний досвід має газета “День”. Очолений Наталією Лігачовою, а згодом Катериною Дядюю відділ і постійна сторінка “Телебачення”, як і створений з ініціативи тієї ж Лігачової інтернетівський журнал “Телекритика”, – це добра школа журналістського ремесла, конденсатор методичного досвіду й самого телебачення, і такого різновиду журналістської праці, як мистецька критика.

Питання для обговорення

1. Особливості методики роботи над аналітичними матеріалами.
2. Фактаж і його осмислення.
3. Журналістське розслідування і методичні вимоги до його організації та проведення.
4. Методики аналізу відображеної дійсності у рецензіях, оглядах листів, преси, літератури, телебачення.

Список літератури

- Гід журналіста. – К., 1999. – С. 47–59.
Кузнецова О. Аналітичні методи в журналістиці. – 2-ге вид., допов. – Львів, 1997.

¹ Дстальніше див.: Федченко П. М. Історія української літературної критики. – К., 1988.

Тертычный А. Расследовательская журналистика. – М., 2002. – С. 100–261.

Фихтелиус Э. Десять заповедей журналистики. – Вэрнамо, 1999. – С. 29–50.

15. ХУДОЖНЬО-ПУБЛІЦИСТИЧНЕ ВІДОБРАЖЕННЯ

15.1. Публіцистика та її природа

Потреба виділення й окремого тлумачення публіцистики пояснюється декількома причинами. По-перше, великим значенням, яке вона має у житті суспільства. Будучи сьогодні одним із потоків журналістської інформації, публіцистика функціонувала і надалі функціонує і поза ЗМІ. По-друге, публіцистика у пресі, на телебаченні відіграє не тільки особливу роль, але й своєрідно впливає на інші потоки журналістської інформації. По-третє, як і будь-яке важливе явище духовного життя, публіцистика зазнає постійних змін, трансформується, набуваючи певних нових властивостей.

Слово “публіцистика” (від лат. *publicus* – суспільний, народний) прийшло до нас із німецької, звідки було запозичене також польською, російською, болгарською, чеською та іншими слов'янськими мовами. Зокрема, в українській, мабуть, одним із перших його широко почав вживати І. Франко. Натомість його майже не використовують в англосакських мовах, хоч воно і зафіксоване в енциклопедіях і наукових словниках. (У побутово-практичному житті англійці й американці публіцистом називають агента торгової реклами. Потік журналістської інформації, який ми називаємо публіцистикою, там іменують словом “журналізм”).

Спочатку публіцистом називали того, хто займався цивільним правом, а згодом усіх, хто виступав із правових і загалом суспільних питань. У більшості словників, енциклопедій слово “публіцист” пов'язується з виступами на актуальні суспільно-політичні теми, з роботою у ЗМІ¹.

В. Даль пов'язував це слово з поняттям “публіка”, “публічне право”. На його думку, “публіцист, письменник, більш газетний, журнальний, із сучасних, загальних питань, з народного права”.

Публіцистика не як термін, а як певне суспільно-творче, духовне явище набагато давніше від журналістики і навіть друку. Першими публіцистами давнини були оратори, проповідники, священники. Один із відомих католицьких церковних діячів сказав: “Якби апостол Павло жив сьогодні, він був би публіцистом”.

¹ Дстальніше див.: *Здоровега В. У майстерні публіциста.* – Львів, 1969. – С. 7–24.

Із поширенням письма публіцистика фіксується за допомогою знаків, із винайденням друкарського верстата набуває масового поширення, не припиняючи, однак, усного функціонування. Усна публіцистика заново відроджується і набуває масових масштабів з огляду на виникнення радіо й особливо телебачення. Нові можливості розповсюдження публіцистичного тексту дає всюдисущий Інтернет.

Історія журналістики, літератури, політичної думки, аналіз праць чи принагідних висловлювань, присвячених публіцистиці, переконус нас у тому, що цим словом, принаймні у нас, прийнято називати хоч і близькі, та все ж не тотожні явища. Тому, на нашу думку, доцільно розрізнати публіцистику у широкому і вузькому, професійно-журналістському значенні слова. Публіцистика в широкому значенні слова охоплює всі публічні виступи на актуальні суспільно-політичні теми, а отже, майже всі журналістські виступи¹. Без сумніву, публіцистика – своєрідна ділянка духовної культури, вид творчої діяльності, вираженої у живому і писаному слові, звуці, зображенні. Вона споріднена, нерозривно пов'язана з наукою, мистецтвом, філософією, релігією, але не є, як каже Микола Шлемкевич, жодною з них.

Трактуючи публіцистику у найширшому значенні слова, М. Шлемкевич зрікається її точної логічної дефініції. Він вважає, що публіцистика не має специфічного предмета, що предмет її є водночас предметом, яким займаються і наука, і мистецтво, і релігія. Немає, на його думку, якоїсь “спеціальної публіцистичної методи”. Зважаючи на це, він відносить до публіцистики найдавніші промови і послання, що ними користувався найбільший публіцист християнства апостол Павло, промови Демосфена і Цицерона, газетну і журнальну статтю, есе, ескізи, розвідки. Поряд живуть і навіть процвітають старі форми ораторства, створюючи наймодерніші типи публіцистики в радіопередачі й телевізії. До публіцистики автор відносить і “особливо актуальні, пекучо-теперішні праці політично-ідеологічного, критично-естетичного, світоглядного змісту, які не вміщуються в поняття релігії, мистецтва, науки”².

Поділяючи думки М. Шлемкевича про публіцистику як складне, суперечливе, нечітко оформлене явище, зв'язане з наукою, мистецтвом, релігією, свою дефініцію публіцистики пробує дати професор Йосип Лось: “На нашу думку, – зазначає автор, – це словесна сфера моделювання свідомості, вияв незгасної активності, динамізму людського духу, політичне і морально-філософське освоєння історії та актуальної суспільної практики, всеохоплюючий засіб формування особистості, площа

¹ Див.: Федченко П. Преса та її попередники. – К., 1969. – С. 8.

² Шлемкевич М. Новочасна потуга (Ідеї до філософії публіцистики) // Верхи життя і творчості. – Нью-Йорк; Торонто, 1958. – Т. 5. – С. 111–112.

вияву інтересів і вартостей людей, суспільних груп і націй, втілення їх культурної ідентичності”¹.

Право на існування мають різні тлумачення складних духовних явищ, однозначності тут досягти важко. У цьому випадку підмічені суттєві риси публіцистики – активність, динамізм, здатність формувати особистість, втілювати культурну ідентичність. Однак набір певних ознак явища не дає цілісного уявлення про нього. Розуміючи складність і неоднозначність самої публіцистики, її простори без видимих берегів, у визначенні все-таки має бути дана відповідь, що таке публіцистика (діяльність, вид творчості), які функції виконує і якими засобами володіє для виконання своїх завдань. Ключове слово “моделювання” – це спрощене, схематично-інформаційне відтворення чогось реального, багатогранного, цілісного. Що ж стосується арсеналу впливу на особистість, своєрідності змісту і форми, то у визначенні про них ні слова. А, до речі, М. Шлемкевич все-таки веде мову про публіцистику як про розплавлену лаву, яка ще не знайшла свого місця в науці, мистецтві.

У 60-х і наприкінці 80-х років минулого сторіччя відбулися досить помітні у журналістських колах дискусії щодо природи публіцистики, ролі у суспільному житті, її змісту і форми. У цих суперечках брали активну участь як дослідники Ю. Лазебник, Є. Прохоров, Д. Прилюк, П. Москаленко, В. Ученова, так і багато публіцистів. Сформувалися у чомусь спільні, а у чомусь різні концепції, підходи. Переважальним став функціональний підхід до цього виду творчості. Було б наївно перебільшувати їхнє значення, але якийсь опосередкований вплив на журналістську практику вони мали. Публіцистика відіграла неоціненну роль у збудженні суспільної, зокрема і національної, свідомості.

Виявився цілком можливий і логічно, а, головне, практично виправданий погляд на публіцистику у вужчому значенні цього слова. Що ж стосується багатьох наукових, художніх, філософських та інших творів, то у цьому випадку доцільніше вести мову про їхню публіцистичність.

Публіцистика у вузькому значенні слова, власне публіцистика – своєрідний вид літературної творчості з певними, властивими їй особливостями і внутрішніми закономірностями. Якщо публіцистика у широкому трактуванні слова справді не становить цілісного внутрішнього утворення, то власне публіцистика дає підстави для розгляду її з погляду функцій, предмета й особливо змісту, форми, методу пізнання і відображення дійсності. Зрозуміло, у чомусь вони збігаються з іншими потоками соціальної інформації, з тією ж наукою, філософією, іншими видами журналістської інформації, а у чомусь є специфічними, особливими. Публіцистика як один із потоків мас-медійної інформації не може

¹ Лось Й. Правда слова // Публіцистика і тенденції розвитку світу. – Львів, 1999. – С. 9.

не виконувати чи не сприяти виконанню головних функцій ЗМІ – оперативного інформування, тлумачення подій і фактів, вираження і формування громадської думки, масової свідомості, управління соціальними процесами тощо. Однак ці свої завдання у загальному контексті газети, програмах телебачення і радіо вона реалізує шляхом прямого впливу на свідомість людей, шляхом формування відповідних поглядів, соціальних установок, домагаючись відповідних практичних результатів. Цим публіцистика відрізняється від подієвої, науково-просвітницької, естетичної інформації, як і від навіть найактуальніших філософських, соціологічних трактатів. Від подієвої інформації тим, що не просто повідомляє, а осмислює події, від науково-просвітницької інформації, а також від наукових трактатів – своєю практичною цілеспрямованістю, спонукальністю до відповідних вчинків, своєрідністю підходу до буденних явищ різних сфер діяльності людини. Зрештою, публіцистиці властива специфічна мова і спосіб впливу на аудиторію, спорідненість з ораторським мистецтвом.

Об'єктом публіцистики, як і науки та мистецтва, є реальна суспільна дійсність у всій її складності й взаємозв'язках (беручи до уваги економіку, виробництво, право, побут, мораль тощо). Предмет же публіцистики (тобто вичленувана з метою пізнання частина, "сектор" об'єктивної дійсності) – насамперед соціальні стосунки між людьми, соціально-політичний, людинознавчий аспект виробничих, економічних, морально-етичних, мистецьких і всіляких інших явищ. Йдеться, отже, про відносну самостійність підходу до життя, який відрізняється від наукового і зближується з художнім.

Це, як свідчить досвід і як видно з опитувань, є однією з причин популярності, читабельності публіцистики. Талант публіциста органічно охоплює здатність автора бачити у повсякденному житті суспільно значиме, морально-етичний смисл і незвичних, і буденних явищ. Йому мало зафіксувати те чи інше виробниче, технічне, наукове питання. Він пропускає їх через свою чутливу душу. Щоб стати добрим публіцистом, необхідно, крім усього іншого, здолати ніби два бар'єри: якомога глибше знати об'єкт дослідження, а також вміти перебороти вузькопрофесійний підхід до реалій життя, побачити і розкрити для інших взаємозв'язок явищ, їхній внутрішній соціальний зміст. Інакше, як це нерідко буває, його писання чи оповідь може у ліпшому разі зацікавити окремого фахівця. Сучасні ЗМІ дуже мало говорять (і у цьому їхня слабкість) про те, що зробити в реальному житті, щоб знайти шлях його дальшого розвитку, виходу з кризового становища. І одна з причин у тому, що відсутня талановита, мисляча публіцистика. Публіцисти, якщо вони є, продовжують викривати, сварити і сваритися. Наші ЗМІ дуже важко відходять від потрібної у певний історичний момент мітинговості.

Отже, своєрідність і структура змісту – те, що суттєво вирізняє публіцистику з-поміж інших потоків журналістської інформації і зближує її з наукою, політологією, соціологією, філософією. Іноді настільки, що вони зливаються. Не випадково найліпші публіцисти сьогодні – це політологи, соціологи, філософи, люди, які вміють професійно аналізувати дійсність, володіють відповідною методикою дослідження соціальних явищ.

“Публіцистика починається там, де є думка”, – любив повторювати відомий публіцист А. Аграновський, один із тих, хто своїми публікаціями чималою мірою стимулював перебудовчі процеси у колишньому Союзі. “Публіцистика, – писав він, – повинна будити думку. Коли літератор, сідаючи за стіл, шукає новий поворот теми, новий сюжет, нові слова, все це робиться для того, щоб повести читача дорогою думки... Добре пише не той, хто добре пише, а той, хто добре мислить”¹.

У подієвій інформації зміст зводиться, як правило, до повідомлення про подію, тобто тема інформації, кажучи умовно, майже збігається з відображеним об'єктом. Тема ж публіцистичного твору – не тільки об'єкт відображення, але й певне питання, проблема. Тут важлива не тільки новизна фактів, а насамперед новизна думки. Якщо вдасться до аналогії і скористатись термінологією кібернетики, то у змісті публіцистичного твору домінеє програма суб'єкта над програмою об'єкта. Вміння оригінально мислити – одна із першорядних ознак публіцистичного таланту, але цим талант публіциста не вичерпується.

Не менш важливим є вміння автора висловити думку дохідливо, популярно, образно. Віковий досвід ораторського мистецтва, а відтак і писаної публіцистики виробив своєрідну форму цього виду духовного спілкування між людьми. В ній своєрідно поєднуються, переплітаються елементи логічно-абстрактного і конкретно-образного мислення, символізація та образ.

Дуже важливо звернути увагу на публіцистичний метод. “Метод” у перекладі з грецької означає “спосіб дослідження, шлях досягнення цілі”. Розрізняють філософський і спеціальний методи. Публіцистичний метод, під яким слід розуміти спосіб досягнення мети у цьому виді творчості, на нашу думку, належить до спеціальних методів. Як вважають дослідники, публіцистичний метод слід членувати на метод вивчення, тобто систему прийомів пізнання дійсності, і метод викладу, спосіб реалізації завдання.

Найчастіше метод викладу пов'язують із документалізмом. Однаково документалізм характерний для таких наук, як історія, соціологія. Якщо особливістю публіцистичного методу вважати документалізм відтворення дійсності, то тоді не можна не погодитися із Миколою Шлем-

¹ Аграновський А. Суть дела. Заметки писателя. – М., 1968. – С. 4.

кевичем, який вважає, що “немає якоїсь спеціальної публіцистичної методи”. Дослідження цього складного і тонкого феномена привели нас до висновку, що творчий метод публіцистики поєднує в собі прийоми теоретичного і конкретно-образного мислення з більшими чи меншими елементами художнього мислення. Як було зазначено, публіцист дивиться на всі явища через політичну призму. Цілі, які вона вирішує, породили своєрідний тип мислення, документально точно, політично гостре, практично цілеспрямоване, доступне для широкої аудиторії. У цьому публіцистика споріднена із своєю праматір'ю – ораторським мистецтвом. Як і оратор, публіцист роздумує вголос. І своїм роздумуванням він спонукає до самостійного мислення своїх реципієнтів. Це не просто побажання, добрі наміри автора. Такий метод мислення породжений цілями, які постійно виконує публіцистика.

