

Ознакомление с методикой написания журналистского произведения: особенности, специфика, идея

1. Особенности журналистского произведения.
2. Специфика публицистического произведения.
3. Идея журналистского текста.
4. Подготовка журналистской информации.
5. Журналистское произведение и функционально-смысловые типы речи.
6. Функции заголовочного комплекса.

1. Особенности журналистского произведения

У журналистского произведения сложная структура, он объединяет в себе упорядоченное множество компонентов и имеет культурное и социальное значение. Предметом журналистского произведения являются все значимые явления действительности: человек, группа людей, различные сферы и аспекты их деятельности, предметный мир, окружающая природа.

В основе лежит **ТЕМА** – конкретная ситуация, взятая относительно масштабной проблемы и под определенным углом зрения; основная проблема, поднятая журналистом.

Ведущий элемент содержания журналистского произведения – **ФАКТ**. Назначение факта в том, чтобы на его основе показать явления, мир мыслей и чувств, действия человека. Содержание журналистской информации составляют факты, сообщения, комментарии, имеющие отношение к процессам, происходящим в современном мире и передаваемым по каналам СМИ. При написании произведения журналист заботится о фактической достоверности, документальной достоверности воссозданных явлений жизни, выстраивает факты в логически-последовательную цепь, органично связывает их главной идеей.

При осмыслении журналистского произведения важно различать следующие группы элементов:

- фактологические – указание на место, конкретную ситуацию или конкретного человека (его статус, профессия, возраст);
- культурологические – четкие средства, с помощью которых события поставлены в контекст прошлого опыта;
- идейно-эстетические элементы обычно выражены в **ЛИД**-абзаце, предшествующем основному тексту или фамилии автора.

Синтаксическое своеобразие журналистского произведения выражается в характере его организации, правилах использования выразительных средств, композиции. Последняя предопределяет такую организацию

текста, когда его части объединены в довольно жесткую логическую структуру (ввод в проблему, постановка проблемы, рассмотрение аргументов, предложение путей решения проблемы).

Композиция (строение) журналистского текста, определенная система средств раскрытия, отражения и организации образов, их связей, отношений, характеризующих жизненный процесс, показан в произведении.

Композиция обуславливается как реалиями жизни, отраженной в журналистском произведении, так и мировоззрением, публицистическими методами и конкретными идейно-эстетическими, жанровыми задачами, что ставит автор. То или иное видение мира и понимание его реального соотношения и связей предопределяют способ строения произведения. Композиция требует жизненной правды, строгой подчиненности всех частей теме, идеи, сюжета.

Сюжет – совокупность событий, из которых состоит содержание журналистского произведения. Благодаря оригинальному сюжету даже обычное содержание может заиграть яркими красками. Сюжет представляет – целостное событие, которое содержит следующие элементы:

- экспозиция (лат. объяснение), пролог – первоначальное знакомство с героями, обстоятельствами, в которых они действуют (описание обстановки, времени и места действия);
- завязка – начальный момент в развитии события, ситуации, положенной в основу произведения;
- развитие действия – постепенные изменения в отношениях между героями материала;
- кульминация (вершина) – наивысший момент напряжения действия;
- развязка – ожидаемое или внезапное разрешение противоречий между героями произведения, завершение определенных событий.

Сюжет некоторых журналистских текстов может иметь эпилог (впоследствии – слово) – заключительная часть произведения, в которой сообщается о дальнейшей судьбе героев, разрешении ситуации. Характер расположения, организации всех элементов сюжета имеет отношение к композиции.

Композиция присуща всякому произведению. Многие исследователи традиционно отмечают стандартность, типизированность композиции журналистского текста.

Виды композиции (по А. Тертическому):

1. Антикульминационное построение аргументации (аргумент – факт, доказательство). В этом случае наиболее сильный аргумент располагается в начале текста, а наиболее слабый – в конце. Другие аргументы по мере уменьшения их силы – один за другим от начала до конца текста.

2. Кульминационное расположение аргументации. При этой схеме в начале располагается наиболее слабый аргумент, а за ним по мере возрастания силы приводятся другие аргументы. В конце текста подается наиболее сильный аргумент.

3. Пирамидальное расположение аргументации: наиболее сильный аргумент приводится в середине текста. В начале и в конце приводятся аргументы меньшей силы. Такое построение к месту в небольших по объему публикациях.

4. Кольцевое расположение аргументации: сильные аргументы – в начале и в конце текста, в середине – слабые.

Антикульминационное построение оказывается наиболее эффективной в том случае, если аудитория не очень заинтересована в предмете сообщения. Предъявление наиболее сильного аргумента помогает привлечь внимание к тексту. Кульминационная постройка к месту в публикациях, адресованных аудитории, заинтересованной в предмете сообщения. Она прочитает материал с нарастающим вниманием. Если же сразу познакомить с сильным аргументом, то по мере прочтения интерес к тексту будет снижаться.

Правильный выбор композиции, знание законов сюжетно-композиционной постройки являются важными предпосылками успешной работы журналиста над текстом и влияют на его качество. Качество журналистского произведения вообще можно оценить по следующим параметрам:

- актуальность и значимость предмета разговора;
- глубина, точность и новизна понимания реальной ситуации;
- новизна, конструктивность идеи, ее убедительность;
- достаточная полнота, яркость выразительных средств языка, мотивированность их использования;
- выразительность композиции материала;
- яркость и запоминаемость образов;
- лексико-стилистическая грамотность произведения.

