

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ ТА МОВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
з навчальної дисципліни**

«ІНФОРМАЦІЙНІ ЖАНРИ ЖУРНАЛІСТИКИ»

**для підготовки фахівців ОКР «Бакалавр»
зі спеціальності 061 «Журналістика»**

Київ - 2023

УДК 070:004(072)

*Рекомендовано до друку вченою радою
гуманітарно-педагогічного факультету
Національного університету біоресурсів і природокористування України
протокол № 7 від 16 лютого 2023 р.*

Рецензенти:

Навальна М.І., доктор філологічних наук, професор кафедри журналістики та мовної комунікації Національного університету біоресурсів і природокористування України

Бикова О.М., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри міжнародної журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка

Укладач: Семашко Т.Ф., доктор філологічних наук, професор кафедри журналістики та мовної комунікації

Методичні рекомендації до курсу «Інформаційні жанри журналістики» для підготовки фахівців ОКР «Бакалавр» зі спеціальності 061 «Журналістика» / Уклад. Семашко Т.Ф. Київ : ТОВ «КОМПРІНТ», 2023. 95 с.

У пропонованих методичних рекомендаціях зібрано й систематизовано основний теоретичний і практичний матеріал із курсу «Інформаційні жанри журналістики» для майбутніх фахівців у галузі соціальних комунікацій. Матеріал методичних вказівок скерований на те, щоб сформувати професійну лінгвістичну та комунікативну компетенцію студентів спеціальності «Журналістика». Методичні вказівки допоможуть студентам набути вміння та навичок необхідних для майбутньої професійної діяльності, а також розширити та поглибити загальножурналістську підготовку молоді у межах обраної галузі знань.

Видання відповідає вимогам кредитно-модульної системи організації навчального процесу в закладах вищої освіти, та підготовлене відповідно до чинної навчальної програми.

УДК 070:004(072)

Семашко Т.Ф., 2023

ЗМІСТ

Передмова	5
Мета та завдання навчальної дисципліни «Інформаційні жанри журналістики»	7
Програма та структура навчальної дисципліни «Інформаційні жанри журналістики»	13
Змістовий модуль I. Жанрова система журналістики. Інформаційна група газетно-журнальних жанрів	19
Тема 1. Професійні стандарти інформаційної журналістики. Жанри в арсеналі сучасної журналістики	17
Питання для самоконтролю	21
Завдання для самостійного виконання.....	22
Література.....	23
Тема 2. Інформаційні жанри. Тенденції розвитку інформаційних жанрів	23
Питання для самоконтролю	29
Завдання для самостійного виконання.....	30
Література.....	30
Тема 3. Новинна інформація. Методи пошуку і збирання інформації в журналістиці	31
Питання для самоконтролю	31
Завдання для самостійного виконання.....	32
Література	32
Тема 4. Замітка як первинний жанр	34
Питання для самоконтролю	37
Завдання для самостійного виконання.....	38
Література	38
Змістовий модуль II. Діалогічні форми інформаційних жанрів	39
Тема 5. Сучасний репортаж як оперативна форма емоційного, наочного зображення події	40
Питання для самоконтролю	44
Завдання для самостійного виконання.....	45
Література	45

Тема 6. Інтерв'ю як метод збирання інформації та провідний жанр журналістики.....	46
Питання для самоконтролю	48
Завдання для самостійного виконання.....	48
Література	49
Тема 7. Звіт. Методика написання звіту.....	50
Питання для самоконтролю	54
Завдання для самостійного виконання.....	55
Література	55
Тема 8. Новітні тенденції в інформаційній журналістиці..	56
Питання для самоконтролю	60
Завдання для самостійного виконання.....	61
Література	61
Теми практичних занять	62
Самостійна робота студентів	64
Тематика творчих робіт.....	65
Питання до іспиту.....	69
Взірець екзаменаційного білета	73
Методи навчання	74
Форми контролю.....	74
Методичне забезпечення	75
Словник молодого журналіста	76
Рекомендована література	90

ПЕРЕДМОВА

Творчий процес оволодіння дійсністю не зупиняється ані вдень, ані вночі. Без нагромадження інформації в журналістиці не можливо реалізувати будь-який конкретний творчий задум. У різних видах діяльності цей процес має принципові відмінності. У журналістиці творчість – це усвідомлена, цілеспрямована діяльність, яка має особливу мету: побачити конкретні зміни у житті та розповісти про них сучасникам. Ці зміни можуть бути як позитивними, так і негативними, але вони обов'язково мають значення для суспільства. Відносно часу це, як правило, сьогодення, хоч за масштабом – від локальних до глобальних подій.

Журналістика як галузь виробництва є чітко організованим та структурованим творчим виробничим процесом, який вимагає від журналіста певних фахових знань, навичок та вмінь, необхідних для оперативного, точного, вичерпного дослідження реальної дійсності, здобуття нової інформації задля чесного й відповідального інформування аудиторії про актуальні, злободенні, вагомні суспільно-значущі події та факти реального життя в Україні та світі; застосування різних методів збору інформації – вивчення та аналіз документів, спостереження, опитування (інтерв'ю), аналіз і відбір новин, їх ранжирування; володіння технологіями мережевого моніторингу, написання інформаційного тексту, навичок редагування, створення інформаційного пакету, верстки номера чи полоси, сторінки бюлетеню новин та ін.

Теоретичні положення курсу «Інформаційні жанри» – це наука про методику пізнання нових прикмет сьогодення, його найяскравіших подій. Практичні положення полягають в умінні розповісти про ці новини та події саме в тій літературній формі, яка є найбільш адекватною самому життєвому явищу, тобто допомагає найбільш ефективному сприйняттю фактів та формуванню адекватної реакції на них – громадської думки.

Інформаційні жанри – це базові жанри журналістики, відтак, курс «Інформаційні жанри» містить знання та положення, які

складають основу професії журналіста.

У процесі навчання студенти матимуть змогу на практиці оволодіти навичками репортерської роботи під час підготовки інформаційних випусків бюлетенів новин університету. Навчання відбуватиметься за принципом мінімального теоретичного студіювання у ході постійної практичної роботи. Обов'язковим елементом роботи буде аналіз, редагування та обговорення студентських практичних доробків, створених у процесі вивчення відповідного курсу.

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ІНФОРМАЦІЙНІ ЖАНРИ ЖУРНАЛІСТИКИ»

Метою викладання дисципліни «Інформаційні жанри журналістики» є сформувати професійну журналістську і комунікативну компетенцію студента-фахівця у галузі соціальних комунікацій. Дисципліна скерована на здобуття високого рівня професійних знань, комунікативних умінь, ціннісних орієнтацій, інтегральних показників культури мовлення, необхідних для майбутньої професійної діяльності. Курс також покликаний допомогти студентам, які опановують журналістський фах, навчитися вибирати теми інформаційних журналістських матеріалів та створювати такі матеріали, а також дати їм можливість здобути практичні навички роботи в інформаційних жанрах друкованих ЗМІ; сформувати у студентів комплекс теоретичних знань і практичних професійних навичок, необхідних для репортерської та редакторської роботи в редакціях газет і журналів, зокрема, в редакціях новин тощо. Реалізація поставленої мети вимагає розв'язання низки проблем.

Завдання навчальної дисципліни:

- дати теоретичне розуміння організації редакційної діяльності друкованого медіа;
- визначити особливості функціонування газетно-журнальної журналістики;
- отримати основні навички для підготовки власних матеріалів у різних жанрах;
- підготувати спеціалістів, що вміють здобувати інформацію з різних джерел, перевіряти і системно опрацьовувати її, втілювати матеріал у цікаву, оригінальну й доступну для сприйняття форму та презентувати його аудиторії як готовий журналістський продукт;

- забезпечити теоретичними знаннями, необхідними для ефективного створення журналістських інформаційних матеріалів;
- допомогти студентам сформувати навички роботи в інформаційних жанрах;
- сформувати практичні навички роботи в редакційному колективі;
- створити, проаналізувати, перевірити і захистити публічно авторські роботи інформаційних жанрів;
- навчити вибирати та досліджувати тему («генерувати» ідеї, виконувати журналістські завдання);
- вдосконалити стиль письма.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **знати:**

- особливості масово-інформаційної ситуації в Україні та світі й місце журналістики в сучасних інформаційних процесах;
- основні поняття і терміни газетно-журнального виробництва;
- специфіку аудіовізуального сприйняття інформації;
- мати уявлення про оперативну роботу репортера та принципи організації роботи на місці події;
- знати етичні та правові засади репортерської праці, правила професійної безпеки, посадові обов'язки працівників інформаційної редакції;
- розуміти співвідношення між етичними, професійними та технологічними складниками праці;

вміти:

- обробляти і редагувати зібраний матеріал;
- створювати як окремі репортерські повідомлення, так і складні інформаційні добірки новин;
- працювати в творчому колективі;
- правильно розуміти й виконувати редакційні настанови й поставлені завдання, дотримуючись редакційних пріоритетів;
- чітко формулювати завдання для репортерів та інших учасників творчого процесу;

- користуватись технічними засобами фіксації інформації;
- цитувати будь-який текстовий, звуковий чи аудіовізуальний матеріал відповідно до вимог авторського права;
- відповідально ставитись до виконання редакційних завдань, оприлюднення фактів;
- вміти ставити запитання по суті, з'ясувати обставини;
- знаходити належні докази та переконливі свідчення;
- отримувати інсайдерську інформацію та захищати свої джерела інформації;
- відчувати професійну відповідальність перед читацькою аудиторією.

НАБУТТЯ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ

Програмні компетентності

Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні завдання і проблеми у певній галузі професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК 3. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.</p> <p>ЗК 4. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК 6. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК 7. Здатність планувати час та управляти ним.</p> <p>ЗК 8. Вміння виявляти та вирішувати проблеми.</p>

	ЗК 9. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	<p>ФК 1. Здатність використовувати спеціалізовані концептуальні знання з соціальних комунікацій, набуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень в інноваційній діяльності та/або дослідницькій роботі.</p> <p>ФК 2. Здатність критично осмислювати проблеми у професійній діяльності чи дослідницькій роботі на межі предметних галузей.</p> <p>ФК 3. Здатність виконувати складні завдання і вирішувати складні проблеми, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної чи недостатньої інформації та суперечливих вимог.</p> <p>ФК 4. Здатність проводити дослідницьку та/або інноваційну діяльність у галузі соціальних комунікацій.</p> <p>ФК 5. Здатність зрозуміло і недвозначно доносити власні висновки, а також знання та пояснення, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються.</p> <p>ФК 6. Здатність приймати рішення у складних і непередбачуваних умовах дослідницької та/або інноваційної роботи, що потребує застосування нових підходів та прогнозування.</p> <p>ФК 8. Здатність до планування подальшого автономного та самостійного навчання у сфері дослідницької та/або інноваційної діяльності.</p>
Програмні результати навчання	

	<p>ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.</p> <p>ПР04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.</p> <p>ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.</p> <p>ПР06. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків.</p> <p>ПР10. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень.</p> <p>ПР11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.</p> <p>ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.</p> <p>ПР16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.</p> <p>ПР18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуаціях на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.</p>
--	---

Методичні рекомендації укладено відповідно до програм для журналістських спеціальностей, а також вимог кредитно-модульної системи організації навчання у вищій школі. Запроваджено передбачену Болонською декларацією систему академічних кредитів, що аналогічна ECTS (Європейській кредитно-модульній

системі), визначено змістові модулі курсу, сформульовано завдання для самостійної роботи студентів, представлено систему індивідуально-дослідних завдань (ІНДЗ).

Кредитно-модульна система організації навчального процесу – це модель організації навчального процесу, яка ґрунтується на поєднанні модульних технологій навчання та залікових освітніх одиниць (залікових кредитів).

Заліковий кредит – це одиниця виміру навчального навантаження, необхідного для засвоєння змістових модулів або блоку змістових модулів.

Модуль – це задокументована, завершена частина освітньо-професійної програми (навчальна дисципліни, практики, державної атестації), що реалізується відповідними формами навчального процесу.

Змістовий модуль – це система навчальних елементів, що поєднана за ознакою відповідності певному навчальному об'єктові.

ПЕРШИЙ ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ охоплює поняття жанру в українській періодиці та принципів і нових тенденцій жанроутворення: загальна характеристика жанрів сучасної преси; жанрові злиття і перетікання; репортажні елементи в інших жанрах; інформаційні жанри; тенденції розвитку інформаційних жанрів у сучасних ЗМК.

ДРУГИЙ ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ допоможе розібратися в основних теоретичних і практичних ракурсах інформаційних жанрів: сучасний репортаж, інтерв'ю, замітка, звіт тощо. Передбачається засвоєння методики підготовки інформаційних матеріалів до друку.

Курс передбачає виконання індивідуальних завдань, роботу в малих редакційних групах та колективну роботу в великій редакційній команді, що відповідає сучасній практиці від редакційного завдання до написанням та редагуванням матеріалів інформаційних жанрів.

ПРОГРАМА ТА СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ІНФОРМАЦІЙНІ ЖАНРИ ЖУРНАЛІСТИКИ»

Відповідний курс є нормативним, викладається упродовж V семестру та передбачає 2 змістових модулі; форма контролю – іспит.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усьог о	у тому числі					усьог г	у тому числі				
		л	п	ла б	ін д	с. р.		л	п	ла б	ін д	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1. Жанрова система журналістики. Інформаційна група газетно-журнальних жанрів												
Тема 1. Професійні стандарти інформаційної журналістики. Жанри в арсеналі сучасної журналістики.	15	2	4	-	-	9						
Тема 2. Інформаційні жанри. Тенденції розвитку інформаційних	15	2	4	-	-	9						

жанрів у сучасних ЗМК.													
Тема 3. Новинна інформація. Методи пошуку і збирання інформації в журналістиці.	15	2	4	-	-	9							
Тема 4. Замітка як первинний жанр журналістики. Жанрові особливості замітки.	15	2	4	-	-	9							
Разом за змістовим модулем 1	60	8	16	-	-	36							
Змістовий модуль 2. Діалогічні форми інформаційних жанрів													
Тема 5. Сучасний репортаж як оперативна форма емоційного, наочного зображення події. Природа репортажу.	16	2	4	-	-	10							
Тема 6. Інтерв'ю як метод збирання інформації та	16	2	4	-	-	10							

провідний жанр журналістики.													
Тема 7. Звіт, жанрові особливості. Призначення й жанрові особливості звіту.	14	2	3	-	-	9							
Тема 8. Новітні тенденції в інформаційній журналістиці.	14	1	3	-	-	10							
Разом за змістовим модулем 2	60	7	14	-	-	39							
Усього годин	120	15	30	-	-	75							

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I
ЖАНРОВА СИСТЕМА ЖУРНАЛІСТИКИ.
ІНФОРМАЦІЙНА ГРУПА
ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНИХ ЖАНРІВ

ТЕМА 1

Професійні стандарти інформаційної журналістики.

Жанри в арсеналі сучасної журналістики

Предмет, структура та завдання курсу. Журналістика як громадська та літературна діяльність по збиранню, обробці та розповсюдженню інформації. Поняття літературного роду та жанру. Журналістські роди та жанри. Інформаційний рід у сучасній журналістиці як фундамент її жанрово-родової будови. Жанр як змістово-формальна єдність. Відповідність форми змістові в журналістських текстах. Загальна характеристика жанрів сучасної преси. Класична система журналістських жанрів. Жанри і жанроутворення. Типологія жанрів. Новітні класифікації жанрів. Жанрові злиття і перетікання. Взаємкореляція журналістських жанрів. Репортажні елементи в інших жанрах. Методика підготовки матеріалів до друку.

Жанрова специфіка характерна для всіх розділів журналістики, але найкраще вона представлена саме в пресі, зокрема, в друкованих виданнях.

Система журналістських жанрів упродовж кількох останніх десятиліть зазнає відчутних змін. Усталені й історично сформовані канони піддаються не лише певній корекції, а й радикальному перегляду. Теоретики журналістики пропонують нові бачення, підходи та класифікації жанрів, які трансформуються в різних варіантах. Класичний, загальноприйнятий у науковому світі поділ на *інформаційні, аналітичні й художньо-публіцистичні* жанри поступово позбувається домінування.

Чинники змін:

- безпосередня журналістська практика;
- глобалізація інформаційного простору;
- зростання швидкості інформаційних потоків;
- жанрові вподобання аудиторії;

- ущільнення інформації.

Останнє десятиліття як у теорії, так і в практиці журналістики породило чимало дискусій навколо сучасних і майбутніх тенденцій розвитку жанрових варіацій журналістських текстів. Відтак, у сучасному журналістикознавстві існують різні погляди на типологію жанрів. Традиційні й новаторські підходи до їхньої класифікації не завжди однозначно сприймаються в академічних колах і викликають дискусії щодо правомірності їхнього застосування.