Дехто називає цей метод мислення “лабораторністю”. Оскільки головне завдання публіциста – переконати читача, зробити його своїм однодумцем, він виносить на суд співрозмовника не тільки підсумок, висновок із своїх роздумів, як це робить учений, а й у першому наближенні сам процес відшукування істини з його труднощами, сумнівами, навіть помилками. “Лабораторія” публіциста, на відміну від лабораторії вченого, відкрита для всіх. Зрозуміло, він не може подати увесь фактаж, усю опрацьовану інформацію. Однак сам хід, логіка думки завжди наявна тоді, коли йдеться про складні проблеми. Саме такий метод дає змогу переконувати, а не наказувати, вчити мислити самостійно, а не нав'язувати догми. У цьому велика педагогічна роль публіцистики. Цим вона відрізняється від “чистої” науки, для якої важливо насамперед з'ясувати істину, і зближується з педагогікою, популяризацією науки, глумаченням тих чи інших знань.

Ще одна особливість публіцистичного методу – своєрідне поєднання раціонального й емоційного, слів поняття та образу. З погляду фізіології вищої нервової діяльності, психології людини публіцист належить до того типу мислителя, який мислить розумно, за логікою, але має постійну тенденцію за словами бачити реальні враження. Цим публіцистика зближується з художньою літературою, є її органічною, хоч і своєрідною, частиною.

Вивчення різних сторін цього виду творчості дає підстави зробити загальний висновок про те, що публіцистика – це твори, в яких оперативно досліджуються й узагальнюються з особистих, групових, державних, загальнолюдських позицій актуальні факти та явища з метою впливу на громадську думку, суспільну свідомість, а відтак на соціальну практику. Публіцист вдається до своєрідного поєднання логічно-абстрактного і конкретно-образного мислення, впливаючи на розум і почуття людини, стимулюючи її певні вчинки, соціальну активність.

Публіцистика, яка виникла задовго до зародження періодичної преси, функціонує сьогодні переважно в системі масової комунікації як один із дуже важливих потоків журналістської інформації. Вона посідає у системі пізнання і відображення людиною дійсності певною мірою “проміжне” місце між наукою і мистецтвом, тісно стикуючись з філософією, політикою, соціологією, релігією, педагогікою, наближаючись до тієї чи іншої форми суспільної свідомості залежно від конкретних завдань, жанрів і видів творчості, індивідуального авторського стилю та ін.

Дуже точно й образно про це сказав М. Шлемкевич: “Її [публіцистики у найширшому значенні слова. – В. З.] місце в духовній культурі образowo виглядало б так: вона – це розгоплена і незрізничкована ще лява життя, в якій уже застигли ясні кришталі наукових тверджень, мистецьких оформлень, релігійних символів. Звідси в публіцистиці стільки неясного, нечистого, незрілого, але одночасно стільки живого і скерованого в будучину. Публіцистика – це зачатки нових кристалізацій духа і дійсності, їх передбачення, вкладені в слово. Це ембріональні зав’язки будучих оформлень тієї ляви, схоплені першими враженнями і першими їх інтерпретаціями в щоденниках, тижневиках. Після цього слідує спокійніше розроблення тих вражень і відповідей у журнальних оглядах, студіях, етюдах, есеях, аж до більших творів світоглядової публіцистики, що стоять уже на межі філософії... Коли мати на увазі таку тяглість духовного процесу, то можна сказати: публіцистика – це дріму-ча філософія, а філософія – це свідомо своїх далекосяжних цілей і своїх методичних засад публіцистика”¹.

Публіцистика, отже, невіддільна від науки, філософії, мистецтва та інших потоків соціальної інформації, постійно збагачується ними, знає їхнього впливу, відповідно, зворотно впливаючи на них. З огляду на це, маємо підстави вести мову не тільки про публіцистику як певний вид творчості, а й про публіцистичність. Під публіцистичністю слід розуміти певні тенденції, елементи, ознаки публіцистики, стильові особливості, властиві, насамперед, іншим потокам журналістської інформації, деяким видам наукових праць, творам художньої літератури, іншим видам мистецтва, охоплюючи зокрема й образотворче мистецтво (плакат, карикатура), музику (гімн, ода). Публіцистичність – проникнення характерного для публіцистики методу в твори непубліцистичні за своєю основою. Публіцистичність виникає тоді, коли автор прагне зворушити реципієнта, вплинути на його свідомість, зумовити відповідну реакцію. Змінити не тільки уявлення, а й поведінку людини, спричинити її відповідні вчинки. Поняття публіцистичності органічно охоплює широке суспільне звучання, проблемність, тенденційність, полемичність і специфічну, властиву саме для публіцистики образність. Будь-який виступ,

¹ Шлемкевич М. Новочасна погуґа... – С. 115.

звернений до широкої аудиторії, тією чи іншою мірою виконує публіцистичні функції, стає публіцистичним.

Можна погодитись із тими, хто вважає журналістику професією, творчим епіцентром якої є публіцистичне осягнення дійсності з властивою їй громадянською пристрасністю, зацікавленістю в результатах. Слід лише застеретти, що публіцистика і публіцистичність легко підмінюються риторикою. Замість глибокої схвильованості, глибинності мислення, щирої пристрасності, кровного зацікавлення в результатах слова маємо зовнішні аксесуари емоцій, які виявляються в імітації глибокодумності, псевдопатетиці. Це було невиліковною хворобою тоталітарної журналістики. Не здолана ця хвороба і в наші дні.

Тому виникає настійна потреба хоч найлаконічніше торкнутися публіцистики в аспекті її національного розвитку та сучасного стану.

Публіцистика посідала особливе місце в духовному житті України. Це пояснюється щонайменше двома причинами: історичною долею і своєрідною ментальністю народу. Позбавлена протягом століть власної державності нація своє духовне утвердження і свій самозахист шукала у народній творчості та у публічному слові, спочатку усному, а згодом, за найпершої та мінімальної можливості, й друкованому. Про це говорило і писало багато дослідників. Академік О. Білецький ще у перші місяці після Другої світової війни зазначає, що “українській літературі не доводилося бути тільки “мистецтвом слова”. Вона була ще в більшій мірі, ніж література російська, зразу всім: політичною трибуною, публіцистикою, філософією, криком, плачем, стогоном поневоленої народної маси”¹. Ю. Барабаш теж виділяє “полемічні, публіцистичні традиції української літератури, яка протягом багатьох десятиліть змушена була відстоювати не тільки потоптані права свого народу на соціальну та національну незалежність, на власну мову, культуру, а й своє право на існування”².

М. Шлемкевич пояснює вирішальне значення публіцистики в житті українського та деяких інших слов'янських народів ще й тим, що, на відміну від Німеччини чи Франції, у яких національний світогляд формувався на університетських кафедрах, у нас він формувався переважно публіцистами, які були творцями світогляду і вчителями життя. Він акцентує також на тому, що така велика роль публіцистики у духовному бутті України пояснює “особливо наше, українське, прагнення поєднати мислення і діяння, прагнення до постійної близьини духа і життя, виразниками якого були і Сковорода, і... новочасні публіцисти”³. Автор припускає, що і надалі наш менталітет актуалізуватиме розвиток саме цього виду духовної творчості: “Коли сердечна туга і мрія укра-

¹ Білецький О. Міжнародне значення української літератури // Літ. газ. – 1946. – 28 берез.

² Барабаш Ю. Традиції та пошуки // Дніпро. – 1960. – № 5. – С. 150.

³ Шлемкевич М. Новочасна потуга... – С. 130.

інства не в сфері абстрактних цінностей, але в цінностях здійснюваних і переживаних, і коли згідно з цим темою українського мислення є щастя справедливого і одночасно гарного життя, тоді публіцистика буде й дати правдоподібно осередньою і рішальною силою тих шукань і прагнень”¹.

Історія української публіцистики – предмет окремої розмови. Зазначимо лише, що розвиток національної публіцистики від перших зафіксованих ораторських виступів на зразок відомого “Слова” митрополита Іларіона, “Літопису Руського”, публічних трактатів і правових документів київських князів, до днів нинішніх публіцистичних творів – це справді ще не викристалізована “жива лава” думок, суджень, образів, спрямованих на захист прав на життя, на землю батьків і дідів, їхньої віри і традицій. І так було завжди. Відомо, що українська література XIV–XVI ст. майже поспіль просякнута полемічно-публіцистичними тенденціями. Історичні обставини склалися так, що на сторожі коло рідного люду кращі його мислителі могли поставити не власну державу, не силу закону, а лише слово у формі сотень тисяч пісень і дум, переказів, легенд і міфів, художніх, а також публіцистичних творів. У нових історичних умовах це переконливо зробив своєю вогненною поезією Тарас Шевченко, політичною прозою і науковою діяльністю інші члени Кирило-Мефодіївського братства.

XIX ст., особливо друга його половина, породило таких гігантів публіцистичної думки, як М. Драгоманов, І. Франко, Л. Українка, М. Грушевський, М. Павлик. На зламі двох століть, коли ще продовжував активно працювати І. Франко, саме у публіцистиці обґрунтовується ідея державної незалежності України, досить яскраво продемонстрована у творчості С. Бачинського і М. Міхновського. У процесі визвольних змагань 1918–1921 років і після їх поразки з’явилась ціла когорта українських публіцистів різних політичних відтінків. Назвемо хоча б найвидатніших серед них. Окрім згаданого вже М. Грушевського, це такі політики і літератори, як С. Петлюра, В. Винниченко, С. Єфремов, Д. Донцов, Є. Маланюк.

Жорстокий тоталітарний режим, запроваджений в Україні, зробив усе для того, щоб поступово придушити вільне слово. Арешти українських письменників, учених, журналістів, самогубство М. Хвильового, а, головне, організація страшного голодомору, призвели до того, що публіцистичне слово могло існувати лише на еміграції або у підпіллі.

До 1944 року в Західній Україні, а після Другої світової війни у Західній Німеччині, США, Канаді, інших країнах Заходу працювали талановиті політики і публіцисти: С. Бандера, Д. Донцов, Я. Стецько, І. Багрянний, О. Ольжич, Р. Рахманний, І. Кедрин-Рудницький, М. Шлемкевич та інші².

¹ Шлемкевич М. Новочасна потуга... – С. 131.

² Детальніше див.: Преса боротьби й ідей... Шаповал Ю. Діло 1880–1939. Поступ української суспільної думки. – Львів, 1999.

Певне ослаблення більшовицького режиму після смерті Й. Сталіна якоюсь мірою активізувало суспільну думку. Почали з'являтися дещо сміливіші публікації, особливо у московських журналах, зокрема "Новый мир", "Дружба народів", жвавішими і цікавішими стали центральні газети. Цей процес торкнувся й України, хоч тут усілякі заборони й обмеження були суворішими. В українській пресі аж до так званої перебудови відчувався певний застій і провінціалізм. Зокрема, останнього українська журналістика важко позбувається й донині. Звичайно, на сторінки газет і журналів, долаючи перепони, потрапляли й окремі гострі виступи на теми захисту довкілля, української мови і культури, наприклад, щоденники О. Довженка, які не могли бути оприлюднені повністю, промови і статті О. Гончара, С. Плачинди, В. Симоненка, С. Колесника та деяких інших авторів. Самобутнішою і сміливішою, з огляду на специфіку, була художня література.

Вільна політична, філософська і соціологічна думка реалізовувалась головню у самвидаві або оприлюднювалася за кордоном, де активно працювала українська діаспора. Особливі заслуги у цьому радіостанції "Свобода", журналу "Сучасність", видавництва "Смолооскип". На Заході з'являються друком твори І. Дзюби, В. Чорновола, В. Мороза, Є. Сверстюка, М. Осадчого, М. Руденка та ін. Усі названі та багато інших літераторів зазнали за це жорстоких покарань.

Небувала активізація публіцистичного слова відбувається наприкінці 80-х – на початку 90-х років, у час духовного і національного відродження. Придушувана понад 70 років інтелектуальна енергія вибухнула з такою силою, що протистояти їй нездатні були ні партійні комітети, ні вишукані методи роботи тодішніх спецслужб. Явочним порядком була відкинута цензура. Журналістика, публіцистика стали найповажнішою політичною силою, на задвірки відкинувши вкрай задогматизовану, відірвану від життя науку, затьмаривши навіть найсміливіші і найяскравіші романи та кінофільми. Публіцистика стала справді царівною у суспільній думці. Кумирами публіки поряд з А. Сахаровим були публіцисти С. Афанасьєв, А. Адамович, В. Селюнін, М. Шмельов, Ю. Черніченко, очолюваний В. Коротичем "Огонёк", новостворені й оновлені газети. Найзахопливішими спектаклями тих днів стали прямих телевізійні трансляції. Враховуючи потужність технічних можливостей, рівень освіченості публіки, це був небачений в історії бум публічного слова.

В єдину потужну силу злились голоси різних за партійно-політичними поглядами, життєвим і літературним досвідом, рівнем обдарування політиків, які повернулися із заслання чи з-за кордону, письменників і журналістів: Л. Лук'яненко, М. Мариновича, а також І. Драча, Б. Олійника, Ю. Щербака, Д. Павличка, Р. Братуня, В. Яворівського, П. Мовчана, В. Маняка, В. Карпенка, Я. Дашкевича, М. Жулинського, М. Поповича. Могутнім поштовокм для сміливих, справді революційних

висновків і закликів стали чорнобильська трагедія, голодомори і репресії. Пальма першості у демократизації преси належала західноукраїнській журналістиці. Створена у Львові на революційній хвилі суспільного піднесення газета “За вільну Україну” набула загальноукраїнського поширення і за тиражем залишила на той час позаду багато київських часописів.

Насамперед завдяки усній і друкованій публіцистиці були зруйновані застарілі і безперспективні комуністичні догмати, почалось відновлення історичної правди, дано поштовх національному, духовному, зокрема і релігійному відродженню. Роль журналістики і публіцистики тут вирішальна. Водночас не можна знімати з них відповідальності за той безлад, ті грубі економічні й соціальні помилки, які були допущені у процесі революційної перебудови, творення української національної держави.

У багатьох, здатних аналітично, тверезо мислити, людей немає сумнівів у тому, що розпад колоніальної тоталітарної системи був історично зумовленим і неминучим. Однак поза всяким сумнівом і те, що в цьому складному процесі, до якого, як це часто буває в історії, суспільство було неготовим, ми допустили низку грубих помилок, за які суспільство важко розплачується нині і буде розплачуватись ще довго. Частина цієї вини лежить на публіцистиці, ЗМІ. У будь-якій ситуації вони не мають права ставити собі в заслугу лише позитивні соціальні зміни, знімаючи відповідальність за прорахунки і невдачі. Журналістика, публіцистика, яка втрачає соціальну відповідальність за результати своєї проповіді, рано чи пізно зазнає розчарувань і апатії.

Революційне піднесення, яке відбулось на очах нашого покоління, ейфорія, спричинена популярністю правдивого слова, прямими трансляціями бурхливих мітингів, сесій рад різних рівнів, які й сьогодні мають мітинговий характер, не можуть тривати вічно. Неминучим є розчарування як соціально-психологічне явище.

Захоплене ставлення до публіцистики і журналістики в цілому, нерозуміння їхньої суперечливої природи теж не могли не призвести до розчарувань і навіть сумнівів у правомірності їхнього існування в цьому грішному світі. Майже в усьому пострадянському просторі з'явилися публікації, в яких констатувався “обвал радянської журналістики”¹, проголошувалась “вічна епітафія”² самій журналістиці тощо.

Те, що вмерла тоталітарна журналістика, нема сумніву, хоч її рецидиви ще живучі. Очевидним є й те, що відходить у минуле журналістика перехідного періоду і народжуються у важких муках ще до кінця не сформовані нові мас-медіа. А ось погодитись із тезою, що вік публіцистики закінчується, не можна. Відходить у минуле така популярна ще

¹ Див.: Радзиховский Л. Обвал советской журналистики // Журналист. – 1992. – № 11–12.

² Див.: Чечилов О. Вечная эпитафия... // Журналист. – 1993. – № 2–3.

вчора мітингова публіцистика. Зазвичай, розлога, багатослівна, спрощено-викривальна, з елементом компромату і неповаги до тих, хто думає інакше. В інформаційно насиченому просторі не може не вмерти марнослів'я, псевдопубліцистика. Коли хтось із журналістів запитав редактора популярного тижневика "Аргументы и факты" А. Старкова, в чому причина величезного успіху видання, він відповів дуже лаконічно: "Ми відмовились від публіцистики". Фахівцеві зрозуміло, що йдеться не про відмову від публіцистики взагалі, а від того, що було її імітацією.

Публіцистика не вмерла. Вона існувала, існує у різних іпостасях. Можна сперечатись, чи сьогодні "головний у журналістиці – публіцист", оскільки публіцистика – лише один із потоків журналістської інформації. Вона, як усе в світі, змушена змінюватись. Міняє місця своєї "дислокації", поступово перекочуючи із щоденної газети до тижневика, журналу, збірника чи книги. Роль її зводиться до мінімуму в кращих інформаційних, телевізійних та радіопрограмах. Натомість побутує в аналітично-оглядових, особливо на екрані з його величезними зображувальними можливостями.

Публіцистика змушена пристосовуватись до інформаційної ситуації у світі, психології сучасної аудиторії, яка не терпить багатослів'я, занудних повчань і моралізаторства. Мусить змінюватись сутнісний характер публіцистики. Вижити може лише інформаційно насичена, добре аргументована, лаконічна, така, що захоплює своїм дослідницьким пафосом і яскравою образністю, публіцистика.

Нарешті, публіцистика мала і матиме свою аудиторію, свого читача і глядача. Можна безпомилково сказати: вона, зазвичай, набагато вужча, ніж аудиторія розважальної інформації, навіть інформаційних матеріалів і програм. До аналітики, а тим паче друкованої, звертається порівняно вузьке коло інтелектуально підготованих читачів, які шукають відповідну інформацію і відповідних авторів. Зорієнтована переважно на ґрунтовну аналітичну публіцистику газета "Дзеркало тижня" не має і не матиме великих тиражів, як не матиме їх і мистецько-публіцистичний тижневик "Критика". Публіцист, відповідно, пише для свого читача, потреби якого мусить знати і враховувати.

Прогнозувати важко. Та все ж можна без особливого страху помилитися, зазначити, що у передбачуваному майбутньому розвиватиметься не так проповідницька, як есеїстично-дослідницька публіцистика глибокої цікавої думки, гуманної загальнолюдоьської ідеї. Допитливому сучасникові важливо знати не тільки що, коли, де, але й чому. Як розвивались події, що привели до певного результату? Що зробити, щоб життя було кращим, а люди добрими, розумнішими? Що буде з нами завтра і післязавтра? Відповісти на ці та багато інших питань може не репортер, з усією повагою до його нелегкої і дуже потрібної праці, а

публіцист-аналітик, спираючись на науку, а іноді й випереджуючи її. Сперечатись треба не про те, бути чи не бути публіцистиці, а якій їй бути і що зробити, щоб талановиті люди в журналістиці та довкола неї були.

Питання для обговорення

1. Публіцистика як вид творчості й один із потоків журналістської інформації.
2. Спроби теоретичного осмислення природи публіцистики.
3. Своєрідність функцій, предмета, змісту і форми публіцистичного твору.
4. Поняття про публіцистичний метод.
5. Публіцистика і публіцистичність.
6. Українська публіцистика: від минулого до сучасності.

Список літератури

- Здоровега В. У майстерні публіциста. – Львів, 1969.
Прохоров Е. Искусство публицистики. – М., 1986.
Шлемкевич М. Новочасна потуга (Ідеї до філософії публіцистики) // Верхи життя і творчості. Промови-доповіді. – Нью-Йорк; Торонто, 1958. – Т. 5.
Теорія і практика радянської журналістики. – Львів, 1989. – С. 21–35.
Лось Й. Правда слова // Публіцистика і тенденції розвитку світу. – Львів, 1999. – С. 4–44.

15.2. Образність журналістики і природа публіцистичного образу

Доводити, що твори журналістики у всій їхній сукупності не тільки логічно, а й образно відтворюють реальність, – отже, вдиратися у відчинені двері. Образність, якщо її розуміти у найширшому значенні слова, тобто як наочне, конкретне, зрима зображення чи то за допомогою слова, звуку, чи, тим паче, за допомогою об'єктива, телекамери, є очевидною для будь-якого реципієнта.

Журналіст навіть під час найпростішого інформаційного відтворення не може обійтися без конкретних описів, елементарних картинок, певних деталей, характеристик. Без цього журналістський текст взагалі немислимий. Такий образ, як свідчить практика і цінує наука, це “репродукована в уявленні, емоційно забарвлена, предметно виражена (тобто чуттєво наглядна) елементарна одиниця відображення дійсності”¹.

¹ Мастерство журналиста. – М., 1977. – С. 141.

Анатомізувати це, здавалось би, нескладне мовностилістичне, а у ширшому значенні – творче явище непросто. Бо тоді ми стикаємося з дуже різним за складністю, структурою, внутрішньою природою, зображувально-виражальними засобами явищем. У цьому мова журналістики суттєво відрізняється від мови науки, з одного боку, мови художнього твору, з іншого, наближаючись, але не збігаючись цілковито, із мовою розмовно-побутовою і діловою.

Звично поглядаючи на газетну сторінку, ми одразу стикаємося з різною за характером інформацією. Насамперед, із фотоілюстрацією. Різні за характером, інформаційною й естетичною насиченістю фотографії, карикатури, малюнки образно, наочно, зримо відтворюють події та факти, впливаючи на зорове уявлення реципієнта. Якщо подібного зорового ряду в радіоінформації немає, окрім хіба що певного звукового фону, то телевізійна інформація, не беручи до уваги звукового ряду, містить цілу сукупність зорових образів у вигляді знятих епізодів, сцен, сюжетів.

Однак і на вербальному рівні ми весь час стикаємося не тільки із певною системою елементарних понять, але й образних вкраплень у вигляді крилатих висловів, вдалих порівнянь, іронічного підтексту, лаконічно відтворених за допомогою слова, навіть не обов'язково образного. Концентровано вони часто живуть уже в рубриках, заголовках, лідах, врізках. Ось номер газети "Голос України" за 28 листопада 2002 року. Поряд із такими повідомленнями стверджувально-інформаційного характеру, як "Повідомлення для засобів масової інформації", "Зустрічі в Брюсселі", "Спецслужби вивчають опозицію", "Підтримка Італії", "Колишній президент сформує новий уряд", "Хід реалізації програми в цифрах і фактах", "Місцеве самоврядування – форма публічної влади", "За реєстрацію сплачуватимуть по-новому" й інших уже на першій шпальті подано заголовки "Владними сходами вгору", а далі – цілий каскад назв, в основі яких образне начало: "Свобода слова розмовами не вичерпується", "Ставте на "Голос", "Землю "зраджувати" не можна", "Грошей немає – потрібна фінансова піраміда", "Порох краще тримати сухим", "Коли розлучаються двос...", "Ну й хай не йде гора до Магомета", "Предмет критики для мишей", "Міліція "накрила" інтернет-бордель" і навіть такий незвичний заголовок "Ходім на хауз вино дринчить" над заміткою про засмічення нашої мови вживаними без потреби іноземними запозиченнями¹.

Це, так би мовити, емпіричний, умоглядний рівень сприйняття. Однак важливо з'ясувати науково-теоретичний зміст цього явища. Насамперед слід зауважити, що сучасна наука давно спростувала існування якоїсь непрохідної стіни між образним і безобразним словом. Це характерно для живої людської мови і тієї живої мови життя, якою спілкуються з публікою сучасні мас-медіа. Журналістика, якщо брати всі

¹ Голос України. – 2002. – 28 листоп.

потоки інформації, якими вона промовляє до реципієнта, найчастіше вдається до простого опису. Ось типовий приклад інформації, яка передавалася різними каналами: “Кортеж броньованих машин. Близько тисячі осіб персоналу, значна кількість якого – охоронці. Снайпери на дахах будинків скрізь, де рухався автомобіль. Так розпочався візит американського президента Джорджа Буша до Берліна, першого міста в його тижневому європейському турне”.

Як бачимо, автор не просто розповідає, повідомляє, а намагається дуже лаконічно відобразити певний епізод, описати його так, щоб читач міг відтворити його у своїй уяві. Та це аж ніяк не художнє зображення. Тут, як у тисячах інших описів за допомогою слова, відповідних епізодів, подій, фактів, відсутнє художнє начало навіть на словесному рівні. І це ще одна з особливостей образності в журналістиці. Однак журналістика, особливо її аналітико-публіцистичне крило, не може обійтися без інших за природою і характером образів. Досить гострі дискусії з цього приводу велися ще у 60–70-х роках минулого століття. Не стихають вони й досі. Суперечності зводяться до того, що одні автори категорично заперечують за публіцистикою право на образність, інші вважають її у певних межах і певних жанрах можливою, але аж ніяк не закономірною, а деякі, навпаки, з усією категоричністю стверджують, що без образності публіцистики нема і бути не може. Суперечності, на нашу думку, пояснюються загальністю підходів, нерозумінням специфічності саме публіцистичної образності.

Сучасна журналістська практика, як і теорія, досить чітко розмежовують журналістську інформацію та аналітику, тобто цілу систему різновидів текстів науково-просвітницького та публіцистичного характеру. Як уже було зазначено, новинна журналістика, або подієва інформація, вирізняються не тільки винятковою стислістю і точністю, але й строгістю, документальністю, об'єктивністю і безсторонністю викладу фактів. Тут образність не тільки неможлива, а, зазвичай, шкідлива, оскільки неминуче містить елемент авторського ставлення, оцінності.

Інша річ публіцистика. В ній своєрідно поєднуються, переплітаються елементи логічно-абстрактного мислення, симбіоз поняття й образу. Звичайно, у якихось певних дозах і хронікер може вдатися до влучного, крилатого вислову, скористатися дотепом, промовистою деталлю, але переважає тут строга мова понять, протокольний стиль, певна стереотипність (не плутати із штампом) викладу. Особливі вимоги щодо цього ставлять перед автором сучасні інформаційні агентства.

Однак публіцист, есеїст, коментатор, оглядач, популяризатор науки можуть і вдаються до використання різних видів образу, починаючи від словесного або образного виразу, художньої деталі, образної картини і закінчуючи образом-персонажем.

У чому своєрідність цих образів? Насамперед у тому, що цей вид образу органічно зв'язаний із поняттям, що публіцист ніби перетворює думку на живу особистість. Від логічного поєднання слів-понять з елементарною образністю на рівні словесних образів виникає нова якість мислення – публіцистичного. Йдеться, отже, не про прикраси, орнаментелістику. Масмо справу із специфічним мисленням, яке органічно охоплює систему специфічних образів і образності.

Зазначимо, що публіцист підпорядковує власній меті створені художниками, а також фольклорні, біблійні образи, легенди, міфи. І що талановитіший публіцист, то вміліше він це робить. У своїй літературно-критичній есеїстиці Юрій Шерех, воюючи, наприклад, проти українського провінціалізму й хуторянства, широко використовує художні образи аналізованих творів і явища самого буття для створення публіцистичного образу шкідливого, на його думку, прояву української ментальності. А як вміло використовує він для публіцистичних, а не тільки літературно-мистецьких цілей художні образи, створені І. Франком, М. Кулішем та іншими художниками слова.

Вже у самій назві книги Оксани Забужко “Хроніка від Фортінбраса” закладений образ одного з персонажів Шекспіра. У передмові до цієї книги вибраної есеїстики 90-х років минулого сторіччя авторка пояснює, що цей самий персонаж шекспірівського “Гамлета” на ім'я Фортінбрас викликав у неї стійкий пієтизм як людини, яка встигала дуже багато зробити для сучасників, заодно подбавши про нащадків, залишивши їм “повість”. І далі письменниця зазначає про те, що потрібно було пережити українські дев'яності, щоб належно оцінити геніальність шекспірівського прийому. Йдеться не про художню вартість образу, а соціальну значущість, внутрішню потугу саме такого типу людини. “Фортінбрас – постать воістину, стовідсотково пост-трагічна: він потрапляє водночас – і діяти (і ще й як насичено), і артикулювати події, переводячи їх у ряд хронік майже синхронно з їх перебігом... Фортінбрасам припадає надскладна місія вже не просто рефлексії, а рефлексії діяльної: вони, за визначенням, є заразом і хронікери, й учасники. “Позасвітність” – не їхній приділ, і, відтак, за красномовністю (бо вона ж і геніальність!) Гамлетам вони наперед змушені поступитися (не та-бо доба на дворі, що родить геніїв...), але без них, Фортінбрасів, зосталась би – пустка, румовище, заглада й, вінцем усьому гора нерозпізнаних трупів...”¹

Попри всю ускладненість розвитку думки і стилю викладу не важко зрозуміти своєрідність творення саме публіцистичного образу, відштовхуючись від змальованого геніальним письменником художнього типу діяльної, а не просто рефлектуючої людини. Письменниця горю стоїть за шляхетність духа, тяжіння до культури, але водночас вона

¹ Забужко О. Хроніка від Фортінбраса. – К., 2000.

виступає і за діяльну особистість, і за хоч мінімальну впливовість власного слова, його добротворчу енергетику.