Полемічними залишаються питання:

- що таке жанр?
- які його функції?
- наскільки він сталий?
- характер і ступінь інтеграції журналістських жанрів?
- чи зберігають жанри під час поєднання свою окремішність, чи утворюють абсолютно нові жанр, форму і стиль?
- у чому полягає різниця між взаємопроникненням і взаємодією жанрів?

Більшість науковців погоджується із тезою про те, що *жанр* – це більш-менш *стійкий, усталений, історично сформований тип твору із притаманними йому чіткими структурними ознаками, способом осягнення дійсності*. Сьогодні вилучено кілька критеріїв, за якими відбувається поділ журналістських творів на конкретні жанри.

Критерії диференціації жанрів:

- *по-перше*, об'єкт відображення, конкретний життєвий матеріал, який стає основою твору. Про одну й ту саму подію можна розповісти в різний спосіб, але є такі, для котрих є відповідні, органічні жанри;

- *по-друге*, це призначення твору. Його мету визначає редактор або сам автор. Якщо ідеться про звичайне інформування аудиторії, це буде один тип твору (наприклад, замітка). А якщо перед творчим працівником постає завдання глибше проаналізувати події, то це буде щось зовсім інакше (скажімо, репортаж, коментар чи інтерв'ю). Ще інше призначення мають тексти, наближені до літератури (нариси, фейлетони, есеї). Вони не надають реципієнтові якісь абсолютно нові

знання, проте виконують не менш важливу функцію – формулюють нові думки і сенси;

- *по-третє*, це масштаб охоплення й узагальнення дійсності. Залежно від цього журналістські твори тяжіють описового відтворення, поглибленого аналізу чи художнього відображення. Навіть у творах однієї жанрової групи можна розповісти про факт чи явище з різним ступенем узагальнення: вужче – в коментарі, ширше – в огляді чи статті. Дуже наочно цей принцип демонструють випуски новин на телебаченні й радіо, коли впродовж тижня подають відносно короткі оперативні матеріали, а наприкінці – готують розлогі сюжети, насичуючи їх подробицями, аргументацією, висновками;

- *по-четверте*, важливим критерієм диференціації жанрів журналістики є особливості літературно-стилістичних засобів вираження задуму. Набір творчих прийомів і засобів, що є природними і притаманними одним жанрам, може категорично не підходити іншим. Так, інформаційні повідомлення, котрі передають новинні агентства, відзначаються конкретністю, лаконічністю, певною шаблонністю і сухістю подачі матеріалу, в якій не допускається авторський суб'єктивізм і вираження його творчого начала. Більше свободи і само вираження журналіст має в аналітичних текстах, хоч і там він теж має залишатися в певних рамках канону. Натомість у публіцистиці автора майже нічого не стримує: в есеї чи нарисі він може вправлятися образності й метафоричності;

- *по-п'яте*, обсяг матеріалу (додатковий, допоміжний, не є визначальним критерієм поділу на жанри). 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. І навпаки – короткі за обсягом матеріали (ті ж авторські колонки), які суто формально можуть подібними на замітки, є зразком публіцистики.

На підставі означених чинників та з огляду на те, що журналістика як специфічна пізнавальна діяльність і творчість унаслідок тривалого історичного розвитку виробила й утвердила три основні способи відображення дійсності – повідомлення новин, коментування фактів, публіцистичне розкриття – *журналістські жанри поділяють* на:

- інформаційні,
- аналітичні,
- художньо-публіцистичні.

Поміжжанрові кордони між ними часто розмиті, але однозначно є завжди один домінуючий критерій: в інформаційних жанрах домінує повідомлення новин, в аналітичних – вивчення, аналіз та коментування фактів, у художньо-публіцистичних аналіз поєднується з образно-художнім осягненням реальності.

Класична система жанрів з поділом на інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні в Україні й досі залишається провідною, хоча і в цю схему намагаються внести корективи. Оскільки система жанроутворення української журналістики – складний процес, який постійно розвивається, відповідно до зміни соціально-економічних суспільних умов, запитів громадської думки, творчості окремих особистостей, які щоденно збагачують систему жанроутворення індивідуальними новаціями, що згодом стають колективним досвідом. Аналізуючи систему жанроутворення, слід ураховувати ці фактори в комплексі, передбачаючи вплив окремих компонентів на саморозвиток системи в цілому.

Взаємокореляція та взаємопроникнення забезпечують взаємозбагачення жанрової системи, котра хоч і зазнає нині ревізії, все ж залишається відносно стабільною. Намагання кардинально переглянути її, запровадити новий розширений жанровий поділ чи механічно перенести іноземні класифікації на вітчизняну практику не завжди приносять очікуваний результат. Тому дискусії про те, до якої жанрової ніші належить той чи той текст, чим він є (жанром, формою або стилем?), досі тривають.

Запам'ятайте: «Поза системою жанрів наша професія не існує. Глибоке знання жанрів – свідчення професійної кваліфікації журналіста. Навіть найталановитіший журналіст не створить нового жанру, він може виявитися всього лише виразником того нового, що вже дозрівало у свідомості суспільства» (М. Белоусова).

ПИТАННЯ ДО САМОКОНТРОЛЮ

1. У чому полягає актуальність курсу «Інформаційні жанри журналістики»? Прокоментуйте всі її аспекти.
2. Розкрийте зміст курсу та його зв'язки з іншими навчальними дисциплінами освітньої програми.
3. З'ясуйте мету і завдання курсу.
4. Назвіть професійні стандарти інформаційної журналістики.
5. Обґрунтуйте потребу дотримання кожного з них у журналістській діяльності.
6. З'ясуйте суть понять «жанр», «жанровий різновид».
7. Зробіть загальну характеристику основних жанрових груп:
 - інформаційні,
 - аналітичні,
 - публіцистичні.
8. Жанри: за і проти.
9. Чи є поділ журналістських творів на жанри та жанрові групи умовним?
10. Динаміка розвитку інформаційних жанрів.
11. Назвіть основні жанри інформаційної журналістики.
12. Схарактеризуйте вимоги до інформаційних жанрів журналістики.
11. Система журналістських жанрів.
12. Жанрова палітра друкованих ЗМІ.
13. Трансформаційні процеси в системі журналістських жанрів.
14. Жанри газетно-журнальної періодики.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ВИКОНАННЯ

Зробити презентацію на тему «Творчий шлях мого улюбленого журналіста» (за вибором студента).

Обрати відомого журналіста (українського або закордонного), дослідити його біографію та скласти презентацію, що міститиме такі пункти: загальні біографічні дані, освіта, професійний досвід, творчі прийоми, особливості роботи конкретного журналіста.

Формат – презентація на 10-15 слайдів (у програмі PowerPoint або аналогічній).

ЛІТЕРАТУРА

1. Василенко М.К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі. Київ : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. 238 с.

2. Голік О. Методологічний аспект теорії жанрів періодичних ЗМІ // Вісник Львівського ун-ту. Серія журн. 2009. Вип. 32. С. 113–120. [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://journ.lnu.edu.ua/publications/visnyk32/Visnyk32_P1_11_Golik.pdf

3. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво : навчальний посібник / за ред. В. В. Різуна. Київ : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2010. 287 с.

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

5. Максимчук О.Л. Жанрова палітра друкованих ЗМІ у вітчизняних розвідках [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://eprints.zu.edu.ua/6988/1/00molzpd.pdf>

6. Михайлин І.Л. Основи журналістики. Підручник. Київ, 2002.

7. Шебеліст С. Трансформаційні процеси в системі журналістських жанрів // Вісник Львівського ун-ту. Серія теле- та радіожурналістика. 2010. Вип. 9. Ч. 1. С. 274–280.

ТЕМА 2

Інформаційні жанри.

Тенденції розвитку інформаційних жанрів

Поняття інформації. Соціальна інформація. Історія соціальної інформації. Теорія і практика соціальної інформації. Інформаційні жанри. Тенденції розвитку інформаційних жанрів у сучасних ЗМК. Особливості розвитку та відмінності від принципів і звичаїв західної журналістики. Формула Квінтіліана. Загальні вимоги до інформаційних жанрів. Методика роботи журналіста над інформаційними матеріалами. Інформаційні жанри в сучасних ЗМІ. Поняття про новину як основу інформаційного повідомлення. Необхідність для журналіста з перших кроків професійної діяльності бачити новину й виробляти в себе новинарне мислення. Нові тенденції в сучасній журналістиці: потяг до домінування інформаційних жанрів, причини цього явища та його вплив на масово-інформаційну діяльність в цілому. Поняття постіндустріального суспільства та пошуки його дефініції. Інформаційне суспільство як найбільш точна формула для вираження специфіки сучасного світу та інформаційної революції в ньому.

Термін "інформація" походить від латинського слова "informatio", що означає відомості, роз'яснення, виклад. Незважаючи на широке поширення цього терміна, поняття інформації є одним із самих дискусійних у науці. До сьогодні наука намагається знайти загальні властивості й закономірності, які відповідають багатогранному поняттю інформація, але поки це поняття багато в чому залишається інтуїтивним й одержує різні значенні в наповненні в різних галузях людської діяльності.

У побуті інформацією називають *будь-які дані або відомості, які кого-небудь цікавлять*. Наприклад, повідомлення про які-небудь події, про види діяльності тощо "інформувати" у цьому сенсі означає "повідомити щось, невідоме раніше".

У техніці під інформацією розуміють *повідомлення, передані у формі знаків або сигналів.*

У кібернетиці під інформацією розуміють *ту частину знань, що використовується для орієнтування, активної дії, керування, тобто з метою збереження, удосконалювання, розвитку системи.*

Клод Шеннон, американський учений, що заклав основи теорії інформації – науки, що *вивчає процеси, пов'язані з передачею, прийомом, перетворенням і зберіганням інформації,* – розглядає інформацію як зняту невизначеність наших знань про щось.

Інформація – це *відомості про об'єкти і явища навколишнього середовища, їхніх параметрах, властивостях і стані, які зменшують ступінь невизначеності, неповноти знань* (Н.В. Макарова).

Інформація – це *заперечення ентропії* (Леон Бріллюен).

Інформація – це *міра складності структур* (Моль).

Інформація – це *відбита розмаїтість* (Урсул).

Інформація – це *зміст процесу відбиття* (Тузів).

Інформація – це *ймовірність вибору* (Яглом).

Сучасне наукове подання інформації дуже точно сформулював Норберт Вінер ("батько" кібернетики): *інформація – це позначення змісту, отриманого із зовнішнього світу в процесі нашого пристосування до нього й пристосування до нього наших почуттів.*

Інформація передається у формі повідомлень від деякого джерела інформації до її отримувача за допомогою каналу зв'язку між ними.

Властивості інформації:

- вірогідність;
- повнота;
- цінність;
- своєчасність;
- зрозумілість;
- доступність;
- стислість.

Інформація достовірна, якщо вона відображає дійсне положення справ. Недостовірна інформація може призвести до

неправильного розуміння або прийняття неправильних рішень. Достовірна інформація згодом може стати недостовірною, тому що вона має властивість застарівати, тобто перестає відбивати положення справ. *Інформація повна*, якщо її досить для розуміння й прийняття рішень. Як неповна, так і надлишкова інформація стримує прийняття рішень або може спричинити помилки. *Точність інформації* визначається ступенем її близькості до реального стану об'єкта, процесу, явища тощо. *Цінність інформації* залежить від того, наскільки вона важлива для рішення задачі, а також від того, наскільки надалі вона знайде застосування в яких-небудь видах діяльності людини. Тільки *вчасно отримана інформація* може принести очікувану користь. Однаково небажані як передчасна подача інформації (коли вона ще не може бути засвоєна), так й її затримка. Якщо цінна й своєчасна інформація виражена незрозумілим образом, вона може стати марною.

Інформація стає зрозумілою, якщо вона виражена мовою, на якій говорять ті, кому призначена ця інформація. Інформація повинна *відобразитися в доступній* (за рівнем сприйняття) *формі*. Тому одні й ті самі питання по різному викладаються в шкільних підручниках і наукових виданнях. Інформацію з одного й того самого питання можна викласти коротко (стисло, без несуттєвих деталей) або докладно (багатослівно). *Стислість інформації* необхідна в довідниках, енциклопедіях, підручниках, усіляких інструкціях.

Предмети, процеси, явища матеріальної або нематеріальної властивості, розглянуті з погляду їхніх інформаційних властивостей, називаються *інформаційними об'єктами*.

Соціальна інформація – це сукупність інформації, що використовується соціальним групами для регулювання їхньої діяльності через спілкування. В людських спільнотах її складають відомості, знання, дані, що формуються в суспільстві та використовуються індивідами, соціальними групами, організаціями для регулювання соціальної взаємодії, суспільних відносин та процесів. Вся інформація, що створюється та використовується в суспільстві – соціальна.

Соціальна інформація в найзагальнішому її розумінні створюється й використовується різними соціальними істотами, зокрема й людиною, для регулювання активності груп шляхом отримання інформації про довкілля через інших індивідів. Вона містить соціальні сигнали (наприклад, про те, що й де знаходиться) та публічну інформацію, в якій розкриваються деталі сигналів (наприклад, якої воно якості). Її основу складає інформація про наявність засобів задоволення потреб і перепони в їх задоволенні (наявність їжі, хижаків, статевих партнерів тощо). Соціальна інформація виникає локально, після чого поширюється іншим індивідам різними засобами комунікації. Організація соціальної інформації для її використання в діяльності групи зумовлюється соціальним статусом учасників групи. Наприклад, у зграї тварин може бути вождь, який транслює підлеглим куди рухатися.

Розвиток комп'ютерної техніки зумовив створення, фіксування та обробку соціальної інформації на вебсайтах, де за машинного посередництва соціальні сигнали набувають форми цільової реклами, рекомендацій контенту на основі попередньої активності. Принципи інтерактивності, користувацького вмісту, на яких базується Web 2.0, сприяють збільшенню обсягу соціальної інформації та зростанню значення контексту в ній. Водночас, соціальна природа інформації у Web 2.0 слугує чинником популярності соціальних мереж – вебсайтів. У таких соцмережах соціальна інформація передусім використовується для пошуку іншої інформації, організації заходів та створення точок взаєморозуміння. Ці випадки використання інформації підтримуються такими технічними можливостями, як оновлення статусу, обмін медіа, поширення застосунків, посилення та формування груп.

Започаткував теорію інформації римський ритор Квінтіліан, який стверджував, що про подію можна зробити висновок, якщо відома відповідь на 7 питань: quis? quid? ubi? quibus auxiliis? cur? quomodo? quando? Це твердження увійшло в теорію журналістики під назвою *Формула Квінтіліана*:

Хто?

Що зробив?

Де?

Якими засобами?

Навіщо?

Як?

Коли?

У сучасних англомовних школах журналістики користуються дещо видозміненою формулою, яку прийнято називати Формула 5 W + H:

Who?

What?

Where? + How?

When?

Why?

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

Основу інформації складає *факт* (*факт* з лат. Factum – зроблене; – дійсна подія, явище, випадок). Об'єктом журналістського відображення може бути як сама дійсність, так і соціальні явища, і процеси, і людина. Використання фактів у журналістських матеріалах носить найрізноманітніший характер: від простої констатації до розгорнутих положень. Точність і достовірність – основні ознаки всіх фактів.

За *формою викладу факти* поділяються на *розповідь*, *опис* і *міркування*. Оповідання це виклад перебігу подій в часі, або послідовності відображення частин складної події. Різновидами цієї послідовності є: пряма і зворотна хронологія, пряма хронологія з відхиленнями. Іноді інтерв'ю концентрується навколо певної центральної події. Опис – це послідовне відображення складових частин складного об'єкта чи явища. Зв'язок між компонентами опису може здійснюватися на основі просторових, функціональних чи інших відносин. Міркування – це тип смислового зв'язку, заснований на причинно-наслідкових відносинах: воно може розгортатися від посилок до висновку; від тези до аргументів і від них до висновку; від фіксування зміни до аналізу його причин, від елементів до їхніх

зв'язків; від встановлення закону до розкриття його модифікацій; від індукції до дедукції і т. ін. Форми викладу фактів в інтерв'ю багато в чому залежать від характеру смислових зв'язків, що встановилися між ними. Завдання журналіста в тому й полягає, щоб у ході підготовки матеріалу виключити з нього всі елементи, які не працюють на розкриття основної теми.

Інформаційні жанри – жанри публіцистики, найважливіша ознака яких – новизна факту, що повідомляється. До інформаційних жанрів відносять *змітку*, *звіт*, *інтерв'ю*, *репортаж*, *інформаційну кореспонденцію* (жанри, головне завдання яких повідомити, відтворити, описати факт, подію, явище).

Змітка – найпростіший жанр оперативного газетного повідомлення. Його головні властивості: стислість у подачі новини, ощадливість тексту, який не повинен перевищувати 35-40 рядків, точність і зрозумілість його для масового читача. Змітку небезпідставно вважають найдавнішим жанром журналістики.

Звіт – це інформаційне повідомлення про роботу та перебіг заходу, у якому брала участь певна група людей, що вирішували суспільно важливі питання.

Репортаж – це жанр, який передбачає оперативну і яскраву розповідь про подію, ситуацію, явище. Репортаж – це розповідь очевидця або учасника події. Новина тут обростає суб'єктивними враженнями спостерігача та його співпереживаннями.

Інтерв'ю – це жанр, що подає суспільно вагому новину у вигляді відповідей особи на запитання журналіста. Сучасна журналістика все ширше використовує і жанр бесіди. Це такий різновид інтерв'ю, у якому журналіст не обмежується короткими запитаннями, а сперечається з співбесідником, коментує його відповіді і висловлює свою оцінку події.

Найважливіші *ознаки інформаційних жанрів*:

- новизна факту, що повідомляється,
- оперативність,
- наявність подієвого приводу,
- інформативність,

- актуальність,
- суспільна значущість,
- фактологічна точність,
- стислість,
- виразність,
- простота, ясність.

Складники роботи журналіста над інформаційними матеріалами:

- виникнення задуму,
- вибір теми,
- збір та організація фактологічного матеріалу,
- написання тексту,
- літературне оформлення матеріалу,
- перевірка фактів, вичитка готового тексту,
- контроль за виходом матеріалу,
- архівація опублікованого матеріалу.

Творчий процес оволодіння дійсністю не зупиняється ані вдень, ані вночі. Без нагромадження інформації в журналістиці не можливо реалізувати будь-який конкретний творчий задум, відтак, інформаційні жанри – це базові жанри журналістики. Завдання журналіста полягає в умінні розповісти про новини та події саме в тій літературній формі, яка є найбільш адекватною самому життєвому явищу, тобто допомагає найбільш ефективному сприйняттю фактів та формуванню адекватної реакції на них – громадської думки.

ПИТАННЯ ДО САМОКОНТРОЛЮ

1. Дайте означення понять «жанр» і «жанрологія».
2. Окресліть класичну систему журналістських жанрів. Яке місце в цій системі належить інформаційним жанрам?
3. Назвіть основні жанри інформаційної журналістики.
4. Схарактеризуйте вимоги до інформаційних жанрів журналістики.

5. Чому поділ журналістських творів на жанри та жанрові групи є умовним?

6. Назвіть найсуттєвіші причини модифікації жанрів за В. Здоровегаю.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ВИКОНАННЯ

Доберіть і проаналізуйте тексти новин різних місцевих медійних видань із метою набуття досвіду в написанні матеріалів інформаційних жанрів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Василенко М.К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі. Київ : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. 238 с.

2. Голік О. Методологічний аспект теорії жанрів періодичних ЗМІ // Вісник Львівського ун-ту. Серія журн. 2009. Вип. 32. С. 113–120. [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://journ.lnu.edu.ua/publications/visnyk32/Visnyk32_P1_11_Golik.pdf

3. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво : навчальний посібник / за ред. В. В. Різуна. Київ : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2010. 287 с.

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

5. Максимчук О.Л. Жанрова палітра друкованих ЗМІ у вітчизняних розвідках [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://eprints.zu.edu.ua/6988/1/00molzpd.pdf>

6. Шебеліст С. Трансформаційні процеси в системі журналістських жанрів // Вісник Львівського ун-ту. Серія теле- та радіожурналістика. 2010. Вип. 9. Ч. 1. С. 274–280.

ТЕМА 3

Новинна інформація. Методи пошуку і збирання інформації в журналістиці

Новинна інформація. Факт як жанр. Характеристика факту як новини, інтерпретація фактів та недопустимість його коментування й оцінки в інформаційних жанрах. Вимоги до факту, що висувуються в журналістиці: новизна (хронологічна актуальність), правдивість і достовірність, суспільна важливість (соціальна актуальність), дотичність до життєвих інтересів масової аудиторії. Інваріантність факту. Суб'єктивний момент у сприйнятті факту та способи його усунення. Поняття про первинні і вторинні факти. Факт-подія. Факт-явище. Соціальне значення факту. Способи перевірки фактів. Гіпотеза та можливість її перевірки. Інформаційні приводи.

ПИТАННЯ ДО САМОКОНТРОЛЮ

1. Технологія відбору інформації для новин.
2. Назвіть і охарактеризуйте основні журналістські стандарти якості матеріалу:
 - баланс думок і точок зору;
 - повнота передачі фактів і інформації;
 - розмежування фактів і думок/коментарів;
 - достовірність;
 - посилання на джерело інформації;
 - точність викладу матеріалу.
3. Цензура, самоцензура.
4. Джинса в журналістиці: ознаки, причини, профілактика.
5. Правила наближення інтересів, рекомендованих паризьким Центром підготовки та вдосконалення журналістів:
 - правило хронологічного наближення;

- правило географічного наближення (правило убивчих кілометрів);
- правило емоційного наближення;
- правило спільних інтересів;
- правило наближення за ступенем популярності особистості;
- наближення за винятковістю події.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ВИКОНАННЯ

Провести коротке опитування (на вулиці, серед одногрупників тощо) на певну тему. На його основі створити журналістський матеріал – у текстовому, відео- або аудіоформаті у жанрі бліц-опитування.

Питання для проведення опитування має бути актуальним, викликати суспільний інтерес та резонанс. Відповіді респондентів (мінімум 5-6 осіб) мають бути розгорнуті, 4-5 речень. Оптимальною є вибірка респондентів різного віку, статі, професії. Перед кожною відповіддю слід навести ім'я та вік респондента (за бажанням – професію або соціальний статус (наприклад, студент, школяр, пенсіонер тощо). Формат – текстовий файл обсягом від 1500 знаків з пробілами (у програмі Microsoft Word або аналогічній).

ЛІТЕРАТУРА

1. Артеменко С. Чи можна подолати "джинсу" в українській журналістиці? [Електронний ресурс]. Режим доступу : [//http://human-rights.unian.ua/155239-chi-mojna-podolati-djinsu-v-ukrajinskiy-jurnalistitsi.html](http://human-rights.unian.ua/155239-chi-mojna-podolati-djinsu-v-ukrajinskiy-jurnalistitsi.html). – Назва з екрану.

2. Голуб О. Що таке «джинса» і як її вилікувати [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/scho_take_dzhinsa_i_yak_i_vilikuvati/.

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

4. Кабачій Р. «Джинса» як дорогий гаджет – музиш мати, але навіщо – невідомо [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://tyzhden.ua/Society/94363/PrintView> 1/5.

5. Колодницька С. Як розпізнати джинсу в газеті [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/yak_rozpiznati_dzhinsu_v_gazeti/.

6. Колодницька С. Як розпізнати джинсу в інтернеті [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://old.mediasapiens.ua/material/2215>.

7. Колодницька С. Як розпізнати джинсу в теленовинах [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://old.mediasapiens.ua/material/2075>.

8. Кужель Р. Як вирішити проблему оплачуваних матеріалів у ЗМІ? Рекомендації експерта Ради Європи Раство Кужела [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/media_law/government/yak_virishiti_problemu_oplachuvanikh_materialiv_u_zmi_rekomendatsii_eksperta_radi_evropi_rasto_kuzhela/.

9. Михайлин І.Л. Основи журналістики. Підручник. Київ, 2002.

10. Чекмишев О.В. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики. Київ: Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, 2004.

ТЕМА 4

Замітка як первинний жанр

Найпростіший жанр оперативного інформаційного повідомлення – замітка. Замітка як газетний жанр, неприйнятний в журналі-місячнику як представникові фундаментальної журналістики. Замітка, кореспонденція як жанр. Різновиди замітки. Особливості, види та призначення замітки. Внутрішньожанрові типи замітки: тверда і м'яка. Тематика замітки як жанру. Вимоги до композиції та мови замітки. Особливості кореспонденції та її основні відмінності від новини. Виявлення типових помилок у замітках і кореспонденціях.

Замітка – найкоротший інформаційний жанр пресової журналістики; новинне повідомлення про конкретний факт, подію, побудоване як відповідь на запитання «Хто?», «Що?», «Де?», «Коли?», «Якими засобами?» («Яким способом?»), «Як?» (рідше «Чому?») або лише на частину з цих запитань. Замітка інформує про конкретні явища, цікаві широкій громадськості. Текст може супроводжуватися переважно однією фотографією.

Замітка має складну класифікацію.

За обсягом:

- блискавка;
- хроніка;
- класична;
- розширена.

За передбачуваністю подій:

- замітка про очікувану подію;
- замітка про неочікувану подію;
- дослідницька замітка.

За ідейним осмисленням:

- схвальна;
- критична;

- полемічна;
- проблемна.

Внутрішньожанрові типи замітки:

- тверда;
- м'яка.

Тверда замітка передбачає суворе виконання вимог подачі новини, які полягають у висвітленні відповідей на шість новинарних запитань, дотриманні максимальної стислості тексту, що не повинен перевищувати 35–40 рядків. *М'яка замітка* допускає, крім відповіді на шість новинарних запитань, вміщення в тексті подробиць події, супровідних до неї красномовних дрібниць, пожвавлення повідомлення образним рядом, а також включення до тексту коментаря спеціаліста.

Перевернута піраміда (англ. *Inverted pyramid*) – метафора, яка використовується журналістами та письменниками для ілюстрації того, як в інформації слід виділити пріоритети та структуру; є загальним методом написання новин. Це найкращий шлях до розуміння основ репортажів новин. Метод широко розповсюджений в засобах мас-медіа.

Обернену піраміду можна уявити як простий трикутник з однією горизонтальною стороною вгорі, який вказує вниз. Найширша частина вгорі представляє найбільш істотну, цікаву та важливу інформацію, яку дописувач хоче повідомити. Такий матеріал повинен бути розташованим в головній частині статті, в подальшій частині «звужуються» частки матеріалів одночасно зі зменшенням їх важливості.

Факт складає сутність замітки; він є мірилом її цінності. Факт замітки має бути суспільно значимим і нести в собі новизну для аудиторії.

Визначення журналістом факту для замітки відбувається за такою схемою:

1. Хто є суб'єктом дії – окрема людина чи колектив (треба чітко окреслити суб'єкт)?
2. Яким є головний зміст події, яку треба відбити в замітці?

3. Чітке визначення часу події (такого-то числа, нещодавно, вчора, сьогодні, завтра, найближчим часом).

4. Де? (Вказати точну адресу, чіткі координати події.)

5. Дати стислу характеристику суспільного значення того, про що йтиметься в розмові.

Джерела фактів:

- документи (прес-релізи, анонси, довідки, стенограми, протоколи та ін.),
- власні спостереження,
- інтерв'ю,
- опитування,
- статистичні дані.

Журналіст відділу новин постійно відбирає факти, ретельно перевіряє їх, шліфує свій виклад, намагаючись бути максимально об'єктивним, тобто не змішувати факт зі своїм уявленням про нього, зі своєю власною оцінкою.

Найпоширеніші помилки при написанні заміток:

- завищена модалність тексту. Автори необґрунтовано емоційно засвідчують своє ставлення до описуваних подій і на стильовому, і на змістовому рівнях. Це призводить до порушення адекватності сприймання повідомлення та має такі наслідки: 1) неможливість жанрової ідентифікації твору; 2) непередбачуване самим автором спростування власних доказів чи нівелювання цінності поданої в тексті інформації;

- порушенням вимог щодо лаконічності викладу. Найбільш схарактеризованими у науковій літературі девіаціями такого типу є, безумовно, багатослів'я, плеоназми, надмірна кількість додаткової інформації;

- порушення вимог щодо актуальності публікації;

- композиційні помилки в замітках пов'язані з неточністю відтворення авторами й редакторами структури жанру;

- порушення вимог щодо достовірності наданої в замітці інформації.

ПИТАННЯ ДО САМОКОНТРОЛЮ

1. Сучасні визначення замітки: «інформація», «новина».
2. Факт – ядро замітки.
3. Газетка качка.
4. Сенсація.
5. Інформаційний привід.
6. Жанрові характеристики замітки:
 - 1) сконденсованість;
 - 2) економність викладу;
 - 3) висока оперативність;
 - 4) простота;
 - 5) точність і конкретність;
 - 6) однофактовість.
7. Жанрові різновиди заміток
8. Історія новинарних запитань. Формула Квінтіліана: хто? що зробив? де? якими засобами? навіщо? як? коли?
9. Сучасна англomовна формула новинної журналістики 5 W + H:
 - 1) who?
 - 2) what?
 - 3) where? + how?
 - 4) when?
 - 5) why?
10. Структура замітки (правило оберненої піраміди).
11. Лід.
10. Методика роботи над заміткою:
 - 1) виникнення задуму (теми);
 - 2) збирання фактажy (методами спостереження, зв'язу, роботи з документами) + «робочий заголовок»;
 - 3) написання тексту відповідно до обраного жанру;
 - 4) редагування (остаточна перевірка фактів, вичитка);

5) публікація матеріалу, його архівація).

11. Заголовок у журналістських текстах.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ВИКОНАННЯ

Створіть замітку на тему «Долучайся, стань частиною кібервійська», яка відповідатиме правилам наближення інтересів.

Правила наближення інтересів: наближення у часі; наближення у просторі; наближення до соціальних інтересів аудиторії; наближення за психіко-афективною ознакою, або наближення за принципом загальнолюдських інтересів; наближення за принципом популярності; наближення за принципом рідкості.

Формат виконання – письмова робота з виконаним завданням подається електронним файлом формату MS Word (або аналогічній), шрифт 14 пт, міжрядковий інтервал – 1,5, абзацний відступ – 1,25 шляхом завантаження через ресурс elearn.

ЛІТЕРАТУРА

1. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі. Київ : Видаництво Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. 236 с.

2. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво : навчальний посібник / За ред. В.В. Різуна. Київ : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2010. 287 с.

3. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості / 2-ге вид., перероб. і допов. Львів : Паіс, 2004. 268 с.

4. Ла Рош В. фон. Вступ до практичної журналістики / За заг. ред. В. Ф. Іванова, А. Коль. Київ : Академія Укр. преси, 2005. 229 с.

5. Харитоненко О. І. Проблеми редагування інформаційних жанрів: типові помилки в текстах заміток / О. І. Харитоненко. Режим доступу : <http://www.philo.pnpu.edu.ua/>

6. <https://poznayka.org/s54182t1.html>

7. <https://helpiks.org/5-35767.html>

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II
ДІАЛОГІЧНІ ФОРМИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЖАНРІВ

ТЕМА 5

Сучасний репортаж як оперативна форма емоційного, наочного зображення події

Історія виникнення жанру репортажу. Репортерство у творчості письменників «срібного віку» в літературі. Амплуа репортера в журналістиці кінця XIX – початку XX століть. Оперативність як стиль життя репортера, психофізичні характеристики репортера. Поняття про репортаж як жанр, який передбачає оперативну і яскраву розповідь про подію, ситуацію, явище. Репортаж як розповідь очевидця свідка або учасника події. Суб'єктивні враження спостерігача та його співпереживання в репортажі. Картина життя крізь враження кореспондента. Діалоги учасників події, інтерв'ю журналіста з учасниками події, авторські відступи й коментарі, мальовничі описи окремих елементів події, характеристики її героїв, пейзажні замальовки, загальний і конкретний плани в змалювання події. Метод зміни професії для повнішого розкриття осіб при збиранні інформації. Маска при збиранні інформації: 1) зміна зовнішності, 2) розігрування іншої соціальної ролі: ревізора, представника вищої установи. Сучасний репортаж у пресі. Жанрові особливості, різновиди репортажу.

Фоторепортаж. Робота репортера з фотожурналістом. Репортаж та художня література. Художні твори, написані в жанрі репортажу: «Репортаж, писаний під шибеницею» Юліуса Фучика, «Намилена трава» роман-репортаж Павла Загребельного. Рейд як приклад критичного репортажу. Елементи театральності в жанрі рейду: журналістська група сама створює подію, нею і власне рейд. Виявлення позитивних і негативних рис досліджуваного явища.

Вимоги та методика підготовки репортажу до друку. Репортажні елементи в інших жанрах.

Репортаж – це жанр, покликаний передати подію таким чином, аби максимально надати аудиторії можливість самим відчутися себе на місці події. Репортаж – найемоційніший журналістський жанр. Висвітлюючи події, репортер створює "ефект присутності" аудиторії і дає читачеві змогу зазирнути за межі сухих фактів. Незважаючи на те, що термін "репортаж" з'явився у середині XIX ст., знадобилися десятки років, аби він набув якостей самостійного жанру. У репортажі на перший план виходить особистісне сприйняття події. Цей жанр повсякчас розвивається, тому дедалі частіше його ділять на різні види. Автором репортажу може бути тільки та людина, яка сама спостерігала за подією чи була її учасником, звідси – можливість та необхідність авторської оцінки того, що відбувається, особистого ставлення до подій, які описує журналіст. *Обсяг репортажу* – від 200 до 5 тисяч знаків у пресі, та хронометражем від кількох секунд до кількох годин; репортаж відповідає на запитання, хто? (що?) побачив і які при цьому присутні відчуття?