Та використання з певною поглиблено-пізнавальною та публіцистичною метою створених майстрами літератури і мистецтва художніх образів – лише один із можливих засобів есеїстики, видів образного мислення в журналістиці. Глибина, сміливість, розкутість думки у справжнього майстра слова органічно втілюється у систему неповторних власних образів різних рівнів узагальнення. Характерна у цьому плані невелика за обсягом публікація Євгена Сверстюка “Світ без любови”¹ у новорічному номері газети. Автор пише про сучасний жорстокий світ, який суперечить принципам християнської моралі, про порушення правил життя, встановлених Великим Диригентом. “Високе слово наповнюється творчим духом тільки на висхідній дорозі, – пише він. – Без Великого Диригента слово опускається до засобів обману і самообману.

Нині нема досить високої трибуни і нема кому сказати: владашчі, отямтесь, зупиніть свій танок сили над прірвою: дорога розмокла в кривавому ХХ столітті...” І далі письменник, маючи на це моральне право, картає і тих, хто, будучи ситим, волає про безпеку, і тих, кого він називає слугами слуг. Однак саме образність слова дає йому можливість сказати про масштабні явища стисло і приголомшливо точно: “Безкарні війни на чужій землі. Руїни чужих домів. Демонстративна жорстокість з метою посіяти жах... Однак це суперечить людській природі, це безум!

Ви думаете, щось мине епохи? Ви забули, що наша цивілізація тримається тільки на додержанні правил. Як дорожній рух. Більше того, вона тримається на добром слові. Нашу цивілізацію заклали люди, що простягали руку. Її зруйнують ті, що показують кулак”.

Тих, хто править країною сьогодні, він називає слугами слуг. “Вони з розгоном – на хвилі визнання України в світі – легалізували свою домашню гру без правил. Слуги без нагляду почали гребти під себе, одуріли від безкарності і отупіли від ситості”. Вони уподібнюються до загребущих карликів, серед яких “той щось хапає і ковтає, той простягає руку – чи то для привіту, чи то для пострілу. А той носить якусь книгу і оформляє “законність”².

Наводимо ці приклади не тільки для того, щоб показати неповторність стилю автора, але й для того, щоб наочно продемонструвати своєрідність образності саме публіцистичного письма.

У чому специфіка саме публіцистичного, умовно кажучи, образу? Крім уже зазначеного лаконізму, дискусійності, зрощеності логічно-абстрактного із зримістю, наочністю, для публіцистичного образу важливе вміння автора перетворювати думку на живу особистість. Як уже

¹ *Сверстюк Є.* Світ без любови // *Експрес.* – 2003. – 3–9 січ.

² Там само.

давно довели дослідники природи публіцистичного письма, “від логічного поєднання слів-понять з елементарною образністю (словесними образами), яка використовується в руслі логічного мислення публіциста, виникає нова якість – власне публіцистичний образ”¹.

Публіцистичний образ використовується у тексті журналістського виступу з різною метою, він багатофункціональний у своїй єдності. Найпростіше його завдання звернути увагу, по змозі дохідливо, наочно сказати про те чи інше явище, факт, зримо висвітлити складне абстрактне поняття. Наявність у публіцистичному тексті елементів образності, точних і вдалих характеристик вже саме собою корисне, оскільки збуджує уяву слухача, читача. Такого типу образність – випробуваний засіб ораторського мистецтва, а відтак і політичної прози, журналістики.

Дещо складнішою є пояснювальна, популяризаторська функція образу, коли за його допомогою автор розкриває, унаочнює, ілюструє складне абстрактне поняття, явище, процес. Будь-яка популярна стаття, огляд, особливо інтерв'ю з ученими, може містити такі образні вислови, деталі, які допомагають непосвяченому в таємниці спеціальних знань читачеві спрощено уявити суть теорії чи гіпотези. Ось, скажімо, розмова журналістів з авторами майже фантастичної гіпотези про те, що наш світ є моделлю в комп'ютері. Статті на цю тему з'явилися в наукових журналах. Редакція “Молоді України” попросила київських вчених Юрія Шинкарюка та Миколу Проценка розповісти про цю “знахідку” популярніше, для ширшого кола читачів. Один лише штрих. Щоб пояснити волю Творця і можливості припинення життя у космосі, один з авторів гіпотези намагається так витлумачити цей процес: “Можливо, поки ми ведемо нашу бесіду, відбулися зупинки нашого світу і нові ввімкнення, але ми цього помітити не могли. За цей час Творець неодноразово записував все, образно кажучи, на дискету і клавіші на полицю. Весь той проміжок Його часу наш світ був у нерухомому стані – час у ньому стояв”².

Однак все це, умовно кажучи, ілюстративна функція образності. Образ у публіцистиці, може і нерідко, виконує важливішу, пізнавальну, гносеологічну функцію. У цьому випадку створений автором образ дає змогу глибше осягнути саму сутність явища, політичного, економічного, соціально-політичного, яку важко, у всякому разі лаконічно, виразити за допомогою описів і визначень.

Роздумуючи над болісним для України питанням входження в Європу, а точніше балансування між Сходом і Заходом, Юлія Мостова у критико-полемічній статті “Сюрпіяс по-українськи” пише: “Безглуздість – це ключове слово для визначення всього, що відбувається в Україні. Без-

¹ Вести. Моск. ун-та. Сер. Журналистика. – 1974. – № 5. – С. 46

² Молодь України. – 2003. – 23 квіт.

глуздість означає непередбачуваність, ненадійність, непорозуміння, і як наслідок – відторгнення. На сьогодні Україна, яка знайшла, на жаль, свій ексклюзивний шлях розвитку в стагнації, є не мостом між Європою і Азією, не буфером між Росією та Заходом. Сьогодні наша країна – це апендикс Європи. Частина континентального тіла, без якої можна обійтися, якщо забути про те, що це може загрожувати гнійним перетонітом”¹.

Масмо справді характерний приклад образно-публіцистичного бачення життєвої ситуації з усіма позитивними і навіть негативними наслідками застосування цього прийому. Насамперед треба звернути увагу на вдало знайдене порівняння, яке допомагає краще зрозуміти непросту геополітичну ситуацію. Воно сміливе, дещо спрощене, навіть грубувато-натуралістичне, але водночас політично сміке, бо досить точно передає сенс становища держави, яка є органічною частиною європейського тіла, але такою, що без неї організм, як свідчить досвід, може порівняно легко обійтися. Та водночас існує і певна небезпека, що ця зовні відторгнута частина здатна завдати здоровому тілу навіть великої шкоди. Зрозуміло, як і всяке порівняння, цей образ не є точним, а висловлена за його допомогою думка є дискусійною і не для всіх прийнятною. Таке зіставлення несе в собі недвозначну негативну оцінку, яка може спричинити незадоволення у певного кола читачів і насамперед представників владних структур. Однак такою вже є публіцистика. Вона повинна гостро порушувати болючі питання, спричинити заперечення, сприяти пошукові виходу із критичного становища, попереджувати громадськість, зокрема і світову, про небезпеку. Про це пишеться у статті “Сюрпляс по-українськи”, як кажуть, відкритим текстом: “...І якщо Європа може відгородитися економічними бар’єрами й візовими режимами від неуспішної України, то від катастроф, які можна порівняти із вибухом Чорнобильської АЕС, не захриється вона ніякими ковпаками”².

Як бачимо, творяться синтетичні образи-тропи, які опосередковано, асоціативно, у конкретно-чуттєвій формі передають не тільки зовнішні властивості явищ дійсності, але й їхню сутність. Це образне проникнення у суть явища, на відміну від дзеркального відображення, передбачає творчий момент перетворення на поняття спостереження і уявлення. Мають рацію ті дослідники образу й образності в літературі, які вважають, що навіть елементарний художній образ важкодоступний для логічного пізнання. У цьому разі діють інші, ніж у понятійному мисленні, способи поєднання понять. У художньому образі своя специфічна мова, яка далеко не завжди збігається з елементарними поняттями і судженнями. “Образне слово, – наголошувє один з авторів фундаментального

¹ Мостова Ю. Сюрпляс по-українськи // Дзеркало тижня. – 2003. – 18 січ.

² Там само.

дослідження теоретичних основ художньої творчості, – не передає сутності образу; проте в ньому є щось таке, що єднає нас із масштабнішою, обширнішою за своїм обсягом одиницею, яку можна розглядати як свого роду елементарну модель художнього мислення. Ця модель – порівняння”¹.

Саме у порівнянні виявляється один із найпростіших типів образу. Розвиваючи цю думку, зазначимо, що один із простих типів образу прихований не тільки у порівнянні, але й практично у всіх видах тропа. Будь-який вид тропа є обов’язково певним зіставленням, яке, на відміну від силогізму, не підпорядковує один предмет іншому, а зіштовхує два самостійні предмети. У результаті цього зіштовхування народжується новий самостійний смисл. На відміну від дзеркального відображення, у цьому разі вступає у права інший принцип творчого мислення, елементи фантазії, які допомагають заглибитися у духовний світ. Л. Толстой, зокрема, образне мислення на словесному рівні розглядав як особливий спосіб з’єднання окремих понять, які відрізняються від суто логічних поєднань різних понять і які не можна передати безпосередньо словами². Тут вступає у свої права творче уявлення. “Якщо логічний рівень мови відображає чи відтворює навколишній світ, той світ, що оточує націю, – пише сучасна дослідниця мови як духовного адеквату світу, – то метафоричний – створює нову реальність, яка не є копією дійсності, а прообразом того, що не завжди дано нам у відчуттях, що не завжди підвладне спостереженню, можливостям людського пізнання і відображення”³. І далі авторка наголошує, що метафора – “це не відображення чого-небудь у людській свідомості, а нове уявлення, що не має відповідника (аналога), що одночасно репрезентує і відображуване, і відображувальне”⁴.

Словесний образ, або образний вислів, – одна з елементарних часток, з яких зітканий поетичний і якоюсь мірою публіцистичний текст. Це своєрідна комбінація мислі й образу, уявлення і смислу. Однак уже на цьому рівні помітна суттєва відмінність між цими, умовно кажучи, атомами художнього і публіцистичного твору. Хоч жоден художній твір не будується лише на образних висловах або тропях, хоч художник теж користується безобразним словом, та співвідношення образного і безобразного начал уже на словесному рівні в поетичному творі, у ліриці і публіцистиці різне. Концентрація образного елемента у публіцистичному тексті нижча. Тут домінує понятійне мислення, підкріплене образом, а не навпаки, як, скажімо, у ліриці. Багато, зрештою, залежить від авторської індивідуальності, від жанру та інших чинників. Мова не про них, а про загальні закономірності.

¹ Теория литературы. Основные проблемы в историческом освещении. – М., 1962. – С. 75.

² Толстой Л. О литературе. – М., 1955. – С. 155.

³ Федик О. Мова як духовний адекват світу (дійсності). – Львів, 2000. – С. 220–221.

⁴ Там само. – С. 222.

Крім того, у публіцистиці на перший план виступає такий словесний образ, який спрямований більше не на розкриття почуттів, а певних політичних, соціальних, філософських понять. У цьому неважко перекоонатися, прочитавши по кілька публіцистичних творів, скажімо, не тільки Миколи Хвильового, Майкла Йогансена чи Івана Багряного, але й пересічний текст найкращих сучасних газетних публіцистів.

Словесні образи – важливий засіб пізнання явищ, народження і збагачення нової думки, її яскравого і дохідливого висловлення в літературі та певною мірою й у публіцистиці. Це постійний пошук, тому що повторення навіть найвдадіших словесних образів породжує таке зло журналістського тексту, як штамп. У журналістиці штампи образного походження, можливо саме внаслідок оперативності цього виду праці, особливо живучі. Достатньо назвати такі мовні вислови, як “біле золото”, “біла смерть”, “блакитне паливо”, “люди в білих халатах”, “вартові вітчизни”, “охоронці порядку” та ін.¹

Певне значення у публіцистичному тексті має художня деталь, промовиста подробиця, яка зумовлює відповідну картину, лаконічно характеризує певне політичне, психологічне явище. Деталь у журналістиці суттєво відрізняється від поетичної. Вона, зазвичай, передає не так нюанси людського характеру чи ліричного почуття, як сутність соціальних проблем, хоч може добре передати і своєрідність особистої вдачі політика, як це вдалося майстерно зробити Людмилі Коханець в уже посмертній згадці із використанням інтерв'ю з Ярославом Стецько. Тому так природно сприймаються заключні слова “з останнього інтерв'ю Ярослави Стецько”: “Пані Слава – жінка-легенда. Ніжна душа і сталева воля. Я ніколи не забуду, що за кілька днів до смерті Ви цікавилися моїми справами. Хай не тяжкою Вам буде рідна земля...”²

Хіба не промовисту деталь знайшов Дмитро Павличко для характеристики Андрія Малишка, коли в ювілейній доповіді про свого вчителя та однодумця пригадав, що зазвичай відомий непокірний, але все-таки приручений системою поет готував перед виступом два тексти однієї промови і тримав їх у різних кишнях. Текст треба було показувати партійному начальству. Якщо випадала можливість, витягав “круту”, неподконтрольну, здебільшого, скандальну для того часу промову. “У нього було дві кишні, але одне серце”, – скаже про Малишка Дмитро Павличко.

Іноді незначний поворот думки, перефразування стійкого звороту надає вислову образного звучання. Наприклад, відомий фразеологізм

¹ Детальніше див.: *Капелюшний А. О.* Практична стилістика української мови: Навч. посіб. – Львів, 2001. – С. 33–34.

² *Коханець Л.* “Ніколи українські націоналісти не були проти українського народу” // Голос України. – 2003. – 14 берез.

“Закон, що дишло” можна перефразувати у “Дишло закону”, як зроблено у заголовку статті про порушення у веденні однієї із кримінальних справ¹. Для публіцистики властиві й інші суто літературні прийоми, зокрема алегорії, іронії, сарказму, карикатури.

Крім елементарних описів, епізодів, у публіцистичних творах, особливо їхніх художньо-публіцистичних відгалуженнях, багато важить образ-картина. Вона створюється за допомогою образного і безобразного слова, але не зводиться до простого опису. Найчастіше образ-картина чи то природи, чи епізодів суспільного життя трапляється у нарисі, есе, фейлетоні, але лаконічні картини можуть вписуватися і у статтю чи огляд.

Дієвими особами відтворення публіцистом картини є звичайно люди. Автор відтворює, скажімо, трагічну картину похоронів рідної матері: “Сивий-сивий, ще й у сивій шапці, у тих сутінках постав Тодорюк, приніс “Псалтир” – у кістяних обкладинках зі срібною заціпкою. По кутках колінкували сутінки – найтихіші жалібниці. Тодорюк пристав до них. Батько з несподіванки, бо не чекав цього чоловіка у своїй хаті, змінився на лиці. Однак, мабуть, зміркував, що вгорі всі рівні і все забувається...”²

Якщо вести мову про телепубліцистику, то тут вирішальну роль відіграє уже не словесний опис, а безпосереднє зображення, документальне чи документально-художнє. Роль слова тут суттєво змінюється, нерідко набуває відтінку коментаря до зображуваного. Якщо ж вести мову про вербальну публіцистику, сукупність різних потоків журналістської інформації, то в кожному з її жанрів образ-картина відіграє різну роль – від самостійної в нарисі, есе чи памфлеті до допоміжної у статті чи коментарі. У більшості журналістських матеріалів образи такого типу майже не трапляються.