Репортаж може містити елементи інтерв'ю, діалогу чи монологу, які передають реакцію, коментарі та оцінки учасників подій. Репортаж перебуває на межі інформаційних та аналітичних жанрів - він пропонує відчуття, отримані на місці події і залишає за аудиторією можливість самостійно формувати враження чи приймати рішення.

Жанрові особливості репортажу:

- послідовне відтворення події, динамізм розповіді, пов'язаний з тривалістю дії у часі та просторі;

- наочність - створення образної картини відбувається шляхом наочного показу деталей, подробиць ситуації, відтворення вчинків і реплік дійових осіб;

- гранична документальність: репортаж не терпить ні реконструкції, ні творчої вигадки;

- образна аналітичність: відповідаючи на питання, яким чином відбувалася подія, публіцист виступає як дослідник;

- емоційно забарвлений стиль розповіді, що надає додаткову переконливість;

- активна роль особистості самого репортера, що дозволяє не тільки бачити подію його очима, але і спонукати аудиторію до самостійної уяви, відчуття «ефекту присутності».

Жанрові ознаки репортажу:

- послідовне зображення події – динаміка оповіді, пов'язана з тривалістю дії;

- наочність – створення образної картинки за допомогою предметного опису деталей, наведення подробиць, відтворення вчинків і реплік дійових осіб;

- максимальна документальність – репортаж не може бути реконструкцією події або творчою вигадкою (можливим у нарисі або фейлетоні);

- образна аналітичність: відповідаючи на питання, яким чином відбувалася подія, публіцист виступає як дослідник;

- емоційно забарвлений стиль оповіді, що надає додаткової переконливості;

- активна роль особистості самого репортера, що дозволяє не тільки бачити подію його очима, але і спонукати аудиторію до самостійної уяви, відчуття «ефекту присутності».

Компоненти репортажу:

- Ефект присутності.

- Справжність, достовірність.

- Портрет особистості чи кілька портретів особистостей.

- Відображення середовища.

- Вербальний вплив.

- Всебічне висвітлення або висвітлення із різних позицій.

- Епічність.

- Баланс між формою та темою.

- Особистий відбиток.

- Співпереживання аудиторії.

Види репортажу:

1. Подієвий (подійні, новинні) – журналіст показує реальну подію, що протікає незалежно від репортера, завдання якого — якомога точніше і докладніше проінформувати про подію. Визначальною є сама подія, її розвиток.

2. Тематичний (проблемний, аналітичний) – журналіст підбирає об'єкт показу і події, що відбуваються, відповідно до заданої теми та ідеї твору. Такий репортаж найчастіше пов'язаний із показом цікавої для глядачів регулярної дії.

3. Поставний – журналіст виступає організатором події; він стає головним учасником, а не пасивним спостерігачем, якщо дія зрежисована ним самим.

Правила роботи над репортажем:

- Репортаж – це завжди реальна подія.
- Згідно зі своїм документалізмом та реальністю, репортаж вимагає від репортера відповідальних рішень (що можна показати, а що з етичних міркувань недоцільно).
 - Особлива увага до інформації, пов'язаної із порушенням законом, катастрофами, стихійним лихом, сценами насильства; репортер не має права замовчувати чи дезінформувати аудиторію, проте не шокувати її.
 - Репортер має право адекватно передавати поведінку своїх персонажів та їх мову, проте не перетворювати це в самоціль.
 - Репортаж має дати можливість аудиторії самостійно зробити висновки на основі отриманої інформації.
 - Якщо у свідченнях, які дає репортер є елементи суперечки чи дискусії, то всі сторони цього діалогу мають бути представлені пропорційно.
 - Особливо точно мають бути перевірені прізвища, власні назви, цифрові дані.

Отже, репортаж – це один із найяскравіших і найскладніших журналістських жанрів. Він покликаний передати подію так, щоб максимально надати аудиторії можливість відчувати себе на місці події. Завдання будь-якого репортера полягає насамперед у тому,

щоб дати аудиторії можливість побачити подію очима очевидця (репортера), тобто створити "ефект присутності". Репортаж – це наочне уявлення про подію через безпосереднє сприйняття журналіста, який залучає до побаченого ним і читачів.

ПИТАННЯ ДО САМОКОНТРОЛЮ

1. Історія жанру.
2. Проблема дефініції жанру репортажу.
3. Призначення репортажу в інформаційній журналістиці.
4. Жанрові особливості репортажу.
5. Роль і функції авторського «я» в журналістському репортажі.
6. Типологічні ознаки жанру.
7. «Ефекти» репортажу: присутності, достовірності, співпереживання.
8. Види репортажів:
 - подієві (новинні);
 - тематичні;
 - поставні.
9. Особливості мови та стилю репортажу.
10. Етапи роботи над репортажем:
 - підготовчий період;
 - присутність на місці події;
 - побудова репортажу:
 - 1) правило наближення інтересів;
 - 2) кут подання матеріалів;
 - 3) інформаційне наповнення;
 - 4) план матеріалу.
 - написання репортажу;
 - зачин і завершення репортажу.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ВИКОНАННЯ

Створити журналістський текст, що ілюстрував би перетворення інформації із дійсності у журналістську інформацію (репортажний твір зі спортивної чи музичної події).

У репортажі динамічно, з документальною точністю, яскраво й емоційно автор має відтворити картини дійсності у їх розвитку через безпосереднє сприйняття, що створює враження присутності самого читача на місці події.

Технологічно репортаж може будуватися як особисті враження, на підставі побаченого, які зазвичай, доповнюються розмовами, судженнями й оцінками інших людей.

Формат – текстовий файл обсягом від 1500 знаків з пробілами (у програмі Microsoft Word або аналогічній).

ЛІТЕРАТУРА

1. Балалаєва О. В. Класифікація жанрів новинної журналістики: вітчизняні та зарубіжні підходи. *Вісник Харківського нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. Серія: Соціальні комунікації*. 2017. Вип. 12. С 36–39.
2. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навч. посібник. Київ : Академія Української преси, 2011. 262 с.
3. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі. Київ : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. 238 с.
4. Галлер Міхаель Репортаж: навч. посіб. / пер. з нім. В. Климченко, В. Олійник; за заг. ред. В. Ф. Іванова. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2011. 348 с.
5. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. 2-ге вид., перероб. і допов. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.
6. Михайлин І. Л. Основи журналістики. Підручник. Київ, 2002.
7. Серажим К. С. Текстознавство: підручник. Київ, 2008.

ТЕМА 6

Інтерв'ю як метод збирання інформації та провідний жанр журналістики

Історія жанру. Основні підходи до тлумачення «поняття» інтерв'ю в науці про соціальні комунікації. Інтерв'ю як метод збирання інформації та провідний жанр журналістики. Види інтерв'ю. Призначення інтерв'ю. Жанрові характеристики інтерв'ю. Класифікація інтерв'ю. Підготовка до інтерв'ю. Інтерв'ювання. Завершення інтерв'ю. Підготовка інтерв'ю до оприлюднення. Техніка проведення інтерв'ю. Особливості ведення інтерв'ю.

Інтерв'ю – це жанр, що подає суспільно вагому новину у вигляді відповідей особи на запитання журналіста; це така розмова, вибудована за певним планом через безпосередній контакт інтерв'юера з респондентом з обов'язковою фіксацією відповідей. Сучасна журналістика все ширше використовує і жанр бесіди. Це такий різновид інтерв'ю, у якому журналіст не обмежується короткими запитаннями, а сперечається з співбесідником, коментує його відповіді і висловлює свою оцінку події.

Завданням інтерв'ю є довести до відома читачів думку компетентної особи про певну подію; розповісти про співрозмовника, створити його психологічний портрет.

Виділяють такі основні види інтерв'ю:

інтерв'ю-діалог (найпоширеніший вид інтерв'ю) – бесіда у формі запитань і відповідей. Журналіст, поряд з основними питаннями, задає співрозмовникові уточнювальні й отримує інформацію про значимий факт;

інтерв'ю-монолог – виглядає у формі відповіді інтерв'юйованого на запитання кореспондента, поставлене на початку тексту;

інтерв'ю-портрет – на перший план виходить створення портрета інтерв'юйованого. У тексті з'являються елементи біографії, присутні думки героя з різних тем. Автор за допомогою різноманітних питань розкриває особистість людини;

інтерв'ю-бесіда – журналіст веде розмову з людиною на рівних. Предмет розмови є проблемна актуальна ситуація, вихід з якої слід знайти в процесі розмови. Журналіст не тільки отримує від співрозмовника інформацію, а й сам висловлює свою думку. В інтерв'ю-бесіді можливі суперечка, зворотні питання;

колективне інтерв'ю – уявлення про думку кількох людей з будь-яких питань;

анкета (заочна бесіда) – масовий вид інтерв'ю. Питання задаються на газетному аркуші, автор вивчає відповіді, що надійшли до редакції, і пише текст. Іноді у виданні існує рубрика «Анкета», в якій герой відповідає на стандартний набір питань;

бліц-опитування – метою є отримання думок людей різного соціального статусу з одного актуального питання (А.А. Грабельніков).

Основою інтерв'ю є розмова журналіста з однією людиною чи кількома людьми з будь-якого суспільно значимого приводу. Інтерв'ю вийде інформаційним, якщо й у відповідях його співрозмовника акцент буде зроблено на питаннях: що? де? коли? Якщо ж інтерв'юер або його співрозмовник почнуть «розгортати» відповіді на питання: чому? яким чином? що це значить? тощо, то результатом може бути аналітичний матеріал.

Публікується інтерв'ю, зазвичай, у формі питань та відповідей, але можлива монологічна форма (питання задано в ліді, весь інший текст – суцільна відповідь інтерв'юйованого) або специфічна форма подачі, наприклад, в інтерв'ю журналу «Есквайр» спеціально опущені поставлені запитання, в тексті наводяться тільки відповіді.

За обсягом інтерв'ю може бути різноманітним; його основна особливість – питально-відповідальна форма, де позиція автора може виражатися через формулювання запитань і порядок їх постановки.

ПИТАННЯ ДО САМОКОНТРОЛЮ

1. Дайте означення терміна інтерв'ю в науці і журналістській практиці.
 2. Інтерв'ю: метод чи жанр?
 3. У яких випадках роботи журналіста треба вдаватися до жанру інтерв'ю?
 4. За яких обставин інтерв'ю матиме успіх і чому?
 5. Жанрові характеристики інтерв'ю.
 6. Проблеми жанрової типології інтерв'ю.
 7. Класифікація інтерв'ю:
 - інформаційне інтерв'ю:
 - 1) оперативне інтерв'ю;
 - 2) інтерв'ю-думка;
 - 3) бліц-опитування;
 - 4) протокольне інтерв'ю;
 - портретне інтерв'ю (персональне, біографічне, «портрет», «профіль»).
 8. Методика підготовки інтерв'ю.
 9. Етапи роботи над інтерв'ю.
 10. Особливості підготовки до інтерв'ю.
 11. Головні структурні елементи інтерв'ю.
 12. Етичні аспекти інтерв'ю.
 13. Чи може журналіст в інтерв'ю виявляти свою позицію?
- Відповідь обґрунтуйте.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ВИКОНАННЯ

Сформувати біографічну довідку на потенційного інтерв'ююваного, який є незвичайною особистістю (наприклад, людина-трансгендер, людина з інвалідністю, підкорювач Евересту або інші варіанти за вибором студента), та написати 15-20 питань для інтерв'ю з ним.

Під час формулювання запитань для інтерв'ю слід уникати таких (відповідно до рекомендацій Е. Фіхтелиуса):

- питання, які допускають односкладні відповіді («так», «ні»);
- стверджувальне речення замість запитального;
- два питання в одному;
- перевантажені питання;
- питання, які наводять на відповідь;
- коментарі і власні оцінки в питанні;
- припущення і домисли у питанні;
- навішування ярликів у питанні;
- перебільшення у питанні;
- надто складні для розуміння питання.

Формат виконання – текстовий файл (у програмі Microsoft Word або аналогічній), обсяг біографічної довідки – від 800 знаків з пробілами, обсяг запитань не регламентований (кількість – 15-20).

ЛІТЕРАТУРА

1. Вайшенберг З. Новинна журналістика. Київ : Академія української преси; Центр вільної преси, 2004. 260 с.
2. Василенко М.К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі. Київ : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. 238 с.
3. Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. 2-ге вид., перероб. і допов. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.
4. Техніка інтерв'ю // Інститут масової інформації. 2-ге вид., фінансоване програмою СОСОР Міністерства закордонних справ Франції. Київ, 2003.
5. Чекмишев О.В. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики. Київ: Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, 2004.

ТЕМА 7

Звіт. Методика написання звіту

Звіт: визначення й специфіка звіту. Історія жанру. Призначення й жанрові особливості звіту. Жанрові різновиди звіту. Класифікація звітів: жанрова класифікація, класифікації за розміром, за тематикою, за призначенням. Функціонування жанру звіту в українській пресі, на радіо й телебаченні. Методика підготовки звіту до друку.

Звіт – інформаційний жанр, розгорнуте інформаційне повідомлення у якому йдеться про якісь події або заходи, що мають загальний інтерес, зокрема – наради, конференції, з'їзди, сесії, мітинги, поїздки та зустрічі урядових осіб, відкриття пам'ятників, громадсько-політичні акції, виставки, спортивні змагання, концерти, судові процеси тощо, тобто про ту подію, на якій здійснюється великий обмін інформацією. Звіт відповідає на питання Що сталося? Де? Коли? Чому? Як?, як і замітка, але ці питання найчастіше доповнюють ще додаткові, наприклад, За участь кого? З якими результатами? тощо.

Завдання звіту: точно, хоча і не вдаючись в подробиці, не коментуючи детально побачене і почуте, проінформувати читача про основні підсумки події.

Звіт вирізняється послідовністю своєї побудови, тому в ньому відповідно виділяють зачин, в якому повідомляється про подію, основну частину, в якій розкриваються деталі розгортання події, і висновки. За обсягом охоплення матеріалу звіт може бути різноманітним.

Основні жанрові особливості звіту:

- в основі звіту його лежить максимально повна розповідь про конкретну окрему подію, яку журналіст спостерігав особисто;
- розповідь обмежена визначеними просторово-часовими рамками, які охоплюють дану подію;

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

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

У звіті повинні бути викладені основні теми, положення та ідеї доповідей, промов, виступів осіб, які приймають участь в обговоренні. Як деталі виступають окремі репліки, реакції слухачів на виступ (оплески, дискусія тощо). Звіту властива гранична документальність і близькість до слів, що говорять, а також певна сухість складу. Одна з головних вимог до автора звіту – точність передачі суті висловлювань. Журналіст може використовувати як пряму мову, цитати, непряму мову, так і на основі отриманих з доповіді відомостей написати текст. Авторська думка може бути помітною зокрема в аналітичному звіті, в якому журналіст повідомляє подробиці з деякими коментарями. Мова і стиль звіту – офіційно-ділові.

Отже, звіт – це інформаційне повідомлення про роботу та перебіг заходу, у якому брала участь певна група людей, що вирішували суспільно важливі питання. Таким заходом може бути сесія парламенту чи органу місцевого самоуправління, конференція трудового колективу, збори громадської організації, спортивні змагання, художні виставки. Звіт уже включає в себе елементи коментаря журналіста. Поруч з точним повідомленням про промови, репліки та інші виступи, у його тексті можуть міститися елементи аналізу, оцінки. Зауважимо, що журналістський звіт як жанр сформувався на основі репортажів – публікацій, що сповіщали читача про хід судових засідань, парламентських дебатів, різних зборів тощо. Пізніше такого роду «репортажі» стали називати «звітами».

Класифікація звітів. Типологія звітів досить варіативна і залишається дискусійним питанням. Поділ звітів на види здійснюється за різними принципами.

За жанром журналістські звіти поділяються на:

- інформаційні,
- аналітичні,
- тематичні,
- проблемні.

Прямий інформаційний звіт відтворює подію в хронологічному порядку, тобто в точній логічній відповідності до її розгортання, її ходу, потоку: початок, середина, кінець. Журналіст детально відображає те, що відбулося, нічого не оцінюючи й не коментуючи. Його авторська позиція виражена у відборі фактів, наведенні тих чи інших подробиць, у тому, на яких саме деталях він акцентує увагу читацької (глядацької, слухацької) аудиторії. Тут головне – інформувати про подію, а не ставлення будь-кого до неї.

Аналітичний звіт привносить елемент аналізування, оцінки, а можливо, і прогнозування. Повідомляючи про подію, журналіст осмислює її, дає власну оцінку фактам, повідомляє подробиці з деякими коментарями. Для цього він як докази може залучати додаткові цифри і факти, наводити чийсь думки з даного приводу, проводити паралелі, асоціювати тощо, виокремлюючи найбільш актуальні проблеми, порушені у виступах оповідачів.

Тематичний звіт порушує хронологічний порядок події, автор вибирає доповіді, пов'язані однією-двома темами, проблемами, відмовляється від побічних деталей і приділяє увагу виступам людей, що торкнулися обраної ним теми.

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

За розміром журналістські звіти поділяються на:

- сигнальний (хронікальний) звіт,
- повний інформаційний звіт,

- розгорнутий інформаційний звіт.

Сигнальний (хронікальний) звіт – це найелементарніша, найкоротша і найоперативніша форма звіту. Вона мало чим відрізняється від розширеної інформаційної замітки. Тут журналісту належить, передаючи максимально стисло перебіг події, вибрати свіжі, оригінальні думки, найактуальніші влучні вислови, які передають головну суть того, що відбулося.

Повний інформаційний звіт передбачає, що журналіст має розповісти про всі без винятку вузлові епізоди події, чітко й точно назвати всіх дійових осіб, передати зміст виступів, оцінити масштаб поданих фактів, резонантність дій.

Розгорнутий інформаційний звіт є найбільшим за розміром; це найдетальніший варіант викладу, який передбачає наведення текстів промов, опис учасників, наведення подробиць, пов'язаних з кожним фактом. Тут можливі й авторське коментування по ходу викладу, й історичні або географічні паралелі, наведення інших думок задля роз'яснення суті тощо.

За способом подачі журналістські звіти поділяються на:

- загальні (прямі),
- тематичні,
- звіти з коментарями.

За тематикою журналістські звіти поділяються на:

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

За призначенням журналістські звіти поділяються на:

- критичний (негативний) звіт;
- схвальний (позитивний) звіт;

- безоцінний (нейтральний) звіт.

Залежно від мети журналістські звіти поділяються на:

- демонстративний звіт,
- описовий звіт,
- звітний звіт,
- ретроспективно-анекдотичний звіт,
- автобіографічний звіт.

Процес написання звіту можна розділити на кілька складників:

- визначення теми,
- підготовча робота,
- організація фактологічного матеріалу,
- підготовка тексту.

Готуючи текст звіту, журналіст визначає, який вид звіту він використає для реалізації свого задуму, продумує послідовність викладу матеріалу, розвиток головної ідеї чи думки.

ПИТАННЯ ДО САМОКОНТРОЛЮ

1. Поняття «звіт».
2. Історія жанру.
3. Окресліть призначення звіту в інформаційній журналістиці.
4. Які події виступають предметом журналістського звіту?
5. Своєрідність предмета відображення в звіті.
6. Жанрові характеристики звіту.
7. Різновиди звіту:
 - 1) інформаційний (хронікальний сигнальний і розгорнутий);
 - 2) аналітичний (тематичний і проблемний)
8. У чому відмінність між інформаційним та аналітичним звітом?
9. Методика написання звіту:
 - етапи підготовки до написання звіту,
 - правила написання звіту.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ВИКОНАННЯ

Здійснити огляд видання за тиждень і визначити домінуючі жанри. Дібрати приклади вдалих, на вашу думку, звітів із української преси, з'ясувати їх визначальні характеристики.

Формат виконання – презентація та обговорення звітів, аналіз типових помилок.

ЛІТЕРАТУРА

1. Василенко М.К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі. Київ : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. 238 с.
2. Голік О. Методологічний аспект теорії жанрів періодичних ЗМІ // Вісник Львівського ун-ту. Серія журн. 2009. Вип. 32. С. 113–120. [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://journ.lnu.edu.ua/publications/visnyk32/Visnyk32_P1_11_Golik.pdf
3. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво : навчальний посібник / за ред. В. В. Різуна. Київ : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2010. 287 с.
4. Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. 2-ге вид., перероб. і допов. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.
5. Михайлин І.Л. Основи журналістики. Підручник. Київ, 2002.
6. Назаренко Г.І. Інформаційні жанри журналістики. Частина 1. Навчальний посібник. Київ: НАУ, 2010. 32 с.
7. Серажим К.С. Текстознавство: підручник. Київ, 2008 (С. 272-302).

ТЕМА 8

Новітні тенденції в інформаційній журналістиці

Поняття про коментар як окремий інформаційний жанр, його призначення та жанрові особливості. Інформаційна кореспонденція. Підходи до означення кореспонденції. Анонс і споріднені йому жанри. Зміст і структура анонсу. Бліц-опитування. Особливістю і головна перевага бліц-опитування. Некролог. Призначення некрологу.

В сучасному світі нічого не стоїть на місці, на фоні всебічного розвитку, слухачі, глядачі або ж читачі стають все вибагливішими, а відтак, інтерес до різних видів контенту згасає, тому журналістам доводиться “еволюціонувати” усталені жанри задля запалу інтересу в аудиторії. Іноді різні, на перший погляд, жанри поєднуються задля винайдення чогось нового та незвичайного, що породжує новий інтерес до публікацій, їх взаємозбагачення та удосконалення.

В загальному сенсі *коментар* – усна або письмова ремарка, переважно пов'язана з додатковою інформацією, зауваженням або твердженням; роз'яснювальні або критичні міркування чи витлумачення певних подій і фактів громадського, наукового, культурного життя. Коментар пояснює зміст певної події, політичного чи історичного документа, незрозумілі місця літературного чи публіцистичного твору.

У журналістиці поняття "*коментар*" має два значення – широке і вузьке.

У *широкому значенні* "*коментар*" – це стрижень аналітичної журналістики, її головна складова частина й сутність. Тут існує правило: факти недоторкані – коментарі вільні. Журналіст особливо сумлінно, правдиво, точно й вичерпно повинен викладати факти, але цілком вільний у коментарях до них і ні перед чим, окрім своєї совісті, не відповідає за них.

У *вузькому значенні* поняття "*коментар*" – це окремий жанр у жанрологічній системі інформаційної журналістики, який

передбачає роз'яснення для читачів, слухачів чи глядачів матеріалу чи фактів, поданих в органах масової інформації. Як правило, він подається під заголовками: "Наш коментар", "Від редакції", у радіо-й телепередачах починається словами: "Коментар програми".

Призначення коментаря у тому, щоб висловити ставлення до актуальних подій, спрямувати увагу аудиторії на важливі факти, пов'язати факт, який коментується, з іншими фактами, обґрунтувати способи вирішення завдань.

У коментуванні найголовніше – прогностична оцінка факту чи події (тобто автор коментаря зазвичай аналізує факт для того, щоб показати, як він вплине на наше майбутнє). Хоча іноді коментар може звертатися до минулого, щоб рельєфніше описати проблеми сьогодення, проте в такому випадку минуле виступає не як те, що вже пройшло і не має цінності, а як певний досвід, який треба враховувати у майбутньому.

Як метод коментар застосовується в усіх формах публікацій: у замітці – у вигляді цитованих висловів чужої думки або різних приміток, у кореспонденції, статті, малюнку, огляді, рецензії – у формах авторської інтерпретації предмета відображення, у вигляді завершальної думки, висновку. Влучну ремарку також інколи називають коментарем.

Для коментування подій журналіст звертається до ньюзмейкерів (організаторів та учасників подій, урядовців, політичних та громадських діячів), а також незалежних експертів (науковців, фахівців у даній галузі, письменників, діячів культури). Однак, це не значить, що сам журналіст не має права мати власну думку на події й висловлювати її в ролі коментатора.

Коментар має такі *основні ознаки*:

- оперативний відгук на подію,
- прогностична оцінка факту чи події.

Види коментаря:

- розширений коментар – просторове роз'яснення факту,
- коментар фахівця – факт коментується професіоналом,

- полярний коментар – тлумачення, роз'яснення факту різними фахівцями, компетентними в цій галузі,
- синхронний коментар – роз'яснення тексту журналістом по ходу висловлювання,
- докладний коментар – роз'яснення фактів до найдрібніших деталей.

Коментування відбувається за допомогою *таких прийомів*:

1. Розробка взаємозв'язків між новим фактом та тими фактами, які вже відомі аудиторії (тут згадуємо про причинно-наслідковий зв'язок). Ви ніби перекидаєте місточок від невідомого до відомого. І говорите, що у зв'язку із новими фактами, старі вже треба сприймати інакше.

2. Деталізація подій, які коментуються, встановлення важливих подробиць, ознак події. Використовуючи цей прийом, автор віднаходить такі факти, що не були відомі широкій аудиторії.

3. Порівняння фактів, розробка аналогій, проведення паралелей.

4. Протиставлення фактів.

5. Інтерпретація тексту (роз'яснення). Тут можна коментувати заяви політиків, порівнювати старі й нові тексти.

Кореспонденція – це жанр, у якому на основі зібраних і проаналізованих фактів у конкретному місці і у вузькому часовому вимірі висвітлюється соціально значуща тема, ставиться проблема та пропонуються шляхи її розв'язання.

Виділяють два *види кореспонденції*:

- інформаційна кореспонденція,
- аналітична кореспонденція.

Інформаційна кореспонденція являє собою повідомлення про тематично згруповані факти без глибокої їх оцінки. *Мета* інформаційної кореспонденції – привернути увагу читача до певних явищ, наштотхнути його на роздуми.

Жанр *анонсу* можна назвати загально журналістським: використовуючи специфічні образотворчі засоби, зустрічається в кожній з верств журналістики (періодичний друк, телебачення,

радіомовлення, інтернет). Крім того, анонс активно використовується інформаційними агентствами, та поширений в кіноіндустрії.

Розрізняють такі *основні види* анонсу:

- анонс події;
- рецензія-анонс;
- прес-анонс.

Анонс широко використовується в інформаційній діяльності різноманітних установ культури, органів державної влади та місцевого самоврядування, ЗМІ, PR-служб організацій. Завдяки таким стислим текстам аудиторії не тільки отримують відомості про майбутні події і заходи, а й мають можливість спланувати свій час, попередньо підготуватися до сприйняття певного видовища тощо.

Бліц-опитування – вид інтерв'ю, мета якого – збір різних думок з якогось конкретного, як правило, вузького питання за допомогою постановки однакових, фіксованих питань якомога більшій кількості респондентів, представникам однієї або, навпаки, різних соціальних груп.

Головною функцією бліц-опитування є повідомлення про ті чи інші ідеї щодо суспільно значущих подій. Коли виникає якась проблема, що викликає суспільний резонанс журналісти використовують бліц-опитування, щоб отримати оцінку політичних, економічних, соціальних та правових явищ, аналізують стан суспільної, групової та індивідуальної свідомості.

Специфіка бліц-опитування:

- коротке повідомлення аудиторії про існування будь-яких думок, суджень, переваг;
- опитування невеликої референтної групи;
- отримання відповіді на одне й те ж питання від безлічі людей;
- інтерактивність журналіста з аудиторією.

Правила проведення бліц-опитування:

- з будь-якого конфліктного, спірного чи навіть просто непевного питання слід представити весь спектр думок без жодної переваги (хронометражної, емоційної тощо);

- опитані мають давати відповідь на чітке й однакове для всіх запитання;

- слід намагатися при цьому представляти різні статеві, вікові групи, якщо нема контекстуальних обмежень.

Некролог – це стаття, у якій повідомляється про нещодавню смерть і діяльність людини й, зазвичай, також надається стислий огляд її життя та інформація про майбутнє поховання.

Якщо в період появи цього жанру в його основі лежало вихваляння минулого особистості, то на сучасному етапі акцент робиться на короткому описі того, ким була людина, який внесок вона зробила в суспільстві, а також висловлюються співчуття рідним і близьким. Як правило, некролог розміщується на останніх сторінках газети у вигляді чорної колонки або колонки з подвійною темної рамкою. Кількість інформації у некролозі залежить від різних чинників, зокрема, рівня значимості особи.

Загалом у сучасній журналістиці все менше тримаються за традиції жанрів та дають більше волі авторам для написання чогось нового, що спонукає до розмиття рамок цих самих жанрів, а відтак, в одному тексті можна знайти безліч рис різних інформаційних жанрів.

ПИТАННЯ ДО САМОКОНТРОЛЮ

1. Загальна характеристика новітніх тенденцій в інформаційній журналістиці.
2. Коментар як журналістський жанр і метод.
3. Головні завдання коментаря.
4. Ознаки, види та структура коментаря.
5. Мета інформаційної кореспонденції.
6. Бліц-опитування як різновид інтерв'ю.

7. Специфіка бліц-опитування.
8. Правила проведення бліц-опитування.
9. Зміст і структура анонсу.
10. Написання некрологу.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ВИКОНАННЯ

На сторінках регіональних друкованих ЗМІ знайти й зафіксувати два некрологи.

Формат – текстовий файл обсягом до 500 знаків з пробілами (у програмі Microsoft Word або аналогічній). Оформлення виконати у вигляді суцільного тексту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Василенко М.К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі. Київ : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. 238 с.
2. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво : навчальний посібник / за ред. В. В. Різуна. Київ : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2010. 287 с.
3. Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. 2-ге вид., перероб. і допов. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.
4. Максимчук О.Л. Жанрова палітра друкованих ЗМІ у вітчизняних розвідках [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://eprints.zu.edu.ua/6988/1/00molzpd.pdf>
5. Шебеліст С. Трансформаційні процеси в системі журналістських жанрів. *Вісник Львівського ун-ту. Серія теле-та радіожурналістика*. 2010. Вип. 9. Ч. 1. С. 274–280. [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://journ.lnu.edu.ua/vypusk7/n9/tele-and_radio_journalism-9-42.pdf

ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	<p data-bbox="424 394 979 439">ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАНЯТТЯ.</p> <ul data-bbox="376 479 1278 1993" style="list-style-type: none"><li data-bbox="376 479 1278 741">• Практика організації та координації колективної роботи студентської інформаційної редакції. Створення в кожній студентській групі редакції видання за принципом випадкового підбору кадрів.<li data-bbox="376 779 1278 987">• Редакційні концепції (аналіз досвіду підготовленого видання); аналіз жанрово-тематичного наповнення номеру та якості авторських матеріалів.<li data-bbox="376 1025 1278 1626">• Почергове визначення на заняттях нової випускової групи (головні редактори, редактори, репортери, чергові редактори, відповідальний секретар, більд-редактор, випускові тощо) з розподілом обов'язків на конкретні редакторські та репортерські завдання (теми), персональне вивчення межі компетенції певних посадових обов'язків з метою почергового «вживання» кожного студента у специфіку функцій кожного спеціаліста редакції.<li data-bbox="376 1664 1278 1872">• Проведення на кожному занятті редакційної «літучки» – планування і підготовки інформаційного випуску: визначення тем матеріалів, їх аналіз та обговорення.<li data-bbox="376 1910 1278 1993">• Аудиторне обговорення текстів, написаних на основі різних методів збору інформації; відбір	2

	кращих текстів для використання у майбутньому навчальному виданні.	
2.	Загальна характеристика процесу зародження і становлення журналістики в Україні.	2
3.	Загальні та спеціальні функції журналістики. Авторська тема як основа професіоналізму. Різноманіття журналістських тем у типовому друкованому виданні.	2
4.	Дієвість та ефективність журналістської діяльності. Творча індивідуальність журналіста.	2
5.	Методи збору інформації у журналістиці. Опанування різними методами збору інформації. Домисел і вимисел у сучасній журналістиці. Поняття факту.	2
6.	Загальна характеристика інформаційних медіажанрів.	2
7.	Інформаційні жанри журналістики. Замітка як жанр. Написання матеріалу; аудиторне обговорення авторських текстів студентів; відбір кращих текстів для майбутнього навчального видання.	2
8.	Інформаційні жанри журналістики. Репортаж: Написання матеріалу; аудиторне обговорення авторських текстів студентів; відбір кращих текстів для майбутнього навчального видання.	2
9.	Інформаційні жанри журналістики. Інтерв'ю. Написання матеріалу; аудиторне обговорення авторських текстів студентів; відбір кращих текстів для майбутнього навчального видання.	2
10.	Опанування навичками ставити запитання по суті, з'ясувати обставини; знаходити належні докази та переконливі свідчення; отримувати інсайдерську інформацію та захищати свої джерела інформації.	2

11.	Інформаційні жанри журналістики. Звіт. Написання матеріалу; аудиторне обговорення авторських текстів студентів; відбір кращих текстів для майбутнього навчального видання.	2
12.	Новітні інформаційні жанри журналістики.	2
13.	Аргументація в журналістиці. Різні види аргументації на підтвердження власної точки зору.	2
14.	Основні правила роботи журналіста в екстремальних умовах – в зоні бойових дій, при висвітленні ліквідації наслідків природних та техногенних катастроф, ДТП, мітингів протестів, масових зібрань і демонстрацій.	2
15.	Підготовка, збір, редагування і випуск новин НУБІП, аналіз та обговорення чергових випусків новин	2
	Разом	30

САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Загальна характеристика процесу зародження і становлення журналістики в Україні.	3
2.	Загальні та спеціальні функції журналістики.	3
3.	Журналістика як інформаційний простір.	5
4.	Журналістика як творчий процес.	5
5.	Дієвість та ефективність журналістської діяльності.	2
6.	Журналіст як суб'єкт масово-інформаційної діяльності.	2
7.	Специфіка роботи журналіста. Творча індивідуальність журналіста.	2
8.	Методи збору інформації у журналістиці.	4

9.	Загальна характеристика медіажанрів. Інформаційні жанри журналістики.	4
10.	Журналістський твір: структура та елементи змісту.	2
11.	Аргументація в журналістиці.	4
12.	Архітектоніка журналістського твору.	4
13.	Практика газетно-журнального виробництва. Робота студентської редакції новин від планування, редакційних завдань та їх виконання: аналіз, обговорення зробленого, визначення доцільності подальшої розробки окремих тем та ін.	15
14.	Підготовка, редагування і випуск новин НУБІП.	20
	Разом	75

ТЕМАТИКА ТВОРЧИХ РОБІТ

Тема 1. Процес зародження і становлення журналістики в Україні.