Журналістський твір, зазвичай, населений людьми, постатями. Найчастіше вони просто згадуються, називаються, їм дається елементарна логічна характеристика. Та публіцист здатний у разі потреби створювати свосерідний образ-персонаж. Уважне вивчення таких публіцистичних образів, портретів дає підстави стверджувати про те, що це особливий вид образів і образності. Якщо словесні образи в художньому і публіцистичному творі за певних суттєвих відмінностей все ж збігаються між собою за головними параметрами, то образна картина й особливо образ-персонаж за своїми функціями, за внутрішньою суттю різняться між собою.

У процесі ліплення саме публіцистичного образу немає можливості і потреби всебічної передачі характеру людини. У публіцистиці, у всякому разі у більшості її жанрів, майже кожен персонаж якоюсь мірою тип, тип суспільної поведінки чи навіть соціальний тип. Художник же

¹ Овдін В. Дишло закону // Дзеркало тижня. – 2003. – 15 лют.

² Зубанич Ф. Полонина. – К., 1980. – С. 19–20.

створює художній характер, концентруючи художньо якісь загальні, властиві для багатьох і суто індивідуальні, неповторні риси людини. Публіцист аналізує суспільно значимі, типові явища, втілюючи їх у відповідні збірні, часто безіменні постаті. Однак, ступінь їхньої індивідуалізації незначний. Це не ті індивідуальні постаті Чіпок, Наталок, Захарів, Іванів, Володьків з індивідуальною долею, обличчям, вдачею, а своєрідні збірні, узагальнені, ходячі, схематично окреслені згустки окремих суттєвих ознак певних типів соціальної поведінки. Майстерно це вміли робити публіцисти і критики XIX сторіччя. Згадаймо Пантелеймона Куліша, Миколу Костомарова, Михайла Драгоманова, Івана Франка, Миколу Чернишевського. Створені ними й іншими авторами типи кріпосників, лібералів, історичних постатей, борців за народні інтереси і досі викликають інтерес, дивують умінням у публіцистичній формі відтворювати людські типи та історичні постаті.

На підставі історичного досвіду сучасної літературної практики можемо стверджувати про певні загальні закономірності творення публіцистичних типів. Їхня своєрідність, по-перше, у тому, що автор ніби перетворює мисль на живу постать. По-друге, художні прийоми, до яких вдається публіцист, дуже економні й лаконічні. Автор наносить лише окремі штрихи, виділяючи суттєве, характерне, властиве багатьом людям певного типу. В публіцистиці це часто збірний, але безіменний тип. По-третє, в епічному, драматургічному творі типовий характер самохарактеризується, виявляється у дії, вчинках. Художник його зображує. Публіцист же у своєрідний спосіб його описує.

Типовий приклад, взятий із сучасної публіцистичної практики. Іван Дзюба у синтетичному дослідженні “Пастка: Тридцять років зі Сталінім. П’ятдесят – без Сталіна” розповідає про Сталіна і сталінізм, про причини його формування і колосальні наслідки, які й досі живуть у сучасному політичному житті України. Серед інших успадкованих пост-тоталітарною системою наслідків сталінізму – тип керівника. “Може, це й не головне, не конститутивне, а функціональне, – пише автор, – але впадає в око непорушний, непідвладний часові “сталінський” канон волювого керівника на всіх рівнях. Успіх керівника забезпечувала не раціональність, не людяність і не інтелігентність, а “крутість”, уміння показати силу, “навести лад”, брати за горло і горлом. Йому потрібне залізне здоров’я, щоб зранку до ночі просиджувати на засіданнях, мотатися по підприємствах, одягаючи то каску шахтаря, то захисні окуляри сталевара, то білий халат доярки чи медпрацівника, – і час від часу, в хвилини відпруження, перехилити гранчак “московської”. Він раб своєї посади, без його шаленої енергії діло не йде, бо саморуку в системі немає, все завмирає, як тільки він послаблює пильність безперервного пресингу. Тип брутально-волювого керівника з потужною матюкаль-

ною енергетикою – досконалий продукт сталінізму, але він ще довго буде затребуваний постсталінським суспільством. Керівники іншого типу, звичайно ж, є, але вони викликають сумнів у своїй ефективності і, попри будь-які самозаявлені “міжнародні” дипломи, залишаються маргіналами системи”¹.

Якщо ж вести мову про систему публіцистичної образності, то вона є у чомусь близькою до системи образності ліричного твору. Публіцистика близька до лірики композиційно. Для неї, особливо для жанрів художньої публіцистики, характерний принцип асоціативного мислення, незначна роль сюжету, поєднання образу і думки, зображення і самовираження, особливе значення має не тільки авторська думка, але й особистість автора. Мають рацію ті майстри пера, які вважають, що існує чимало творів, у яких не характерами персонажів, а самим ліричним героєм, його благородством і мужністю завойовується читач і особливо глядач, слухач, якщо йдеться про електронні мас-медіа.

Образ автора в публіцистиці² формується у свідомості аудиторії поступово, від виступу до виступу. Він може, коли йдеться про друковану журналістику, не у всьому збігатися з фізично існуючим автором. Вирішальне значення у формуванні цього образу має його правдивість, чесність, мужність говорити те, що не всім подобається. Оповідач мусить бути цікавим співрозмовником, знайомим незнайомцем, якому вірить читач, слухач, глядач. Це довір’я треба завойовувати постійно, щодня. Його, як свідчить досвід, можна легко втратити. Це підтверджує практика, коли деякі ведучі, талановиті публіцисти в результаті виконання замовлень влади чи інших сил втрачають колишній авторитет.

Образність характерна не тільки для журналістики, але й для науково-популярної літератури. Всі, хто хоче якомога дохідливіше роз’яснити масовій аудиторії складні, абстрактні поняття, має оволодіти стилем популярного мислення, який органічно охоплює образність бачення світу. Для такого літератора, вважає заступник редактора журналу *Physics World* Мартін Даррані, “потрібне вміння віртуозно оперувати порівняннями, метафорами, знати фольклор, жарти коміків, популярні пісні, дитячі книги – та мало що знадобиться автору, аби просто та образно пояснити читачеві найскладніші речі”³.

Образність – один із ресурсів публіцистики. Як це не парадоксально, але з поліпшенням стану ЗМІ, розширенням можливостей творчості якість публіцистичного письма, його образність, зокрема, не по-

¹ Дзюба І. Пастка: Тридцять років із Сталіним. П’ятдесят – без Сталіна // *Дзеркало тижня*. – 2003. – 1 берез.

² Детальніше див.: *Парцей М.* Авторський фактор у публіцистиці. – Львів, 1990.

³ *Гаташ В.* Наука розмовляє англійською // *Дзеркало тижня*. – 2003. – 15 берез.

ліпшилися, а навіть погіршилися. Очевидне посилення оперативності журналістики не сприяє поліпшенню її літературної досконалості, зокрема й образності.

Ще Аристотель говорив, що метафори навчитися не можна. Однак кожен молодий, і не тільки молодий, журналіст має розвивати природні задатки, вміння бачити суперечності, поєднувати між собою далекі поняття на основі подібності чи відмінності. Він повинен яскраво і наочно показати реалії життя, прагнути глибини думки і свіжості, яскравості слова.

Питання для обговорення

1. Образність як особливість журналістського тексту.
2. Відмінність між описом та образом.
3. Різновиди публіцистичного образу: словесний образ, деталь, образ-картина, образ-персонаж.
4. Характерні особливості змалювання персонажів у публіцистиці.

Список літератури

Здоровега В. Слово тоже есть дело. Некоторые вопросы теории публицистики. – М., 1979. – С. 93–112.

Михайлин І. Л. Основи журналістики: Підручник. – Х., 2002. – С. 134–146.

Стюфляева М. И. Образные ресурсы публицистики. – М., 1982.

15.3. Жанрові модифікації та методика роботи

У повсякденній літературній практиці публіцистику нерідко трактують як жанр, на відміну від епосу, лірики, драми, тобто “чисто” художньої літератури. У цьому разі, як ми наголошували вище, публіцистика визначається як родова ознака певного виду творчості й відповідно тексту, і, як прийнято сьогодні говорити, дискурсу. Та й у внутріредакційному спілкуванні той чи інший матеріал, навіть редакційне замовлення, називають загальними словом “публіцистика”, на відміну від інших, перелічених нами потоків інформації, незалежно від того, йдеться про статтю, огляд чи нарис.

Науковий підхід вимагає додаткового заглиблення у сутність цього літературного явища саме із жанрового боку. Вище ми характеризували традиційний набір художньо-публіцистичних жанрів (він зафіксований навіть у наведеній схемі). Однак уважний читач не міг не помітити, що той самий жанр, скажімо стаття, може бути інформацій-

ним, аналітичним і публіцистичним. Здавалось би, репортаж має тверду прописку серед інформаційних методів відображення, але водночас, як зазначали, він може набувати форм художньо-публіцистичного дослідження. Відкритий лист, коментар, навіть огляд, можуть мати сатирико-публіцистичне спрямування.

Тут вирішальне значення мають не формальні композиційно-жанрові ознаки, а внутрішні якості твору залежно від авторського завдання, способу мислення і, зрозуміло, індивідуального літературного обдарування. Є такі літературні форми, які однозначно і повнокровно репрезентують саме публіцистику у вузькому, власному значенні слова або художньо-публіцистичне крило журналістики. Сюди належать нарис у всіх його різновидах, популярне сьгодні есе, а також сатирично-публіцистичні жанри – фейлетон, памфлет.

Для журналіста не суттєво, до якого жанру він вдається і чому він сьогодні воліє звертатися не до традиційного портретного нарису, а до політичного портрету. То не завжди вдячна справа тих, хто пробує осмислити ці делікатні речі. За таке пояснення, якщо немає належних досліджень, беруться і самі публіцисти. Зважаючи на це, детальніше розглянемо жанрові модифікації й особливо специфічну методику праці публіциста. Тут все взаємопов'язано: мета виступу, пошуки її образного втілення, можливості вигадки і домислу, методика підбору інформації та її художньої комбінації тощо.

І почнемо з найрепрезентабельнішого художньо-публіцистичного жанру – **нарису**. Про нарис уже написані стоси книг, а самих творів цього різновиду публіцистики у різних слов'янських літературах набереться на добру бібліотеку. Історичні обставини склалися так, що найширшого розвитку цей жанр набув у російській журналістиці та літературі. Саме слово, яким позначається цей різновид літературної творчості, російське за походженням. У більшості зарубіжних словників і довідників під час окреслення жанрів документалістики фігурує російське “очерк”, яке вживається як синонім західноєвропейського за походженням слова “есе”. Українське “нарис” є не цілком адекватним відповідником “очерка”. Мабуть, ближчим до нього є українське “зарисовка”, бо в її основі лежить кореневе “чертить”, “окреслювати”.

Сама суть цього різновиду журналістського твору в тому, що його автор змальовує певне явище з натури, так би мовити, живцем. Якщо ж заходить мова про осмислення та узагальнення в науці цієї більш-менш усталеної форми відображення, то майже постійно його перетягають то в художню літературу, то в журналістику. Причини таких суперечок у тому, що слово “нарис” охоплює досить широку гаму в чомусь подібних, але далеко неоднорідних творів – від художнього нарису до безсюжетного аналітичного матеріалу. Категорично не можна погодити-

ся лише з тими літературознавцями, які розглядають нарис як своєрідну підготовчу роботу до написання романів, п'єс чи поем. Це самостійний жанр, який потребує досить своєрідного таланту. Ним були наділені такі популярні свого часу письменники, як Валентин Овечкін, Іван Волошин, Роман Федорів, Дмитро Прилюк та ін.

Загалом слушною є думка про те, що місце нарису на стику публіцистики і художньої літератури. З публіцистикою його поєднує документалізм, проблемність, із художньою літературою – відповідна система образності, навіть композиції. Конфлікт у нарисі розглядається переважно не як зіткнення думок, навіть образно висловлених, що характерне для статті, а як зіткнення персонажів – носіїв певних думок, позицій. Та найголовніше в тому, що нарис відрізняється від решти публіцистики не образністю, як можна прочитати у більшості досліджень, бо, як ми мали нагоду переконатися, образність органічно властива публіцистиці, а характером образності. Тут наявний образ-персонаж. Образ у нарисі, на відміну від образу в статті чи памфлеті, наближається до художнього образу.

Документалізм теж відрізняє нарис, але вже від оповідання. Важливо зрозуміти, що маємо на увазі, ведучи мову про документалізм. Якщо документалізмом вважати тільки те, чи точно названа адреса місця дії та прізвище персонажа – отже, зрозуміти документалізм звужено. Тоді за бортом жанру опиниться велика кількість на перший погляд безадресних нарисів, але створених на основі дійсних подій. Нарис відтворює правдиві факти життя, незалежно від того, називає автор справжнє прізвище героя чи ні, називає місце його проживання чи про нього можемо лише здогадуватися. Звичайно, назвавши точне ім'я дійової особи, автор бере на себе ніби додаткові зобов'язання щодо документальної точності не тільки головних, але й другорядних деталей. Якщо навіть у нарисі немає точної адреси – він все одно документальний. Оповідання, повість можуть бути документально точними (наприклад, твори про реальних історичних осіб), герої їх можуть мати реальних прототипів, а можуть і не мати. Нарисовець же завжди пише про те, що реально існує в житті. Нам здається, що нарисовець без "натури" не може писати. Це б суперечило самій природі жанру. Отже, документальність у широкому розумінні слова – органічна властивість нарису.

Чи звучує це творчі можливості автора? Аніскільки. Писати з натури – не означає копіювати. Ось що писав з цього приводу відомий публіцист А. Аграновський: "Письменник завжди "придумує" свого героя, незалежно від того, живий цей герой чи вигаданий. Якщо завтра десять талановитих літераторів візьмуться писати про одну і ту ж людину (і залишать у недоторканості всі життєві перипетії), все одно в них вийде десять різних портретів. Кожен вкляде в книгу свої думки, свої

ідеали, свій досвід, свою душу, розум, серце. А коли працюють бездарні ремісники, то, буває, йдеш по картинній галереї, бачиш портрети десятка різних людей, і всі на один кшталт”¹.

Нарис – найпоширеніший художньо-публіцистичний жанр, у якому досліджуються реальні життєві явища через людські долі та характеристики з метою впливу на соціальну практику, формування особистості, її орієнтації у системі соціально-політичних і духовних цінностей.