Передумови зародження та розвитку світової преси.

Українські традиції «усної публіцистики», літописання хронік і полемічної літератури.

Періодизація становлення та розвитку української журналістики.

Початковий етап виникнення журналістики в Україні. Перші періодичні видання.

Поява журналістики у Харкові.

Газета «Зоря Галицька».

Тема 2. Загальні та спеціальні функції журналістики.

Класичні функції журналістики.

Загальні функції журналістики (німецька школа).

Спеціальні функції журналістики.

Проблемно-теоретичні плани розгляду функцій медіа.

Тема 3. Журналістика як інформаційний простір.

Інформаційний простір – зміст поняття.

Світові інформаційні агентства. Національні агентства.

Світовий інформаційний простір.

Класифікація інформаційних агентств.

Тема 4. Інформаційний підхід у журналістиці.

Суспільство і соціальна інформація.

Відкритість інформаційного простору.

Основні принципи інформаційних відносин.

Доступ до інформації.

Види інформації.

Правила передачі інформації.

Тема 5. Дієвість та ефективність журналістської діяльності.

Дієвість як особлива форма результативності.

Позитивна і негативна дієвість.

Ефективність як міра задоволення потреб аудиторії в масовій інформації.

Чинники впливовості журналістських матеріалів.

Тема 6. Журналіст як суб'єкт масово-інформаційної діяльності.

Портрет професії журналіста. Привабливі боки журналістики.

Труднощі спеціальності.

Характер творчої роботи у медіа.

Тема 7. Специфіка роботи журналіста.

Спеціалізація журналіста.

Роль журналіста у масово-комунікативних процесах.

Робота журналіста-розслідувача.

Адресність журналістського матеріалу.

Тематична рубрикація видання.

Тема 8. Журналістика як творчий процес. Творча індивідуальність журналіста.

Спеціалізація та обов'язки журналіста.

Зміст і форма журналістського твору.

Вимоги до роботи з фактом.

Процес аналізу причинно-наслідкового зв'язку.

Редакторська діяльність як творчість.

Тема 9. Методи збору інформації у журналістиці.

Метод спостереження.

Метод вивчення документів.

Метод інтерв'ю.

Соціологічні методи отримання інформації.

Тема 10. Загальна характеристика медіажанрів.

Загальна характеристика жанрів.

Інформаційна природа відображення.

Природа і специфіка журналістського аналізу.

Публіцистика та її природа.

Структурні елементи журналістського твору.

Методика роботи з інформаційними жанрами.

Тема 11. Журналістський твір: структура та елементи змісту.

Задум та тема твору.

Ідея, концепція твору.

Факт і його природа у журналістиці.

Процес написання журналістського твору. Структурні елементи журналістського твору.

Тема 12. Аргументація в журналістиці.

Знання та переконання. Поняття аргументації.

Особливості аргументації в журналістиці.

Логічна аргументація у журналістиці.

Емоційно-образна аргументація.

Тема 13. Архітектоніка журналістського твору.

Елементи змісту в журналістському творі.

Конфлікт як елемент змісту журналістського твору.

Аргументація в журналістському творі.

Взаємодія змісту і форми в журналістському творі.

Тема 14. Практика газетно-журнального виробництва.

Організація роботи редакції.

Економічні показники газетно-журнального виробництва.

Змістове наповнення періодичного видання.

Тема 15. Особливості інтернет-журналістики.

Блогінг та його відмінності від журналістики.

Громадянська журналістика як особливий різновид непрофесійної діяльності.

Робота журналіста у соціальних мережах.

Пошукова оптимізація у роботі інтернет-журналіста.

ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ

1. Аргументація в журналістському творі.
2. Блогінг та його відмінності від журналістики.
3. Взаємодія змісту і форми в журналістському творі.
4. Види інформації.
5. Визначення поняття «жанр» у журналістикознавстві.
6. Визначення репортажу як інформаційного жанру журналістики.
7. Вимоги до написання замітки.
8. Вимоги до написання звіту.
9. Вимоги до написання інтерв'ю.
10. Вимоги до написання репортажу.
11. Виникнення та поширення книгодрукування та його вплив на журналістську діяльність.
12. Громадянська журналістика як особливий різновид непрофесійної діяльності.
13. Доступ до інформації. Державні організації як джерела інформації у журналістиці.
14. Економічні передумови зародження та розвитку світової преси.
15. Економічні показники газетно-журнального виробництва.
16. Елементи змісту в журналістському творі.
17. Етапи роботи над інтерв'ю. «Квадрат успіху».
18. Ефективність як міра задоволення потреб аудиторії в масовій інформації.
19. Жанрова система журналістики. Взаємкореляція жанрів.
20. Жанрова система журналістики. Новітні класифікації жанрів.
21. Жанрова система журналістики. Поняття про жанр.
22. Загальні рекомендації для роботи над журналістським звітом.
23. Заголовковий комплекс. Типи і функції заголовків.
24. Замітка як жанр інформаційної журналістики.

25. Замітка як жанр. Різновиди заміток за формою та змістом.
26. Запитання-відповідь як жанр журналістики.
27. Звіт як жанр журналістики.
28. Звіт як специфічний інформаційний жанр. Історія жанру.
29. Звіт. Призначення та жанрові особливості звіту.
30. Змістове наповнення періодичного видання.
31. Інтерв'ю як жанр журналістики.
32. Інтерв'ю як інформаційний жанр журналістики. Етапи роботи журналіста над інтерв'ю.
33. Інтерв'ю як метод збирання інформації. Етимологія терміна «інтерв'ю».
34. Інтерв'ю. Характерні жанрові особливості. Типи і види інтерв'ю.
35. Інтернет як джерело журналістської інформації.
36. Інформаційна природа відображення у журналістиці.
37. Інформаційний простір – зміст поняття.
38. Інформаційні агенції як джерела інформації у журналістиці.
39. Інформаційні жанри журналістики. Загальні вимоги до інформаційних жанрів.
40. Інформаційні жанри. Тенденції розвитку інформаційних жанрів
41. Інформація. Соціальна інформація. Історія соціальної інформації.
42. Класичні функції журналістики.
43. Конфлікт як елемент змісту журналістського твору.
44. Критерії поділу на жанри у журналістиці (загальна характеристика).
45. Культурні передумови зародження та розвитку світової преси.
46. Лід як елемент журналістського твору. Види лідів.
47. Людина як джерело інформації у журналістиці.
48. Масове опитування і анкетування як методи у журналістиці.

49. Методи збору зовнішньої інформації.
 50. Методика роботи журналіста над інформаційними матеріалами.
 51. Національні джерела української преси.
 52. Об'єкт відображення як критерій жанрового розподілу.
 53. Опитування як жанр журналістики.
 54. Організація роботи редакції.
 55. Особливості журналістської аналітики.
 56. Особливості організації та принципи діяльності інформаційних агентств.
 57. Особливості репортажу.
 58. Особливості формування української журналістики.
 59. Перевірка достовірності інформації у журналістиці.
 60. Передумови зародження журналістики в Україні.
 61. Періодизація історії української журналістики.
 62. Підготовка запитань до інтерв'ю.
 63. Політичні передумови зародження та розвитку світової преси.
 64. Поняття інформації. Суб'єкти національного інформаційного простору.
 65. Поняття про жанр і жанрологію журналістики. Класична система журналістських жанрів.
 66. Портрет професії журналіста.
 67. Початковий етап виникнення журналістики в Україні.
- Перші періодичні видання.
68. Пошукова оптимізація у роботі інтернет-журналіста.
 69. Правила наближення інтересів у журналістиці.
 70. Правила написання інтерв'ю.
 71. Правила передачі інформації.
 72. Правило перевернутої піраміди у журналістиці.
 73. Природа і специфіка журналістського аналізу.
 74. Причини жанрових модифікацій журналістських творів.
 75. Редакторська діяльність як творчість. Організаційні функції редактора.

76. Репортаж як інформаційний жанр журналістики. Історія становлення жанру.
77. Репортаж як оперативна форма емоційного, наочного зображення подій.
78. Репортажні елементи в інших жанрах журналістики.
79. Різновиди звіту.
80. Різновиди інтерв'ю.
81. Різновиди репортажу.
82. Робота журналіста над репортажем.
83. Робота журналіста у соціальних мережах.
84. Розширена замітка.
85. Світові інформаційні агентства.
86. Системи інформування для журналістів.
87. Складники науки про історію журналістики.
88. Способи досягнення динамізму у репортажі.
89. Спостереження і експеримент як методи у журналістиці.
90. Структурні елементи журналістського твору (загальна характеристика).
91. Теорія і практика соціальної інформації.
92. Технічні передумови зародження та розвитку світової преси.
93. Типові помилки у замітках.
94. Українські традиції «усної публіцистики», літописання хронік і полемічної літератури.
95. Факт і його осмислення в замітці.
96. Формула Квінтіліана.
97. Хронікальна замітка.
98. Чинники впливовості журналістських матеріалів.
99. «10 смертних гріхів» журналіста в роботі з інтерв'ю.
100. «Правило перевернутої піраміди».

ВЗІРЕЦЬ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО БІЛЕТА

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ			
ОКР «Бакалавр» напря́м підготовки/ спеціальність – 061 «Журналістика»	Кафедра журналістики та мовної комунікації	ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № з дисципліни «Інформаційні жанри журналістики»	Затверджую Завідувач кафедри _____ Н.М. Костиця « ____ » _____ 20 р.

ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ

1. Що таке "принцип оберненої піраміди" і з якою метою він використовується?
2. Роль, місце і значення *лід* в інформаційних повідомленнях і статтях.

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ РІЗНИХ ТИПІВ

1. Узгодьте поняття за його визначенням:

1.	Інформ. привід	А	Носії простої, первісної інформації про факти без поглибленого аналізу
2.	Інформац. жанри	Б	Підстава, причина виходу журналістського матеріалу.
3.	Інформ. ресурси	В	Звернення щодо доступу до офіц. документів з вимогою надання ознайомлення з ними.
4.	Інформ. запит	Г)	Збирання, обробка, накопичення, пошук і поширення інформації.

2. Вкажіть, що таке інформаційний запит:

1.	А) Носії простої, первісної інформації про факти без поглибленого аналізу
2.	Б) Звернення щодо доступу до офіційних. документів з вимогою надання ознайомлення з ними
3.	В) Підстава, причина виходу журналістського матеріалу
4.	Г) Документи і масиви документів в бібліотеках, архівах, фондах та інших інформаційних системах

3. Репортажем називається:

1.	А) Документально-сюжетний твір художньо-публіцистичного спрямування, який передбачає побудову драматургії події, факту, долі людини із вираженою авторською позицією і ставленням до описуваних явищ
2.	Б) Жанр журналістики, форма показу і розповіді про реальну подію з ефектом присутності, «співучасті» читача
3.	В) Відомості, повідомлення, фото, передані безпосередньо з місця події або одразу після її завершення
4.	Г) Фотоматеріал нарисового характеру, що відтворює побутові сцени, природу, архітектурні обриси тощо)

4. Таємна інформація - це:

1.	А) Матеріалізований результат інформ. діяльності для задоволення суспільних і громадських потреб
2.	Б) Підтвержені фактами новини у щоденних повідомленнях про події без коментарів
3.	В) Та, що містить відомості, які становлять державну та іншу передбачену законом таємницю
4.	Г) Публічно поширювана друкована та аудіовізуальна інформація для необмеженого кола осіб

5. Ефект упередженості означає:

1.	А). Втрату об'єктивності при висвітленні певних суспільно значущих подій, явищ чи оцінки людей і організацій
2.	Б). Намагання журналіста чи цілого ЗМІ викривити якийсь факт чи подію на угоду комусь чи чомусь
3.	В). Спробу дискредитувати певну політичну силу, рух, організацію, їхніх лідерів з політичною метою
4.	Г). Поєднання усіх попередніх складових

6. Які журналістські методи збору інформації є найбільш ефективними: А) Метод опитування та інтерв'ю; Б) Метод спостереження; В) Проведення журналістського експерименту; Г) Усі значимі залежно від теми і задуму.

7. Дайте правильне визначення поняття оперативна інформація:

1.	А) Повідомлення, передані безпосередньо з місця події або в найкоротший час після її завершення.
2.	Б) Офіційна документована інформація, яка створюється в результаті діяльності влади.
3.	В) Та, що публікується в офіційних друкованих виданнях, поширюється в ЗМІ, видається громадянам.

8. При плануванні чергового номера газети чи журналу обов'язково слід дотримуватися вимог:

1.	А) Жанрового різноманіття;
2.	Б) Ілюстративної привабливості і різноплановості;
3.	В) Публікації матеріалів з різних географічних місць і регіонів;
4.	Г) Дотримання балансу позитивних і критичних матеріалів, пропорцій внутрішньої і зарубіжної інформації
5.	Д) Усіх перерахованих складників.

9. Аналіз будь-якої важливої соціальної чи суспільної проблеми у друкованих ЗМІ здійснюється у: А) Новинах; Б) Репортажах; В) Статтях.

10. Виберіть правильне визначення звіту:

1.	А) Інформаційний жанр у формі розповіді про важливі суспільно-політичні й масові заходи
2.	Б) Жанр журналістики, у якому допускається суб'єктивна форма показу реальної події і розповіді про неї з яскраво вираженим ефектом присутності, «співучасті» читача
3.	В) Оперативний жанр, коротке повідомл. з місця подій, про конкретні факти й ситуації

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

За джерелами знань використовуються такі методи навчання: словесні – розповідь, пояснення; наочні – презентація, ілюстрація; практичні – індивідуальні завдання, самостійна робота, практична робота.

За характером логіки пізнання використовуються такі методи: аналітичний, синтетичний, аналітико-синтетичний, індуктивний, дедуктивний.

За рівнем самостійної розумової діяльності використовуються методи: проблемний, частково-пошуковий, дослідницький.

Задіяно практикум, спрямований на вироблення навичок самостійної моральної орієнтації майбутніх журналістів у складних професійних ситуаціях.

Форми організації навчання: аналіз текстів, робота в «малих групах» з літературою та словниками, творчо-дослідницькі завдання.

ФОРМИ КОНТРОЛЮ

Під час викладання навчальної дисципліни застосовуються такі методи контролю за навчально-пізнавальною діяльністю студентів, як метод усного контролю у вигляді індивідуального та фронтального опитування; письмовий контроль (письмові відповіді на питання), та письмовий контроль у вигляді модульних контрольних робіт, виконання індивідуальних завдань, поточного тестування. Теоретичні знання студентів оцінюються за відповідями на семінарських заняттях. Підсумковий контроль знань – іспит.

Форми контролю забезпечують одержання зворотної інформації про зміст, характер і досягнення в навчально-пізнавальній діяльності студентів і про ефективність праці викладача.

РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ

Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України» (наказ про уведення в дію від 27.12.2019 р. № 1371).

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна за результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	Відмінно	Зараховано
82-89	Дуже добре	
74-81	Добре	
64-73	Задовільно	
60-63	Достатньо	
35-59	Незадовільно	Не зараховано
1-34	Незадовільно	

Для визначення рейтингу студента із засвоєння дисципліни $R_{\text{дис}}$ (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу студента з навчальної роботи $R_{\text{нр}}$ (до 70 балів):

$$R_{\text{дис}} = R_{\text{нр}} + R_{\text{ат}}$$

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1. Навчальний план підготовки бакалаврів спеціальності 061 «Журналістика».
2. Підручники та навчальні посібники.
3. Опорні конспекти лекційних і практичних занять.
4. Методичні матеріали до практичних занять.
5. Матеріали поточних та підсумкового контролів.
6. Перелік питань до екзамена. Екзаменаційні білети.