Західноєвропейська преса не знає такого терміна, як “нарис”. Натомість у французькій журналістиці поширений портрет, який вважається публіцистичним жанром. Він, на думку дослідників, об’єднує елементи репортажу, розслідування, інтерв’ю та аналізу. Деякі газети традиційно вміщують великі, на всю останню сторінку портрети відомих у країні та у світі людей. Інші обмежуються колонками або 100–150-рядковими матеріалами цього типу². Цими матеріалами наша преса відрізняється від американської журналістської практики.

Нарис, як й інші популярні жанри журналістики і літератури, знає високих злетів і занепадів, оновлень і трансформацій. Сплеск розвитку нарису пов’язаний із формуванням так званої натуральної школи в літературі XIX сторіччя. Дещо штучно роздмухувався його розвиток у досить широких масштабах у 20-х роках XX ст. у Росії і в Україні. Натомість так звана хрущовська відлига цілком природно стимулювала появу наприкінці 50-х – на початку 60-х років минулого сторіччя розвиток проблемного нарису. Імена В. Овечкіна, А. Аграновського, С. Плачинди, С. Колесника, Я. Голованова, Ю. Черниченка, Д. Прилюка та інших нарисовців завоювали помітний авторитет серед читацького загалу, особливо серед інтелігенції. Саме нарис із його художніми засобами, розповіддю про людей-мислителів тією чи іншою мірою стимулював суспільні процеси. У 80-ті роки нарис з його метафоричною, іноді езопівською мовою надав місце “прямій мові” – відвертій, нещадно критичній, оперативно-дослідницькій публіцистиці, яка, як зазначалось, стала кумиром мільйонів і супроводжувала похорони тоталітарної системи.

Нарис існує у різних іпостасях. Той чи інший його різновид стає переважальним залежно від не завжди усвідомлених і науково сформульованих потреб. Як зазначено вище, майже зовсім виродився у нинішню пору один із найпопулярніших свого часу портретний нарис.

Цих подібних між собою квазінарисів про передовиків з’являлася така велика кількість, що від них занудило, викликало певну психологічну алергію як серед журналістів, так і серед споживачів. Це не озна-

¹ Аграновський А. Узость // Лит. газ. – 1961. – 23 мая.

² Гід журналіста... – С. 60–64.

чає смерті цього різновиду нарису. Увага мас-медіа зосередилася на **політичних портретах**, насамперед історичного характеру. Це особливо стосується діячів і явищ, які були під забороною або доволі яких десятиріччями творилися міфи. Жодний етап розвитку журналістики не супроводжувався такою зливою друкованих, а також теле- і кінонарисів про історичних діячів від Троцького і Сталіна до Махна і Берії, від Грушевського до Шухевича, від генералів Франко, Манергейма до Петлюри та митрополита Сліпого. Деякі видання, як наприклад, “Дзеркало тижня”, перейшли від політичних портретів видатних особистостей до соціологічних портретів політичних об’єднань. Багатьом зацікавленим у з’ясуванні суті політичних процесів запам’яталися солідні аналітичні нариси про найголовніші політичні партії України, опубліковані на початку 2002 року, якраз напередодні виборів до Верховної Ради. Їх можна віднести до різновиду проблемного нарису.

У часи активних міжнародних контактів, розвитку туризму набули чималої популярності подорожні нариси. На тлі величезної кількості принагідних вражень і репортажів, головним джерелом інформації яких є поверхове споглядання, путівники і всезнавць Інтернет, трапляються змістовні, аналітично-образні твори про країни та їхніх людей. Можна порізно ставитися до написаного свого часу про Канаду й Америку В. Коротичем, П. Шафетою, О. Черногузом, але, зважаючи на відому на той час тенденційність, у цих творах було якесь наближення до образного бачення іншого світу. Можливість незалежного мислення, оригінальність художнього трактування побаченого і відчутого у неповторній есеїстичній формі характерне для дорожніх нарисів Ю. Андруховича, О. Забужко, Ю. Покальчука та деяких інших письменників молодшого покоління.

Близьким до нарису є популярне сьогодні **есе**, або, як дехто називає, есей. У буквальному перекладі з французького (*essai*) означає “спробу”, “начерк”. Як уже зазначалося, у перекладацькій практиці ці слова – нарис та есе – вживаються як синоніми. У самому слові есе теж фігурує поняття спроби, начерку. Як свідчать джерела, сам цей термін вжив уперше 1580 року відомий французький мислитель М. Монтень. Мабуть, певна відмінність між східнослов’янським нарисом і західноєвропейським есе – у самій структурі і певному тоні. Якщо нарис переважно тяжіє до сюжетної будови, то для есе характерна асоціативна форма розповіді, вільна, властива лише цьому авторові твору будова. Можна навіть висловити припущення, що есе – породження західної цивілізації, яка йде від Аристотеля, Платона, Плутарха, а нарис своїми коренями сягає візантійської культури з її життями святих.

Структурно есе нагадує те, що свого часу йменувалося замітками публіциста. Воно ширше охоплює коло філософських, науково-популярних, літературно-критичних і власне публіцистичних творів. Есеїстика

потребує специфічного філософсько-письменницького обдарування з властивою їй ненав'язливістю, особистісним баченням світу, багатством асоціацій, індивідуальністю стилю. Есеїстична манера письма характерна нарисам і навіть деяким повістям П. Загребельного, філософським і літературознавчим дослідженням Є. Сверстюка. Самобутніми есеїстами зарекомендували себе вже згадувані Ю. Андрухович, О. Забужко. На сторінках львівського "Поступу" із властивими цьому авторові есе виступає Т. Прохасько. "Львівська газета" під рубрикою "Коментарі" теж вміщує невеличкі есе.

Зрозуміло, нарис і особливо есе потребують певного обдарування. Насамперед, дару образного бачення і образного мислення. Якщо репортергові треба вміти відібрати і цікаво, наочно передати факти, якщо коментатор і оглядач мусять заглибитися у сутність явищ і процесів, то нарисовець, есеїст мають знайти образний ключ вирішення певного питання. Образне мислення, як відомо, будується за іншим принципом, ніж мислення логічне. Тут вступають у свої права внутрішні зв'язки, асоціації. Тому важливо шукати ці не для всіх помітні внутрішні зв'язки між явищами на етапі формування задуму, творення концепції та збору інформації майбутнього виступу. І хоч художник оперує тими самими словами й поняттями, що й пересічна людина, він їх використовує для образного відтворення світу й людей. На цьому етапі дуже важливе вміння бачити так, щоб відтворити постать і внутрішню суть людини. Прикладом таких нарисів може слугувати нарисова книжка Миколи Босака "Планета Диканька", що друкувалася частинами в "Молоді України" наприкінці 2001-го – на початку 2002 років і вийшла окремим виданням¹. Її читання, як і студіювання інших добротні скомпонованих нарисів, може бути дуже повчальним для журналістів-початківців. Бо важливий не тільки сам результат, а добротний, із специфічною для документалістики вигадкою, невідчужливою іронією і сарказмом текст. Автор не змінює прізвиськ, не вигадує того, чого не було. Він лише злегка відтінює, загострює, художньо концентрує побачене і вивчене. Та злегка іронізує над порадами своїх учителів, які рекомендували своїм вихованцям перед тим, як писати нарис, обов'язково свого героя полюбити та ін.

Але вчитаймося хоча б у цих кілька рядків, щоб переконатись, як можна справді з любов'ю, лаконічно створити характер. Йдеться про колегу, фотокореспондента райгазети Павла Максимовича Сукача: "Це найтипівіший, найхарактерніший, найполтавськіший полтавець. Дорідний, із заокругленими формами, невеликими губами, які після ста грамів набирали обрисів чайної троянди, із хвилястим волоссям, яке в спеку пітніло від чола і німбом згорталось у слово з трьох літер. Не "мир", і

¹ Босак М. Планета Диканька. Нарис-есеЯ. – К., 2002.

не те, що ви подумали, а “ера”! Він так піднесено, непосидюче, творчо й жив”. І далі говориться про те (яка гіпербола!), що в районі “не лишилося не те, що дядька – деревця, кущика, ярочка, які не удостоїлися честі потрапити на його фотоетюд”. Він, продовжує автор, “палахкотів ідеєю щось вигадати, написати, впровадити на сторінках... Нераз ініціативу стриножував брак системної спеціальної освіти, здатності до аналізу і узагальнень, від чого кореспонденції та замальовки страждали описовістю, телеграфічністю стилю, які щедро застосовував у своїх художніх творах Хемінгуей, але радили уникати газетярям теоретики преси”¹.

Таких колоритно виписаних образів у цій нарисово-есеїстичній розповіді багато. Вони свідчать про можливість художньо-публіцистичних барв літературного письма, якщо за ними здібності, досвід і ота любов до людини, у якій Григорій Тютюнник бачив загадку таланту.

Другу велику групу жанрів художньої публіцистики становлять сатиричні твори. Про них найчастіше зазначають як про жанри сатирично-публіцистичні, на відміну від художніх сатирично-гумористичних творів (повістей, комедій, віршованих і прозових гуморесок, пародій тощо). Фейлетон, памфлет, а саме вони репрезентують цей різновид сатири і гумору, мають багато спільного. Насамперед їх єднає документалізм, оперативність, зазвичай, невеликий обсяг, а головне – газетно-журнальний родовід. Фейлетон навіть назвою пов’язаний із газетним аркушем. Ще більш газетними є різноманітні сатиричні замітки, коментарі, сатиричні листи з редакції. Сюди ж останнім часом міцно пропишався виплід, треба думати, колективної творчості народу – анекдот².

Фейлетон (від *feuilleton* – аркуш) став поширеним жанром гумору й сатири не одразу. У Франції, як відомо, цим словом спочатку називали невеликі публікації, видрукувані як додатки до певних періодичних видань на окремому аркуші. Згодом фейлетоном називали не жанр, а місце на газетній шпальті, так званий підвал. У європейській практиці й досі слово це має відмінне від нашого значення.

Як жанр газетно-журнальної сатири і гумору фейлетон сформувався десь у 20-х роках минулого сторіччя, а може раніше. В Україні фейлетон асоціюється з іменем легендарного свого часу Остапа Вишні. Хоч, зауважимо, автор “Мисливських усмішок” недолюбливав цього слова і волів називати свої незлічені творіння усмішками, гуморесками. В Україні діяла досить потужна група майстрів газетної сатири і гумору, серед яких Кость Котко, Василь Чеч’янський, Сергій Чмельов та ін.

¹ Молодь України. – 2002. – 15 січ.

² Детальну характеристику сатирично-гумористичних жанрів сучасної журналістики студент знайде у ґрунтовному навчальному посібнику: Кузнецова О. Засоби і форми сатири та гумору в українській пресі. – Львів, 2003.

Найактивніший розвиток фейлетону, як і загалом гумору і сатири у підцензурній пресі, припадає на час певних послаблень утисків, але за наявності суворого партійного контролю над друкованим словом. Може, саме тому конче потрібно було, користуючись певними віддушинами, вдаватися до мови Езопа, наполегливо шукати такі прийоми подачі матеріалу, такий сатиричний підтекст, який розумів читач, але не можна було звинувачувати автора й видання. Коли цензурні рогатки були поламані, з'явилась можливість відверто говорити про все наболіле, зникла потреба в іносказанні, у вишуканості прийомів, алегорії, багатозначному підтексті, винахідливості, без яких не може обійтися сатирик. Автор палає громадянським гнівом, надає перевагу відвертій критиці, а не вишуканим прийомам алегорії, сатиричного висміювання, внутрішнього сарказму. Та й читач, принаймні розумний, шукав колись у сатирі певну віддушину, відчував певний катарсис. Чи не тому очолюваний мужнім Федором Маківчуком "Перець" мав мільйонні тиражі і передплата на нього суворо обмежувалася. Фейлетон посідав відповідне місце у будь-якій газеті, а сьогодні його треба шукати зі свічкою в руках. Це не означає його зникнення. Відбуваються складні трансформації. І, може, сьогодні на студентських лавах чи у редакціях сидять його майбутні творчі реформатори.

То що ж собою являє цей свого часу чи не найцікавіший, а нині якось самою практикою відсунутий на задній план жанр? Якщо коротко, то фейлетон прийнято визначати як сатиричний, художньо-публіцистичний, малої форми твір, у якому висміюються негативні явища соціально-політичного життя, повсякденного побуту, стосунків між людьми.

На відміну від памфлету, який здебільшого присвячується політичним явищам і діям, фейлетон може трактувати політичні події та стосунки, а може сатирично осмислювати побутові й моральні взаємини між людьми, картати бездушність, зазнайство, бюрократизм, глупоту і бездарність. Об'єктом сатири завжди були не просто негативні явища, а такі хиби і вади, які рядяться під добропорядність, люди, які видають себе не за тих, ким є насправді. Такі особистості, політики, лицеміри, дворушники, брехуни, зазвичай, бояться сміху. Згадаймо, як вмів дотепно викривати тогочасні політичні порядки, псевдопатріотів призабутий, на жаль, Володимир Самійленко. То хіба ж сьогодні менше таких об'єктів? Саме для сатири, саме для фейлетону.

"У кращих фейлетонах, – зазначав дослідник сатири і гумору Анатолій Капелюшний, – яскраво виявляється сатирична і художньо-публіцистична природа цього жанру. Вони сатиричні, оскільки з'ясовують комічну суть факту, явища, тобто показують невідповідність між ідеалом сатирика, між суспільним ідеалом і реаліями дійсності, які набувають форми негативного явища. І одночасно – це твори публіци-

тичні, в яких сатирик намагається реалізувати певний публіцистичний задум, чітко визначає свою позицію”¹.

У слухності цієї думки легко переконатися, якщо уважно читатися, вслухатися, оскільки вони часто звучать з естради, з телевізійних екранів, у сатиричні твори одного з найпопулярніших сучасних сміхотворців Євгена Дударя. З позиції людини, яка любить свій народ, свою культуру, мову, фейлетоніст гнівно картає комічну за своєю природою малоросійщину, національну апатію, пристосуванство, бюрократичну лиху чиновництва, користолубство сучасних доробкевичів, безбатченків, новітніх кар’єристів, хабарників, безхребетників. До відомого списку “моїх ворогів”, який, кажуть, висів над столом Остапа Вишні, можна б додати ще з десяток імен негативних типів сучасного сатирика-публіциста. І це не залишки проклятого минулого, як прийнято було говорити за радянських часів, а породження наших днів у незалежній і нібито демократичній державі. І всі ці негативні типи саме сатиричного викриття, бо видають себе за національну еліту, тобто прикриваються, маскуються. Євгенові Дударю, якому підвладний дотеп, вміння творити комічну ситуацію, легко малювати сатиричні типи і позитивні гумористичні образи, іноді бракує терпіння, його політичний темперамент, пристрасть публіциста подекуди беруть верх над здатністю смішити. Він вибухає гнівом, вдається до моралізування, що іноді закидають йому критики і деякі читачі.

Фейлетон прийнято поділяти на різні типи. Вони бувають конкретні, коли називається справжнє ім’я винуватця, і безадресні, коли викриваються не так конкретна особистість, як певне явище. В історії журналістики траплялись випадки, коли надходили звичні на той час відгуки, офіційні реагування на безадресні фейлетони. Настільки типовим могло бути висміюване сатириком явище.

За будовою, структурою, – і це певною мірою збігається з першим критерієм, – вирізняють белетристичні та публіцистичні фейлетони. Типовим прикладом белетристичного фейлетону може бути усмішка Остапа Вишні “У ніч під Новий рік”, у якій розповідається про те, як розважається у новорічну ніч величезна група сторожів – родичів і друзів голови колгоспу. Так звані публіцистичні, побудовані не на розгортанні сюжету, а певної гумористичної тези, думки часто з’являлися у творчій практиці С. Набоки, О. Черногуза, Є. Дударя.

Зрозуміло, що праця фейлетоніста потребує, насамперед, відповідного, досить рідкісного обдарування. Газетний фейлетоніст повинен володіти всіма тими рисами, які характерні для доброго журналіста-професіонала, але йому повинно бути властиве природне почуття гумору, комічного бачення реальності, не кажучи вже про її мовностилістичну іронічну

¹ Теорія і практика радянської журналістики... – С. 298.

інтерпретацію, тобто здатність писати смішно. Якось один гуморист порівняв працю фейлетоніста із роботою клоуна у цирку. Він повинен володіти прийомами циркового мистецтва, але робити ці вправи ще й смішно.

Робота фейлетоніста – одна з найнебезпечніших. Не просто розкритикувати, а висміяти когось, а тим паче високу посадову особу, у наші демократичні часи майже автоматично веде автора і редакцію до суду. Закони щільно охороняють честь і гідність громадянина. Навіть коли ця “гідність” дуже сумнівна і примарна. Може, це теж одна із причин занепаду жанру фейлетону за повного “розквіту” різноманітних соціально небезпечних негативних явищ і процесів, а також їхніх реальних носіїв.

Із цілої маси методичних порад самих сатириків та їх певного узагальнення у наукових дослідженнях виокремимо два ключові моменти. Перший стосується особливої уважності й навіть прискіпливості під час вивчення фактів. У редакційній пошті, у повідомленнях ЗМІ, особливо на різних сайтах Інтернету, сила-силенна повідомлень про різноманітні негативні явища, неподобства і беззаконня, бюрократизм і хабарництво, зловживання владою і корупцією. Така інформація, особливо в Інтернеті, часто проходить безкарно. Однак коли за ту чи іншу тему береться сатирик і намагається її розписати, називаючи реальні прізвиська й організації, скандалу не уникнути. До цього автор повинен бути готовий і має зважати на це у процесі збору і перевірки інформації. Кожне слово, кожен факт мусить мати підтвердження. “Підтвердження факту, – засвідчує журналіст, якому не раз доводилося “горіти” після публікації гострого критичного матеріалу, – має бути свідком або диктофоном, або документом, або іншим способом...”¹

Особливо важкими, часто нездоланими для журналіста є зустріч і розмова з майбутнім геросм фейлетону чи іншого критичного матеріалу. Адже він має право відповідно до Закону “Про інформацію” запитати, навіщо потрібна інформація, яка стосується його особи. Це завжди можна потрактувати як втручання в особисте життя. У такій ситуації журналіст повинен виявити особливу винахідливість і віртуозність, юридичну грамотність, про яку ще не написано у жодних підручниках і довідниках.

Другий момент – специфічно художній. Автор фейлетону чи іншого сатирично-гумористичного виступу має вміти побачити комічний бік явища, процесу, людини. Створення зазначеної вище концепції майбутнього твору органічно передбачає сатиричне трактування прочитаного, почутого.

Автор одразу має вирішувати, як буде потрактована подія, які сюжетно-композиційні повороти і словесні сатиричні засоби використовуватимуться. Нерідко ключовою може стати певна деталь, фраза, вираз обличчя, аналогія тощо. Однак у них має бути закладена побачена ко-

¹ Високий Замок. – 1999. – 27 січ.

мічна невідповідність. Коли фейлетоніст почув словосполучення “соска в аспекти”, то воно стало наскрізним образом фейлетону. Зрозуміло, у сатирі не обійтися без гіперболи і пародіювання та цілого арсеналу інших засобів комізму.

Памфлет (від грецьких слів, що означають у перекладі “все палю”) – поширений у журналістиці й художній літературі сатирично-публіцистичний жанр. Памфлет – переважно безсюжетний сатирично-публіцистичний твір, в якому автор, вдаючись до гострої іронії та сарказму, гнівно таврує суспільно-небезпечні, на його думку, насамперед політичні явища і вади.

Зародившись в Англії ще на початку XVI ст. (його пов’язують із відомим твором Еразма Роттердамського “Похвала глупоті”), памфлет здобув популярність у часи найбільшого загострення соціальної й національної боротьби різних часів і народів. Не випадково цей жанр широко використовували ідеологи марксизму з їхніми людиноненависницькими, диктаторськими доктринами.

Був популярним памфлет в українській літературі та журналістиці, відіграючи часто різну, нерідко протилежну роль у гострому протистоянні як внутрінаціональному, груповому, так і міжнаціональному. Достатньо назвати імена Івана Вишенського, Івана Франка, Осипа Маковея, Лесі Українки. Може саме у цьому наскрізь войовничому, нещадному за тоном жанрі публіцистики найяскравіше виявилися внутрінаціональні та міжетнічні антагонізми, характерні для української історії: Дмитра Донцова, Сергія Єфремова, Симона Петлюри, Миколи Хвильового, Євгена Маланюка – з одного боку; Костя Котка, Дмитра Мануїльського, Ярослава Галана – з іншого. Історія вже винесла їм свій вирок.

Памфлет, як на нашу думку, не має чітких жанрових меж. Ми називаємо памфлетами і гостро викривальні матеріали статейного типу, і солідні за обсягом монографії, і навіть романи. Підставою для цього є відповідний тон, войовничість, а відтак засоби письма, стильова манера розмови. Певною мірою еталонним для українського памфлету першої половини минулого сторіччя з усіма його внутрішніми суперечностями, але все-таки майстерно інтелектуально написаним був цикл творів Миколи Хвильового, опублікований у літературній періодиці 1925–1930 рр. Резонанс їх був надзвичайно великий не лише у літературному, але й політичному смислі. Особливо гострим був тоді ненадрукований памфлет “Україна чи Малоросія?”, актуальність якого не втрачена й досі.

Певне пом’якшення стосунків між народами у сучасному світі, припинення чи, скоріше, вичерпання прийомів і методів “холодної війни”, усвідомлення того, що шляхом конфронтації не можна досягти так потрібних компромісу і злагоди між людьми, відсунули памфлет і памфлетний стиль десь на задній план. Хоча гострі протистояння, пов’язані,

скажімо, з подіями в Іраку, і певні суперечності між США і деякими європейськими державами зумовили появу памфлетного за тоном виступу американського публіциста Ральфа Петерса "О'рєвуар, Маріанно... Ауф відарзеєн, Лілі Марлен... Америка – Європа: кінець роману"¹, надрукованого у німецькій "Франкфуртер Альгемайне Цайтунг". Категоричність, нестриманість, невластива для сучасної американської есеїстики лайливість (чого варті вирази "безглузда шизофренія", "безсовісні манірничання Шрьодера і Ширака" або "Франція представляється нам жінкою легкої поведінки" чи визнання президента та міністра "пияками біля стерна політики") засвідчують, що зміна ситуації, загострення глобального протистояння не тільки вносять зміни в інформаційну політику, ведуть до майже усвідомленого вбивства журналістів під час бойових зіткнень, але й такого тону розмови, який нагадує найкращі зразки стилу часів холодної війни.

Арсенал журналістських форм сатири і гумору не обмежується класичним фейлетоном і памфлетом. Тут і байка, і епіграма, і пародія, і сатиричні замітки, репліки, і найголовніший жанр сучасного гумору й сатири – анекдот.

Мало яка газета обходиться без пов'язаних із цим жанром добірки, рубрики. Серед дослідників журналістики навіть поширена думка, що анекдот став чи не найпопулярнішим жанром газети. Анекдот вочевидь не журналістського походження. Дехто із журналістів навіть припускає його неземне походження². Однак те, що він знайшов своє місце і в періодиці, особливо на інтернетівських сайтах, не викликає сумніву.

У популярних масових виданнях є не тільки оригінальні рубрики, але й свої карикатуристи. Йдеться не тільки про журнал "Перець", а й про газету "День". Свого карикатуриста в особі журналістки Юлії Ліщенко має "Високий Замок". У цій же газеті уже протягом багатьох років живе популярна рубрика "Хіт-парад подій і цитат", яку веде у кожному четверговому номері відома журналістка Наталя Балюк. Нею відкривається кожен "товстий" номер газети. Більшість величезної, може й мільйонної, аудиторії починає читати газету саме з цієї рубрики. Зрозуміло, виступи журналістки бувають досить вдалим, а трапляються й менш влучні. Дуже багато залежить від того, який фактаж подає життя, а також від гостроти й дотепності самого коментаря і внутрішньої єдності певної невидимої сюжетної лінії.

Якщо спробувати визначити жанр таких публікацій, то це **сатиричні коментарі**. Ось вдалий, на нашу думку, хіт-парад під назвою "Комусь щось обіцяють відірвати". Тема – найболісніше питання – скан-

¹ Див.: Дзеркало тижня. – 2003. – 7 черв.

² Вдовиченко Г. Невже анекдоти придумують пришельці? // Високий Замок. – 2003. – 3 лип.

дал із підвищенням цін на хліб та інші продукти. Починається коментар із висловлювання прем'єр-міністра В. Януковича про те, що винуватці кризи шукатимуть захисту в столичних кабінетах, але “по-перше, – каже він, – ми їм ноги поперебиваємо, по-друге, голови повідриваємо”. Народу такий підхід подобається, каже авторка. “Наш народ хлібом не годуй, дай тільки подивитися, як комусь щось відривають”. Правда, сумнівається вона, влада, як у цьому анекдоті, лише обіцяє. Друга цитата з депутатських висловлювань – безперечна нісенітниця, бо депутат О. Рибачук стурбований тим, що “сарана доїдає останнє вугілля в Донбасі”. Знову відповідний глузливий коментар, мовляв, “дограсьмо до того, що міль залишки демократії зжере”. Не менш суттєвий завершальний акорд. Грізну заяву харківського губернатора, що тим, хто спробує підвищити ціни, оголошується війна, в якій будуть поранені, а, може, навіть убиті. Скориставшись тим, що деякі губернатори виявилися у підвищеному становищі, чекали звільнення з посад, авторка не менш в'їдливо пояснює ситуацію: “Зараз вони й самі не знають, поранені вони чи убиті. Чекають від Президента контрольного пострілу”¹.

Не втрачає популярності й сатиричне ревію Юзя Обсерватора “Львівські обсервації”, теж своєрідна форма сатири і гумору у львівській газеті “Поступ”. Тут теж коментуються висловлювання політиків, чиновників, публікації інших видань, окремі передачі телебачення. Ревію більш розлоге, часом опускається до висміювання дрібних прорахунків колег. Автор тримає під постійною увагою улюблених політичних персонажів, серед яких найбільше дістається “татуськові”.

Гумор і сатира у сучасних мас-медіа, у газетній і телевізійній публіцистиці не вичерпується використанням тих чи інших специфічних жанрів. Як ми могли переконатися лише з окремих наведених вище прикладів, елементи іронії та сарказму пронизують кращі статті, нариси, огляди, інтерв'ю. У тижневик “Дзеркало тижня”, газеті “День”, “Факты и комментарии” нема спеціальних відділів, рубрик гумористичного характеру, але іронія і сарказм пронизують виступи провідних публіцистів цих та інших видань. Але скільки природного, непідкупного гумору, а іноді й сатири є органічною складовою частиною творів одного з найдостойніших українських публіцистів Сергія Набоки, наскільки іронічним, зокрема й у ставленні до себе, був Олександр Кривенко, скільки гостроти й дотепу в статтях і оглядах Юлії Мостової і Сергія Рахманіна. Зрештою, маємо хай не такий високотиражний, як колись, журнал “Перець” і навіть загальноукраїнський конкурс політичної сатири імені Сергія Набоки, перших її лауреатів, зокрема і молодих журналістів. Є надія, що очищення сміхом буде добрим супутником демократизації та оздоровлення суспільства.

¹ Балюк Н. Комусь щось обіцяють відірвати // Високий Замок. – 2003. – 7–14 серп.

* * *

Закінчити цю книжку хотілось би тим, з чого вона починалась – про професіоналізм і професіонала. Досвідчені журналісти ставлять сьогодні питання про створення ринку журналістського пера. Задумуючи нові видання чи доводячи до відповідного рівня старі, треба обов'язково продумувати багато речей – звідки брати кошти, насамперед, яку техніку придбати, як розповсюджувати видання і яку рекламу подавати. Однак без зважування найголовнішого – хто газету, журнал, телепрограму робитиме, без імен, з якими редактор “збирається стукати в читацькі душі”, – нічого не вийде.

І підручник цей писався з єдиною надією: посильно сприяти формуванню професіоналів, журналістів нового бачення світу, нового мислення, гострого чесного слова. В Україні формується нове покоління журналістів. Деякі з них уже встигли заявити про себе, і їхній досвід, як і досвід наших видатних попередників, повинен бути розвинений і примножений. Інші готуються стати професіоналами, опановуючи ази журналістики на студентській лаві, частина засвоює секрети ремесла безпосередньо в редакції. Маємо підстави сподіватися, що висловлені тут думки, часом спірні й дискусійні, у чомусь суб'єктивні, стануть у пригоді всім, хто шукає й утверджує себе у журналістиці, а сама українська журналістика завдяки їхній праці не тільки сягне європейського рівня, але й вноситиме свою частку в її скарбницю. Треба вірити, треба працювати.

Питання для обговорення

1. Нарис та його різновиди.
2. Політичний портрет.
3. Есе й інші форми політичних виступів.
4. Фейлетон і памфлет – провідні жанри сатири та гумору.
5. Інші форми комічного трактування фактів і явищ у журналістиці.