СЛОВНИК МОЛОДОГО ЖУРНАЛІСТА

Акаунт (від англ. *account* – рахунок) – обліковий запис користувача, в якому зібрано інформацію про нього (логін, пароль тощо). Акаунт потрібен, щоби розпізнати користувача при підключенні до певної системи. Термін походить із банківської сфери, де він означав рахунок клієнта, за яким можна було відстежувати рух коштів.

Алгоритм соціальної мережі – комп'ютерні обчислення, за допомогою яких здійснюється пріоритизація інформації, що публікується в соціальній мережі за критерієм релевантності для певних груп користувачів. На релевантність може впливати тип контенту, час публікації та кількість взаємодій за певний проміжок часу (лайки, репости, коментарі), рівень стосунків між користувачами, що з ним взаємодіють.

Аркуш авторський (або друкований) – ступінь обліку обсягу тексту в журнальному та поліграфічному видавництві. Один аркуш дорівнює 40000 друкарських знаків (букв, цифр, розділових знаків, включаючи й інтервали між ними). Коли текст віршований, то 700 рядків становлять аркуш. Ілюстративний матеріал (малюнки, фотографії, креслення) вимірюється площею, яку він займає: 3000 кв. см. становлять один аркуш. Найбільший газетний формат А 2 являє собою друкований аркуш, у якому для тексту використано обидві сторони. Складений навпіл такий аркуш становить формат А 3. Складений навпіл ще раз – дає формат А 4.

База даних (БД) – поймає й логічно впорядковане зібрання текстової, звукової, візуальної чи іншої інформації, пов'язаної з певною предметною областю. БД зберігаються в довільній формі, нині найчастіше – в електронній. Призначені для задоволення інформаційних потреб користувачів. Головні вимоги до БД – актуальність, повнота, вірогідність.

Банер (англ. *banner* – прапор, транспорант) – графічне зображення, яке здебільшого має рекламний характер. Банерами називають рекламні оголошення, розміщені у верхній частині веб-сторінки, газети тощо.

Бекграунд (англ. *background* – фон, задній план, непомітна позиція) – частина матеріалу, яка містить опис місця дії й пояснення, необхідні для опису події, іншу додаткову інформацію. Також бекграундом називають інформацію, яку можна використовувати без уточнення джерела.

Біт (англ. *bit* – «шматочок») – мінімальна одиниця вимірювання обсягу інформації. Біт дорівнює одному двійковому розряду, який може дорівнювати одному з двох значень / станів – 0 або 1. Ці значення застосовуються у двійковій системі числення для представлення даних.

Блог (англ. *weblog* – мережевий журнал, щоденник подій) – окремий веб-сайт або його розділ, що регулярно оновлюється, матеріали якого (пости) можуть містити тексти, фотографії, відео. Блоги класифікують за різними критеріями: за авторством (особистий, колективний, корпоративний); за особливостями змісту (мікроблог, тематичний, цитатний, творчий); за переважними формами представлення інформації (текстовий, музичний, фотоблог, відеоблог) тощо. Блоги – явище *громадянської журналістики*, яка відбиває прагнення сучасних споживачів інформації до власної медіаторчості й діалогу. На відміну від особистого щоденника, блог є публічним, інтерактивним, він передбачає широкі можливості коментування й дискусії.

Брифінг – коротка нарада для представників друкованих та електронних ЗМІ, на якій спеціально уповноваженими на те особами викладається позиція уряду з певного питання або позиція, узгоджена сторонами, що беруть участь у міжнародних переговорах, засіданнях, конференціях, повідомлення про їх хід, про погляди

сторін тощо. Брифінг організовується для передачі інформації журналістам, передбачає виклад інформації, а не роз'яснення проблеми. На відміну від прес-конференції брифінг не передбачає постановки запитань журналістами і відповіді офіційних представників. Часто на брифінгах поширюються прес-релізи, які містять необхідні для журналістів цифрові, фактичні та інші дані.

Верифікація (лат. *verus* – істинний, *facio* – роблю) – перевірка журналістом на істинність фактичних даних. Є різні способи верифікації: збирання фактів, особиста присутність на події або її аналіз в різних інстанціях, опитування свідків, вивчення документів та письмових джерел, опитування, анкетування тощо.

Верстка – розробка розташування сторінок, шпальт, матеріалів. Суть верстки – гармонійне поєднання текстового та графічного контенту. До 1990-х років термін застосовувався виключно в поліграфії та видавничій справі. Із розвитком комп'ютерних технологій та інтернету з'являється поняття комп'ютерної верстки: створення макетів сторінок, рекламних оголошень тощо за допомогою спеціального програмного забезпечення.

Газета – періодичне друковане видання, що виходить від кількох разів на день до кількох разів на тиждень. Газети систематично висвітлюють події та явища суспільно-політичного, економічного та культурного життя. Із винаходом та проникненням інтернету газети стали не лише друкованими виданнями: вони можуть існувати й у формі веб-сайту.

Газетна качка – псевдоінформація, фальшива, вигадана сенсація, іноді явна брехня, очевидна своєю безглуздістю й неправдивістю. Газетна качка – ознака жовтої преси. Наявність газетної качки знижує авторитет видання й журналіста. Однак вона існувала й існує як засіб боротьби за увагу читачів, збільшення тиражу, а відтак і прибутків.

Гіперлокальні медіа – засоби масової інформації, контент яких стосується подій у межах кількох невеликих географічних ареалів та поширюється в їх межах.

Гіперпосилання (англ. *hyperlink*) – активний (виділений кольором чи підкресленням) текст, зображення чи кнопка на веб-сторінці, що внаслідок активізації уможливорює перехід на іншу сторінку чи іншу частину поточної сторінки.

Громадянська журналістика – журналістська діяльність, що базується на діяльності громадян, які не мають професійної журналістської підготовки, але відіграють активну роль у процесі збору, обробки, аналізу та поширення новин та інформації.

Гаджет (англ. *gadget*) – клас допоміжних міні-програм (графічних модулів), які розміщуються в робочому просторі відповідної батьківської програми та слугують для прикраси робочого простору, розваги, виконання окремих робочих завдань або швидкого отримання інформації з інтернету без допомоги веб-браузера. Гаджет – це також цікава технічна новинка у вигляді електронного пристрою або іншого засобу, що поєднує в собі високі технології й цілком реальне застосування. Нині гаджетом можна вважати будь-який цифровий прилад, досить невеликий, щоб його можна було одягти на руку, покласти до кишені або підключити до КПК або смартфона. Найвідоміші типи гаджетів: мобільний телефон, смартфон, портативна гральна приставка, мультимедійний програвач, GPS-навігатор, електронна книжка.

Дайджест (англ. *digest* – стислий виклад) – скорочений або повний передрук матеріалів інших видань. Може бути повноцінним матеріалом, у якому подається добірка чи огляд найцікавіших публікацій за певний обраний період.

Дезінформація (від фр. *des* – заперечення, фр. *information* – інформація) – хибна інформація, покликана ввести в оману й свідомо поширювана урядовою організацією або засобами масової

інформації. Поширення дезінформації може мати різні цілі: пропагандистські, комерційні тощо.

Джинса – професійний сленг, вживається на позначення матеріалів замовного характеру у засобах масової інформації, прихованої реклами. Зазвичай такий матеріал не маркують як рекламу і читач сприймає його за журналістський текст. Основні ознаки: порушення журналістських стандартів на користь особи, організації та спрямовані на формування позитивного іміджу.

Електронні ЗМІ – інформаційні сайти, які виконують функції засобів масової інформації, регулярно оновлюються та мають сталу аудиторію. Електронні ЗМІ зароджувалися як альтернативна версія друкованих видань, однак частина видань згодом стали самостійними окремими виданнями, не прив'язаними до друкованих версій.

Етична журналістика – журналістика, яка базується на принципах етики і цінностях доброчесності, прагне забезпечити вільний обмін інформацією, а журналісти точно, справедливо та ретельно висвітлюють факти.

Есе (фр. *essai* – спроба, нарис, начерк) – невеликий прозовий художній твір, літературно-критична стаття, стаття філософського або публіцистичного характеру, що відзначаються підкресленою суб'єктивністю авторської думки, новизною тлумачення поставлених питань.

Жанр (фр. *genre* – вид, стиль) – велика група текстів, наділених спільними ознаками. Зазвичай журналістикознавці поділяють жанри журналістики на інформаційні (наприклад, новина, репортаж, інтерв'ю), аналітичні (коментар, стаття, огляд тощо) та художньо-публіцистичні (есе, нарис). Утім, на практиці жанри часто змішуються, утворюючи так звані квазіжанри.

Жовта преса – бульварно-сенсаційні друковані органи масової інформації, які під предметом журналістики розуміють події скандально-порнографічного характеру й розраховані на невибагливі смаки малоосвіченого, досить примітивного за своїм культурним рівнем, але чисельного кола читачів.

Журналістика даних (data-journalism) – журналістська діяльність, в основі якої лежить обробка даних та їх подальше використання для створення журналістського матеріалу.

Журналістські стандарти – основні стандарти, якими має керуватися журналіст у своїй професійній діяльності. До них належать: баланс думок і точок зору, оперативність, достовірність (посилання на джерела), відокремлення фактів від коментарів, точність, повнота представлення фактів та інформації по проблемі. Головними нормативними джерелами, де відображені дані стандарти є Кодекс професійної етики українського журналіста, Етичний кодекс українського журналіста, Декларація принципів поведінки журналістів (Міжнародної федерації журналістів) і міжнародні стандарти та принципи журналістської етики. Основні вимоги щодо дотримання журналістських стандартів ставляться, насамперед, до інформаційно-новинних матеріалів. Саме в «новинній» журналістиці дотримання цих стандартів є найбільш важливим.

Заангажованість у медіа (англ. *engagement* – залучення) – такі відносини між медійною організацією і її власником, державною владою чи замовником матеріалів, за яким журналістський контент цього медіа повністю чи частково відображає позицію власника / представників державної влади / замовника.

Іномовлення – мовлення, спрямоване на закордонну аудиторію. Іномовлення використовує ЗМІ для впливу та формування думки аудиторії за межами країни, що відрізняє його від внутрішнього мовлення. Іномовлення стало можливим із винаходом коротких радіохвиль.

Інтертекстуальність – тенденція різних медійних текстів до різнорівневих та різножанрових взаємопосилань, а також міжтекстових і міжжанрових зв'язків. У сучасній медіакультурі інтертекстуальність виявляється в різні способи: запозичення й переробка тем і сюжетів, явне та приховане цитування, переклад, плагіат, алюзія, парафраза, наслідування, пародія, інсценування, екранізація, використання епіграфів, ремінісценція тощо. Розуміння пластів інтертекстуального медіатексту великою мірою залежить від досвіду й підготовки споживача, на що слід зважати, вдаючись до таких прийомів.

Інтерфейс (англ. *interface* – перегородка) – сукупність засобів, методів і правил, що забезпечують взаємодію пристроїв обчислювальної системи, програм та (або) користувача. Так, наприклад, клавіатура й мишка є елементами інтерфейсу в парі «користувач – комп'ютер». Якщо дивитися на інтерфейс із позиції користувача, то це засіб, через який відбувається взаємодія з інформаційною системою, пристроєм тощо.

Інформаційний запит (запит на інформацію) – це прохання особи до розпорядника інформації надати публічну інформацію, що знаходиться в його володінні (наприклад, інформація щодо використання бюджетних коштів або копія рішення сесії міської ради). Тобто йдеться про раніше створену інформацію, якою володіє розпорядник. Для відповіді на інформаційний запит розпорядник не повинен створювати нову інформацію (готувати аналітику, надавати роз'яснення тощо).

Інформаційний привід (інфопривід) – подія, що має значення для соціального, політичного, економічного, культурного життя громади, може зацікавити читача й стати предметом громадського обговорення.

Інфотейнмент (англ. *infotainment*) – спосіб подачі інформації в розважальній формі або з відтінком розважальності.

Новини та аналіз подій презентуються у цьому разі в максимально полегшеній для сприйняття формі. За такого підходу висвітлення важливих подій уподібнюється світській хроніці, навіть політика постає як сфера масової культури (поп-культури). Кредо інфотейнменту – «інформуючи, розважай» – має загрозу перетворюватися на принцип «розважаючи, не інформуй», що може призвести до порушення професійних стандартів.

Контекст (лат. *contextus* – тісний зв'язок, сплетіння) – закінчений за змістом уривок тексту, що дає змогу встановити значення слова або речення, які входять до його складу. У ширшому значенні – середовище, в якому існує об'єкт.

Контент-аналіз (англ. *content* – зміст і грец. *analysis* – розклад, розчленування) – спосіб аналізу контенту певного видання шляхом підрахунку вживаних у великій кількості опублікованих у ньому несистематизованих текстів певних ключових слів тощо. Такий аналіз дає можливість подати якісну характеристику про спрямованість матеріалів та часопису в цілому. Цей метод вважається одним із основних і точних методів дослідження та обробки даних.

Контент (англ. *content* – вміст) – інформаційне наповнення сайту (тексти, графіка, відеоролики та ін.). За походженням контент поділяють на такі різновиди: копірайт (оригінальні статті); рерайт (переписування статей своїми словами); копіпаст (копіювання чужих статей); синонімізація (заміна слів синонімами в ручному або автоматичному режимі за допомогою програм і скриптів); переклад з інших мов (людьми або програмами-перекладачами з подальшим редагуванням); користувацький контент (коментарі користувачів, повідомлення на форумах). Обсяг контенту вимірюється в одиницях кількості інформації (мегабайтах, гігабайтах).

Копіпаст (англ. *copy* – скопіювати та *past* – вставити) – термін, який у буквальному тлумаченні означає копіювання тексту з одного або кількох джерел. Копіпаст можна розглядати як поширену стратегію наповнення інтернет-сайту контентом, коли текст копіюється із першоджерела, як правило, без редагування чи внесення змін у нього. Противагою копіпасту є унікальний контент.

Копірайтинг (англ. *copywriting*: *copy* – рукопис і *write* – писати) – написання рекламних, презентаційних чи пропагандистських текстів. Поява та розвиток копірайтингу пов'язані з розширенням, насамперед, рекламної діяльності. Особливо активно копірайтинг почав розвиватися з популяризацією телебачення, а згодом – із проникненням інтернет-технологій. Залежно від цілей, копірайтинг поділяють на SEO-копірайтинг, піар-або рекламний копірайтинг, контент-наповнення сайтів.

Лід (англ. *lead* – керувати, очолювати, займати перше місце, бути попереду) – короткий виклад журналістського матеріалу, що розміщується після заголовка й перед основним текстом. Існує правило, згідно з яким матеріал довший за сто рядків мусить бути супроводжений лідом. У термінологічному побутовому словнику журналістів у цьому значенні вживається ще слово “вріз”.

Лонгрід (англ. *long-form journalism*) – формат журналістики, якому властивий великий обсяг (від півтори тисячі слів). В лонгрідах також широко застосовують мультимедійний контент, але при цьому він не має домінувати над основним текстом. Цьому формату також притаманна параллаксна верстка (скролінг), адаптована для читання на різноманітних мобільних пристроях (смартфон, планшет тощо).

Медіаграмотність – сукупність знань, навичок та умінь, які дозволяють людям аналізувати, критично оцінювати і створювати повідомлення різних жанрів і формах для різних типів медіа, а також розуміти й аналізувати складні процеси функціонування медіа у суспільстві та їх вплив.

Медіа (англ. *media* – засоби, способи) – це канали та інструменти; їх використовують, щоб зберігати, передавати й подавати інформацію або дані. Медіа часто згадувано як синонім до мас-медіа або новинних медіа, але в ширшому користуванні вони означають єдине середовище; його використовують, щоб передавати будь-які дані в певних цілях.

Медіатероризм (медіакілерство) – це специфічний різновид інформаційно-психологічного терору та складник «інфраструктурного терору». Його сутність полягає у спробах шляхом організації спеціальних медіакампаній дестабілізувати суспільство, створити у ньому атмосферу громадянської непокори, недовіри суспільства до дій та намірів влади й особливо – її силових структур, покликаних захищати суспільний порядок.

Меседж (англ. *message*) – думка чи ідея, виражена у вербальний або невербальний спосіб, якщо вкладений у неї зміст забезпечує взаємозалежність між учасниками комунікативної взаємодії як аспекту соціальних відносин на основі притаманних їй усталених історичних, духовно-ментальних, соціокультурних форм.

Мікроблог – сервіс, що дозволяє користувачам публікувати короткі оновлення інформації чи текстові повідомлення онлайн. Головною відмінністю від звичайного блогу є обмежена довжина повідомлення.