Список літератури

- Гід журналіста. – К., 1999. – С. 47–64.
Здоровега В. Мистецтво публіциста. – К., 1966. – С. 15–70.
Кузнєцова О. Засоби й форми сатири та гумору. – Львів, 2003.
Теорія і практика радянської журналістики. – К., 1989. – С. 265–321.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

- Україна: інформація і свобода: Збірник законодавчих актів, нормативних документів та статей фахівців. – К., 1997.
- Українське законодавство: Засоби масової інформації. – К., 2000.
- Бebик В. М. ЗМІ в посткомуністичній Україні. – К., 1996.
- Бочковський І., Сірополко С. Українська журналістика на тлі доби / Упорядк. і передм. М. Присяжного. – Мюнхен, 1993.
- Владимиров В. Теория и методика журналистского творчества: Учебн. пособие. – Луганск, 1997.
- Гід журналіста. – К., 1999.
- Гриценко О., Кривошея Г., Шкляр В. Основи теорії журналістської діяльності. – К., 2000.
- Гриценко О., Шкляр В. Основи теорії міжнародної журналістики. – К., 2002.
- Дмитровський З. Телевізійна інформація: теорія і практика. – Львів, 2002.
- Збірник праць кафедри української преси. – Львів, 1995. – Вип. 1; Львів, 1996. – Вип. 2; Львів, 2000. – Вип. 3.
- Здоровега В. Й. Вступ до журналістики: Текст лекцій. – Львів, 1998.
- Здоровега В. Й. Питання психології публіцистичної творчості. – Львів, 1982.
- Здоровега В. И. Слово тоже есть дело: Некоторые вопросы теории публицистики. – М., 1979.
- Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості. – Львів, 2000.
- Іванов В. Соціологія масової комунікації: Навч. посіб. – К., 1999.
- Карпенко В. Основи професійної комунікації. – К., 2002.
- Кузнецова О. Д. Аргументація в публіцистиці. – Львів, 1992.
- Кузнецова О. Д. Журналістська етика і етикет. – Львів, 1998.
- Кузнецова О. Д. Аналітичні методи в журналістиці. – Львів, 2002.
- Кузнецова О. Д. Засоби й форми сатири та гумору. – Львів, 2003.
- Лизанчук В. В. Радіожурналістика: засади функціонування. – Львів, 2002.
- Лубкович І. М. Соціологія журналістики: Курс лекцій. – Львів, 1997.

- Миронченко В. Я.* Основи інформаційного радіомовлення: Підручник. – К., 1996.
- Михайлин І. Л.* Основи журналістики: Підручник. – 2-ге вид., допов. та поліпшене. – Х., 2000.
- Москаленко А. З.* Вступ до журналістики. – К., 1998.
- Москаленко А. З.* Теорія журналістики: Навч. посіб. – К., 2002.
- Москаленко А. З., Губернський Л. В., Іванов В. Ф., Вергун В. А.* Масова комунікація. – К., 1997.
- Мурікан Ж.* Журналістське розслідування. – К., 2001.
- Основи творческой деятельности журналиста / Ред.-сост. С. Г. Корносенко. – СПб., 2000.
- Почепцов Г. Г.* Теорія комунікації. – 2-ге вид., допов. – К., 1999.
- Прилюков Д. М.* Теорія і практика журналістської творчості. – К., 1983.
- Прохоров Е. П.* Введение в теорию журналистики. – М., 2004.
- Публіцистика і тенденції розвитку світу: Зб. наук. ст. – Львів, 1999.
- Різун В. В.* Маси. – К., 2003.
- Теорія і практика радянської журналістики: Навч. посіб. / За ред. В. Здоровеги. – Львів, 1989.
- Телевізійна і радіожурналістика (Історія, теорія, практика: погляд у майбутнє). – Львів, 1999. – Вип. 2.
- Техніка інтерв'ю. – К., 2000.
- Тертычный А. А.* Расследовательская журналистика. – М., 2002.
- Чічановський А., Шкляр В.* Політика, преса, влада. – К., 1993.
- Шаповал Ю. Г.* Телевізійна публіцистика: методологія, методи, майстерність. – Львів, 2002.
- Шкляр В.* Журналістська майстерність: поетика журналістського твору: Конспект лекцій. – К., 1999.
- Шкляр В.* Теорія і практика журналістської творчості: Конспект лекцій. – К., 1999.
- Українська журналістика: вчора, сьогодні, завтра. – К., 1996, 1997, 1998.
- Ученова В. В.* Творческие горизонты журналистики. – М., 1976.
- Фихтелюс Э.* Десять заповедей журналистики. – Вэрнамо, 1999.

РЕЗЮМЕ

Теория и методика журналистского творчества

Предлагаемая книга – одно из первых в постсоветских государствах пособие, посвященное самой важной части нормативного курса “Теория и практика журналистики”: анализу природы и характерных особенностей литературного творчества в СМИ, основных потоков журналистской информации, сущности журналистского мастерства как самой важной составной профессионализма сотрудника масс-медиа, главных этапов работы над произведением, включая методику сбора информации, написания текста, своеобразия аргументации и полемики. Завершается пособие общей характеристикой жанров журналистики в их современном развитии, а также главами, посвященными информационному, аналитическому и художественно-публицистическому методам отражения действительности в масс-медиа.

Книга написана на основе научно-теоретического осмысления практического опыта, содержит изложение устоявшихся в журналистиковедении понятий и проблем, возникших в процессе коренной перестройки журналистики. Автор исходит из того, что литературная работа в журналистике является не самым сложным, но вместе с тем самым трудным видом литературного труда, что объясняется такими признаками его продукта, как актуальность, оперативность, социально-политическая острота, практическая направленность, документальная точность, постоянная повторяемость тем, простота и лаконизм изложения информации. Эти качества по-разному сочетаются в разных по внутренней природе потокам журналистской информации: официальной, событийной, публицистике, научно-просветительской, деловой, эстетически-развлекательной, справочной, рекламе.

Усилия современного журналиста должны быть направлены на объективное информирование аудитории. Поэтому в книге сосредоточено внимание на путях адекватного отражения действительности как путем широкого информирования, всесторонней и объективной подачи новостей, так и правдивого, неупрежденного анализа фактов и явлений, на проблемах свободы журналистского творчества, активном отстаивании работниками СМИ права говорить обществу правду.

Все компоненты сложного процесса литературного творчества рассматриваются под углом зрения мастерства журналиста, которое трактуется как умение оперативно откликаться на актуальные вопросы, глубоко и компетентно вникать в существо событий и явлений, правдиво обобщать их с позиции групповых, государственных, общечеловеческих интересов и убедительно воплощать собственные мысли в сжатой, совершенной, яркой форме, добиваясь при этом определенных духовных и практических результатов.

Исходя из этого, в книге акцентируется внимание на феномене интересного в реальной и отраженной действительности, на умении аргументировать и полемизировать, рассматриваются не только проявления профессионализма журналиста, но и как признаки политической культуры общества, в которых должны быть заинтересованы как широкая общественность, так и власть.

Главная цель книги – сильное формирование профессионалов, журналистов нового видения мира, нового мышления, острого, честного слова.

Theory and Methodology of Journalism

This book is devoted to the most important issues of the normative course of Theory and Practice of Journalism, being one of the first textbooks of the kind in post-Soviet countries. These issues basically have to do with the nature and special features of journalistic skills as the most important component of the journalist's professionalism, main stages of writing up a journalistic article, including the methodology of compiling information, word-processing and that of arguments and polemics. General description of journalistic genres, their contemporary status and development is described in the last part of the textbook.

The chapters which are dedicated to informative, analytical, fiction and publicist methods of reality reflection in mass media are also discussed in this book.

The book is written on the basis of scientific and theoretical comprehension of the practical experience. It contains personal views on interpretation of traditional concepts and questions that have arisen in the process of their fundamental reconstruction. The author proceeds from the assumption that literal work in journalism is believed to be not the most difficult one though not entirely easy type of the literary work. This phenomenon can be explained by the following factors: urgency, effectiveness, social-political acuteness, practical goals, documentary accuracy, permanent recurrence of themes, simplicity, and terseness of introducing the information. These special features vary in different flows (due to their inner nature) of journalistic information, namely official, current events, publicist writing, scientific, business, aesthetic and entertainment, references, and advertisement.

Efforts of contemporary journalists are to be focused on readers to receive objective information. That is why this book is focused on the ways of adequate elucidation of factual events by means of providing deep coverage of the materials suggesting unbiased and balanced analysis of facts. The book also deals with the problems of the freedom word and personal accountability, legal and ethical basis of journalistic work, for journalists are always determined to bring the truth to the reader.

All components of the complicated process of the literary work are discussed from the point of view of journalist's skills. These are defined as the ability of effective response to burning questions, thorough analysis of the essence of events. The author generalizes them from the point of the interests of group, state, and personality. The work also deals with the problems of how boldly, in an interesting manner and convincingly put own thoughts into brief, perfectly condensed form, at the same time striving to get both spiritual and practical response.

The book, therefore, concentrates on the phenomenon of “the interesting” to be found in the reality, as well as on the necessity to sound convincingly while defending ones own position in the process of dispute. The latter is considered to be the most important aspect of journalistic professionalism as well as an element of political culture of society, being very a important issue for the both.

The main purpose of this book is to contribute to education of professional journalists with a new vision of the world, way of thinking and acute and honest mode writing.

ПРО АВТОРА

Здоровега Володимир Йосипович

Народився 9 жовтня 1930 року в с. Оліїв Зборівського району на Тернопільщині. Доктор філологічних наук, Заслужений професор Львівського національного університету імені Івана Франка, Заслужений журналіст України. Літературний критик, публіцист, теоретик літератури і журналістики, автор майже тисячі статей, рецензій, оглядів, нарисів, есе на журналістські, літературно-мистецькі, політичні, філософські теми; автор, ведучий і учасник радіо- і телепередач.

Опублікував низку монографій, літературно-критичних нарисів, посібників, підручників: “Сучасна українська комедія – літературно-критичний нарис” (К., 1959); “Мистецтво публіциста” (К., 1966); “У майстерні публіциста: проблеми теорії, психології, публіцистичної майстерності” (Львів, 1969); “Пошуки істини, утвердження переконань: деякі гносеологічні та психологічні проблеми публіцистики” (Львів, 1975); “Слово тоже есть дело: вопросы теории публицистики” (М., 1979); “Питання психології публіцистичної творчості” (Львів, 1982); “Віталій Коротич: літературно-критичний нарис” (К., 1986); “Збагнути день суцїй” (К., 1988); “Теорія і практика радянської журналістики: навчальний посібник” (у співавторстві) (Львів, 1989); “Вступ до журналістики: курс лекцій” (Львів, 1994; 2-ге вид. 1998); “Теорія і методика журналістської творчості: навчальний посібник” (Львів, 2000) та ін.

Ще навчаючись на філологічному факультеті (1948–1953) і в аспірантурі при кафедрі літератури (1953–1956) Львівського університету виступав як критик і публіцист у періодиці, на радіо. З 1956 року – викладач, а згодом доцент наймолодшого в університеті факультету журналістики. Від 1959 до 1962 року – його декан. Із зануренням у педагогічну та організаторську роботу розширюється діапазон суспільно-політичних і наукових зацікавлень: від питань літератури, мистецтва до актуальних проблем журналізму та суспільно-політичного життя. Домінантним предметом наукових зацікавлень стає публіцистика, результат чого – докторське наукове дослідження “Публіцистика, її природа, соціальні функції, гносеологічні і психологічні особливості” (1970). Від 1972 року – професор, організатор і довголітній керівник кафедри теорії

і практики журналістики, один із загальноновизнаних фундаторів української наукової школи журналістики, вихователь когорти кандидатів і докторів наук.

У 1986 році на альтернативній основі його знову обрали деканом факультету, і протягом 10 років він займався організацією і перебудовою навчального процесу, пов'язаною з національним відродженням, становленням суверенної української держави. Він проводив міжнародні наукові конференції, зустрічі, дискусії. Запропонував нові концепції про роль і місце мас-медіа в сучасному суспільстві, відповідальності журналіста перед громадою.

Був активним членом Спілки журналістів України, її виборних органів; одним з ініціаторів скликання позачергових VI і VII з'їздів журналістів, співавтором ухвалених ними документів, які проголосили утворення незалежної, демократичної організації працівників ЗМІ України (нині Національна спілка журналістів України).

Вихованці й колеги Володимира Здоровеги жартома називали його граючим тренером, оскільки він вміло поєднував наукову й педагогічну роботу з активною участю у пресі.

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	5
ВСТУП.....	7
1. ЖУРНАЛІСТИКА ЯК ВИД ТВОРЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	15
2. СКЛАДОВІ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ МАЙСТЕРНОСТІ.....	29
3. ФЕНОМЕН ЦІКАВОГО В ЖУРНАЛІСТИЦІ.....	41
4. ОБ'ЄКТИВНА РЕАЛЬНІСТЬ І ШЛЯХИ ЇЇ ВІДОБРАЖЕННЯ В ЖУРНАЛІСТИЦІ.....	53
5. ЗАДУМ, ТЕМА, КОНЦЕПЦІЯ, ІДЕЯ ТВОРУ.....	67
6. ФАКТ І ЙОГО ПРИРОДА У ЖУРНАЛІСТИЦІ.....	77
7. МЕТОДИ ЗБОРУ ІНФОРМАЦІЇ В ЖУРНАЛІСТИЦІ.....	87
8. КОМПОЗИЦІЯ, КОНФЛІКТ, СЮЖЕТ ТВОРУ.....	101
9. ПРОЦЕС НАПИСАННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО ТВОРУ.....	109
10. АРГУМЕНТАЦІЯ В ЖУРНАЛІСТИЦІ.....	121
11. ПОЛЕМІКА В ЖУРНАЛІСТИЦІ.....	135
12. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЖАНРІВ.....	147
13. ІНФОРМАЦІЙНІ МЕТОДИ ВІДТВОРЕННЯ.....	163
13.1. Природа інформаційного відображення.....	163
13.2. Жанрова палітра.....	169
13.3. Методика роботи.....	181
14. АНАЛІТИЧНІ МЕТОДИ В ЖУРНАЛІСТИЦІ.....	189
14.1. Природа і специфіка журналістського аналізу.....	189
14.2. Жанрова палітра.....	199
14.3. Методика роботи.....	213
15. ХУДОЖНЬО-ПУБЛІЦИСТИЧНЕ ВІДОБРАЖЕННЯ.....	225
15.1. Публіцистика та її природа.....	225
15.2. Образність журналістики і природа публіцистичного образу.....	237
15.3. Жанрові модифікації та методика роботи.....	249
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	263
РЕЗЮМЕ.....	265
ПРО АВТОРА.....	269

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

ВОЛОДИМИР ЗДОРОВЕГА

ТЕОРІЯ І МЕТОДИКА ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ТВОРЧОСТІ

Підручник
3-тє видання

Відповідальний за випуск – *Павло Лозинський*
Науковий редактор – *Ігор Паславський*
Літературний редактор – *Анна Весній*
Коректор – *Оксана Панчишин*
Комп'ютерна верстка – *Світлана Костенко*

Підп. до друку 07.12.2007.
Формат 60x84/16. Папір офсетний.
Друк офсетний. Умовн. друк. арк. 16,04.
Наклад 2000 прим.

Видавництво "ПАІС"

Реєстраційне свідоцтво ЛВ № 97 від 11 грудня 2000 року

79007, м. Львів, вул. Гребінки 5, оф. 1

Тел.: (032) 296-60-14, (032) 272-83-98

e-mail: pais@mail.lviv.ua, www.pais.com.ua