Моніторинг медіа – метод дослідження змісту засобів масової інформації, який дозволяє визначити певні тренди, тенденції, які притаманні медіа, показати, які теми, проблеми, текстовий чи аудіовізуальний контент домінує, чи якого бракує.

Мультимедіа (англ. *multi* – багато і *media* – носій, середовище) – сукупність апаратних і програмних засобів, що дозволяють вводити, обробляти, зберігати, передавати та демонструвати інформацію в різних цифрових форматах: текстовому, зображальному, звуковому, відео, анімаційному.

Наратив (лат. *narrare* – розповідати, оповідати) – оповідь зі специфічною структурою як акт повідомлення, в якому подається обґрунтована інтерпретація деякого аспекту світу з певної позиції. За термінологією американського філософа і мистецтвознавця Артура Данто, наратив – це суб'єктивна «пояснювальна розповідь». Одна із характерних властивостей наративу – наявність суб'єктивних емоцій та оцінок оповідача-наратива. В літературі під наративом розуміють лінійний виклад фактів і подій у літературному творі. Ненаративними елементами тексту вважаються опис, коментар, додаткова інформація тощо. В журналістиці наратив – це віртуальний продукт, який при передачі стає інформаційним продуктом, спрямованим на стимулювання конкретних фізичних дій.

Новина – окремий інформаційний жанр, який характеризується стислим викладом ключової інформації про факт або подію, які щойно відбулися. Сучасні новини та принцип їх побудови виникли разом із появою комерційної журналістики в США.

Нові медіа, новітні медіа (англ. *New Media*) – сучасні медіа, засновані на цифрових технологіях, наприклад: інтернет-видання, презентації на CD, комп'ютерні ігри, соціальні мережі тощо. Головними їхніми ознаками є мультимедійність, гіпертекстуальність та інтерактивність. Такі медіа генерують інформацію в режимі реального часу, персоналізують її доставку споживачеві, надають йому можливість брати участь у її творенні, впливати на процес колективної медіаторчості. Цими ознаками новітні медіа відрізняються від традиційних ЗМІ.

Ньюзрум (англ. *newsroom* – кімната новин) – приміщення на радіо чи телевізійному каналі, куди збираються та де опрацьовуються оперативні інформаційні повідомлення, і звідки вони передаються за допомогою технічних засобів у студії, звідки транслюються до споживачів новин. Для української друкованої

журналістики, яка успадкувала від радянських часів кабінетне розміщення журналістів, ньюзрум – це новинка. На Заході під ньюзрумом розуміється велика кімната, де працюють усі: журналісти, редактори, стажери. Вони вільно спілкуються, збирають інформацію, пишуть свої твори. Це створює неповторну атмосферу спільних дій, яка сприяє почуттю солідарності, стимулює змагання.

Плагіат – порушення авторського права через оприлюднення (опублікування) повністю або частково чужого твору під іменем особи, яка не є автором цього твору.

Подкаст (англ. *Podcast* від *Pod (iPod)* і *Cast (Broadcasting)*) – широкоформатне мовлення, вихід в ефір) – окремий цифровий аудіо-, відео- чи іншого формату файл, який публікується з певною періодичністю на інтернет-ресурсі та передбачає можливість підписки на його оновлення та автоматичне завантаження.

Прайм-тайм (англ. *prime time* – головний час) – найзручніший, найкращий час для показу програм ефірної журналістики. Як правило, ним вважається час від 19-ї до 23-ї години за місцевим часом.

Продакт-плейсмент (англ. *Product Placement* – розміщення продукції) – в інтернет-рекламі прийом прихованої реклами, який полягає в тому, що в оформленні, ідею або процес функціонування будь-яких мережевих ресурсів завуальовано закладають рекламну інформацію, що представляє реальний комерційний аналог.

Редакторська стаття – матеріал, що не підписується автором, оскільки створюється ним від імені колективу й відображає позицію редакції в цілому.

Сиквел (англ. *sequel* – «продовження») – художня або документальна робота (літературний твір, музичний твір, кінофільм, театральна постановка, телешоу, відеогра), яка продовжує сюжет іншого відомого твору, або розширює деякі більш ранні історії.

Синхрон – елемент телевізійного сюжету або репортажу, який являє фрагмент інтерв'ю з людиною, що має пряме відношення до висвітлюваних у сюжеті подій. Також синхроном називають одночасний, тобто синхронний, показ людини зі звуком її голосу, іншими словами – зображення людини, що говорить в кадрі.

Сторітеллінг (англ. *storytelling* – «оповідання історій») – соціальна та культурна активність, що полягає в оповіданні історій; у широкому сенсі – інформування про подію за допомогою слів, образів та звуків, що часто супроводжується імпровізацією та прикрашанням.

Стрімінг (анг. *streaming*) – процес подачі даних, аудіо тощо в режимі реального часу через інтернет.

Стрінгер – позаштатний працівник редакції, який регулярно з нею співпрацює та виконує свою частку роботи. Стрінгери (фрілансери) часто заміняють тих штатних працівників, які не можуть виконувати свої обов'язки з якихось причин.

Таблоїд – (лат. *tabula* – дошка і *eidōs* – вид) – малоформатна газета з надміром ілюстрацій і незначною кількістю текстів, що оприлюднює сенсаційні повідомлення і розрахована на невибагливих читачів.

Толерантна журналістика – журналістика, яка намагається не загострювати протиріччя, не роздмухує конфлікти, не провокує агресію, а будує таку картину світу, для якої притаманні ефективні, мирні, ненасильницькі способи вирішення проблем і конфліктів.

Фактчекінг – акт перевірки фактичних тверджень у вербальному чи невербальному тексті для встановлення їх достовірності та правильності фактичних даних. Перевірка достовірності висловлювання, цифр, даних, обставин тощо здійснюється після публікації чи поширення певної інформації.

Фейк – усе, що вводять в оману інших, вдаючи щось, чим насправді не є; фейковий – несправжній, але зроблений так, щоби здаватися справжнім.

Blackout (блекаут) – цензурування новин, пов'язаних із певною темою, зокрема, в засобах масової інформації, зумовлене певними причинами. Цензурування може бути добровільним або ж здійсненим на вимогу уряду чи держави. Цей тип цензури використовують, зокрема, під час оголошеної війни, щоби приховати від ворога інформацію, яка може бути йому корисною. Використання «блекауту» в мирний час є суперечливим, оскільки його можна розглядати як порушення прав людини та утиски свободи слова.

CMS (Content Management System; СКВ – система керування вмістом) – програмне забезпечення для організації веб-сайтів чи інших інформаційних ресурсів в Інтернеті чи окремих комп'ютерних мережах.

Feature (англ. *feature* – особливість) – спеціальна стаття в газеті чи журналі або частина телевізійної чи радіопередачі, яка висвітлює життя та діяльність конкретного суб'єкта. У комп'ютерному сленгу слово «фіча» використовується на позначення якоїсь корисної функції чи специфічної риси, яка є в програмному забезпеченні чи мобільному пристрої.

UGC (англ. *User-generated content* – контент, створений користувачами) – різноманітний медіаконтент, створюваний самою аудиторією. Це можуть бути блоги, статті у Вікіпедії, форуми, чати, пости, дописи в Twitter, подкасти, цифрові зображення, відео, аудіозаписи, реклама тощо. Термін і концепція набули широкого вжитку в 2005 році у сфері нових медіа та виробництва медіаконтенту.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література:

1. Артеменко С. Чи можна подолати "джинсу" в українській журналістиці? [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://human-rights.unian.ua/155239-chi-mojna-podolati-djinsu-v-ukrajinskiy-jurnalistitsi.html>. – Назва з екрану.
2. Балалаєва О.В. Класифікація жанрів новинної журналістики: вітчизняні та зарубіжні підходи. *Вісник Харківського нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна*. Серія: Соціальні комунікації. 2017. Вип. 12. С 36–39.
3. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навч. посібник. Київ : Академія Української преси, 2011. 262 с.
4. Василенко М.К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі: монографія. Київ : Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2006. 238 с.
5. Голік О. Методологічний аспект теорії жанрів періодичних ЗМІ. *Вісник Львівського ун-ту*. Серія журн. 2009. Вип. 32. С. 113–120. [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://journ.lnu.edu.ua/publications/visnyk32/Visnyk32_P1_11_Golik.pdf
6. Голуб О. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник. Київ : ТОВ «Софія-А», 2016. 184 с. URL: <https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/Mediakompas.pdf>
7. Голуб О. Що таке «джинса» і як її вилікувати [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/scho_take_dzhinsa_i_yak_ii_vilikuvati/.
8. Дрешпак В.М. Жанрологія журналістських творів. Дніпро : УМСФ, 2021. 186 с.
9. Ефективне виробництво теленовін: практичний посібник для журналістів. Київ : МГО Інтерньюз-Україна. 2006. 119 с.

10. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво : навчальний посібник / за ред. В. В. Різуна. Київ : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2010. 287 с.
11. Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. 3-тє вид. Львів : ПАІС, 2008. 276 с.
12. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: навчальний посібник. К. : Академія Української преси, Центр Вільної Преси, 2010. 258 с.
13. Кабачій Р. «Джинса» як дорогий гаджет – мусиш мати, але навіщо – невідомо [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://tyzhden.ua/Society/94363/PrintView 1/5>.
14. Квіт С. Масові комунікації: підручник. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с. URL: <https://kvit.ukma.edu.ua/wp-content/uploads/2019/02/Mass-Communications-2018.pdf>
15. Кодекс професійної етики українського журналіста. *Журналіст України*. 1997. № 5–6.
16. Колодницька С. Як розпізнати джинсу в газеті [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/yak_rozpiznati_dzhinsu_v_gazeti/.
17. Колодницька С. Як розпізнати джинсу в інтернеті [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://old.mediasapiens.ua/material/2215>.
18. Колодницька С. Як розпізнати джинсу в теленовинах [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://old.mediasapiens.ua/material/2075>.
19. Кужель Р. Як вирішити проблему оплачуваних матеріалів у ЗМІ? Рекомендації експерта Ради Європи Расто Кужела [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/media_law/government/yak_virishiti_problemu_oplachuvanikh_materialiv_u_zmi_rekomendatsii_eksperta_radi_evropi_rasto_kuzhela/.

20. Лавриш Ю. Жанрова палітра нових медій: специфіка і креативність. *Вісник Львівського університету*. Серія: Журналістика. 2018. Вип. 44. С. 239–245.
21. Лешко У. Типологія жанрів Інтернет-журналістики. *Вісник Львівського університету*. Серія: Журналістика. 2018. Вип. 44. С. 246–253.
22. Лубкович І. Інформаційна журналістика: методи збору інформації, відображення дійсності та жанри. Львів : ПАІС, 2017. 104 с.
23. Максимчук О.Л. Жанрова палітра друкованих ЗМІ у вітчизняних розвідках [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://eprints.zu.edu.ua/6988/1/00molzpd.pdf>
24. Михайлин І. Журналістська освіта і наука : підручник. Суми : Університетська книга, 2009. 336 с.
25. Михайлин І. Основи журналістики: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 496 с.
26. Михайлин І.Л. Основи журналістики. Підручник. Київ, 2002.
27. Назаренко Г.І. Інформаційні жанри журналістики : навч. посібник. Київ : НАУ, 2010. 114 с.
28. Петрів Т. Інформаційні процеси в контексті глобалізації. Київ, 2003.
29. Потятиник Б. Медіа: ключі до розуміння. Львів : ПАІС, 2004. 310 с.
30. Радчик Р.В. Журналістський фах: інформаційні жанри : навч. посібник. Київ : Київський університет, 2015. 271 с.
31. Рендел Д. Універсальний журналіст. Київ : К.І.С., 2007. 286 с.
32. Риженко Л.М. Жанрові моделі друкованих ЗМІ. Старі проблеми і нові підходи. *Наукові записки інституту журналістики*. 2017. Т. 2 (67). С. 58–65.
33. Харитоненко О. Звіт у сучасній науковій публіцистиці: різновиди, особливості жанрової моделі. *Журналістика*. 2016. Вип. 15 (40). С. 137–154.

34. Чекмишев О.В. Основи професіональної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики. Київ: Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, 2004.

35. Шебеліст С.В. Типологія журналістських жанрів: сучасні теоретичні дискусії. *Молодий вчений*. № 9.1 (85.1). 2020. С. 136–140.

36. Шебеліст С.В. Трансформаційні процеси в системі журналістських жанрів. *Вісник Львівського ун-ту. Серія теле- та радіожурналістика*. 2010. Вип. 9. Ч. 1. С. 274–280.

37. Шутяк Л.М. Польська школа художнього репортажу. *Інформаційне суспільство*. 2016. Вип. 23. С. 31–37.

Додаткова література:

1. Вольфф Ф. Журналістика газет і журналів. Київ : Центр вільної преси, 2017. 377 с.

2. Голуб О. П. Медіа компас: путівник просесійного журналіста : практичний посібник. Київ : ТОВ «Софія-А», 2016. 184 с.

3. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики. Київ : Центр вільної преси, 2014. 358 с.

4. Гарачковська О. Жанрові особливості інтерв'ю в сучасному інформаційному просторі. *Український Інформаційний Простір*. 2021. Число 7. URL: <http://ukrinfospace.knukim.edu.ua/article/download/233879/232507/534959>.

5. Животко А. Історія української преси. Навчальні матеріали онлайн : веб-сайт. URL: <http://resource.history.org.ua/item/0007906>.

6. Про інформацію : Закон України від 2 жовтня 1992 р. № 2658-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>.

7. Кость С. Поняття творчості в журналістській діяльності. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2021. Вип. 50. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/11092/11385>.

8. Михайлин І. Історія української журналістики ХІХ століття. Київ : ЦУЛ, 2002. 832 с.

9. Панасенко Н. Професія – журналіст: професійно-важливі якості та психологічні особливості. *Актуальні проблеми психології*. Том V. Вип. 19. URL: https://lib.iitta.gov.ua/721347/1/Panasenko_NM_2019_Profession_-_journalist_professionally_imp.pdf.

10. Правила світу інформації: як українським медіа наблизитися до європейських стандартів : посіб. для журналістів / Л. Опришко, А. Сафаров, О. Чуранова. Київ : Рада Європи, 2019. 107 с. URL: <https://rm.coe.int/fm-informationrules-2019-web-final/168098e10f>.

11. Рендол Д. Універсальний журналіст. Issuu : веб-сайт. URL: https://issuu.com/pubkis/docs/the_universal_journalist.

12. Риженко Л. Видозміни жанрових моделей друкованих ЗМІ. *Держава та регіони*. Серія : Соціальні комунікації. 2016. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2016_1_25.

13. Тонкіх І. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті. Запоріжжя : ЗНТУ 2017. 130 с. URL: http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/2669/1/Tonkikh_Internet-Journalism.pdf (дата звернення: 1.09.2021).

14. Шебеліст С. Типологія журналістських жанрів: сучасні теоретичні дискусії. *Молодий вчений*. 2020. № 9.1 (85.1). URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2020/9.1/28.pdf>.

Інтернет-ресурси:

1. Видання про журналістику та для журналістів. URL: <https://medialab.online/>

2. Детектор медіа. URL: <https://ms.detector.media/>

3. Інтерньюз-Україна. URL: <https://internews.ua/>

4. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/>

5. Комісія журналістської етики. URL: <https://cje.org.ua/>

6. Національна спілка журналістів України. URL: <http://nsju.org/>
7. <http://www.cir.org>. (“Columbia Journalism Review”).
8. <http://www.fair.org>. (“Fairness and Accuracy in Reporting”).
9. <http://www.inter.ua/ua/> (Офіційний сайт ТРК “Інтер”).
10. <http://www.ifj.org>. (Міжнародна Федерація журналістів (IFJ – International Federation of Journalists)).
11. www.ji.lviv.ua (Незалежний культурологічний часопис “І”).
12. <http://www.mediachannel.org>. (“Media Channel”).
13. <http://mediaed.org>. (Media Education Foundation).
14. <http://www.mediakrytyka.info> (“Медіакритика” – видання Інституту екології масової інформації ЛНУ ім. Івана Франка).
15. <http://www.presswise.org.uk>. (“Press Wise Trust”).
16. <http://www.1plus1.net/> (Офіційний сайт ТРК “1+1”).
17. <http://post.semiotics.ru/> (Сайт семіотики).
18. <http://lamp.semiotics.ru/index.htm> (Семіотико-культурологічний журнал “Зелена лампа”).
19. <http://www.telekritika.kiev.ua/> (Інтернет видання “Телекритика”).
20. <http://yanko.lib.ru/gum.html> (Бібліотека Слави Янко).
21. <http://www.audytoriya.lviv.ua>
22. MOnline.org.ua" – молодіжний портал
23. <http://www.monline.org.ua>
24. <https://www.ukr.net/ua/>