Разновидностью журналистского произведения является публицистическое произведение.

2. Специфика публицистического произведения

Публицистика (от лат. – общественный – тип познавательно-творческой деятельности (одновременно с художественным и научным) по отражению актуальных явлений современности с целью ориентации аудитории в действительности. Публицистика передается по каналам СМИ как в языковой форме (листовки, брошюры, печатные текста), так и в языково-музыкальной (песня), графически-изобразительной (плакат,

карикатура), фотографической и кинематографической (широкое значение термина).

Термин «публицистика» появился в начале XIX века и изначально обозначал произведения на общественно-политические темы. В этом смысле публицистика – синоним массово-политической литературы. Современное значение закрепилось в 40-60-е гг. XIX века в произведениях русских публицистов.

Для сбора конкретных сведений в публицистике широко используются методы получения эмпирической информации (опрашивание, беседа, интервью, наблюдение, анализ документов), а для получения обобщающих выводов и характеристик – методы научного познания и художественного отражения. Это ведет к возникновению произведений, своеобразие стиля которых заключается в сочетании рационально-понятийных и эмоционально-образных способов воспроизводства картин жизни, портретов современников, судеб участников и свидетелей событий, а также внутреннего мира автора. Публицист, таким образом, сочетает качества общественно-политического деятеля с чертами исследователя и художника.

В более узком значении публицистика понимается как общественно-политическая литература (статьи, очерки, фельетоны, обзоры и др.) на актуальные темы. Основной задачей публицистики является формирование общественного мнения по определенным вопросам современности. Сила воздействия публицистического произведения зависит от доверия читателя к автору.

Основные признаки публицистического произведения-одновременная ориентация на экспрессию и стандарт, оценочность.

1. **Стандартизация** выявляет тенденцию к регулярности, устойчивости средств и способов обнаружения (например, артикул, как правило, строится по принципу перевернутой пирамиды).

2. **Экспрессивность** – стремление к обновлению стандарта. Экспрессивность позволяет наиболее четко представить содержание текста и отношения автора к нему.

Ілля Стогофф. “Таблоїд: Падручнік жоўтай журналістыкі” (СПб., 2005): “Правіла нумар адзін: правільная першая фраза.

Стандартныя вузаўкія падручнікі журналісцкага майстэрства рэкамендуюць выкласці ў першай фразе сутнасць вашага матэрыялу. Напрыклад, так: «Учора каля праходной N-скага завода рабочыя бачылі лася». Далей – разгортванне падзеі (якога лася, куды лось накіроўваецца, як менавіта рабочыя адбівалі яму рогі і г.д.).

Мне такі шлях не падаецца прывабным. Я лічу, што стартовая фраза павінна не расказваць чытачу, пра што ён прачытае, а ўсяго толькі прымушаць чытаць далей.

Фраза зусім не абавязкова павінна мець адносіны да таго, пра што ідзе гаворка. Самы першы артыкул, напісаны мною, быў пра панк-рок. Пачынаўся ён так: «Годзе ў 1986-м мяне часта білі па вуху. Вуха пакутвала з-за таго, што ў яго была ўстаўлена завушніца...»”.

3. **Оценочность.** Смысловое поле в публицистическом тексте создается при помощи личных впечатлений, эмоций автора, его воспоминаний о событии. Отсюда обязательно следует вмешательство автора в событие, его физическое присутствие. Это выступает основой документальности текста.

Личность автора – «ядро» публицистического произведения. Четкость авторской позиции, личный взгляд на проблему, умение убедить делают произведение сильным по силе эмоционального воздействия на читателя. В отношении каждого жанра авторское «я», личность автора, имеет различную форму, характер. В информационных – личность автора выявлена наименее, в аналитических и художественно-публицистических – наиболее.

Публицистический способ подачи материала предполагает передачу аудитории определенной системы идей.

3. Идея журналистского произведения

ИДЕЯ – главная мысль произведения, смысл и образный ориентир для аудитории, эмоционально окрашенный «образ действия». Перед читателем она предстает как программа деятельности, которую необходимо осуществить для решения той или иной проблемы.

Процесс «вынашивания» идеи начинается еще с определения замысла произведения, когда фиксируется общая идея. Она конкретизируется в плане, в котором выделяются узловые моменты будущего текста, определяются основные герои.

Функция рабочей идеи заключается в том, что она во многом определяет идеологическую направленность будущей публикации не только на стадии ее подготовки, но и в процессе написания произведения. В практическом преломлении рабочая идея может приобрести вид основного тезиса или главной мысли произведения, которую нужно развить, доказать или подтвердить системой аргументации.

Идея адресована читателю как социальному лицу, склонной менять поведение на основе собственного решения, всегда связанного с выбором. Носителем концептуального смысла для читателей становится сам журналист, моральный авторитет которого усиливает или ослабляет воздействие текста.

Чтобы произведение получило идейное звучание, журналисту необходимо определиться в своей моральной или идеологической позиции, во взглядах на определенную проблему, в своем видении жизненной ситуации, с которой он столкнулся, в выявлении собственного отношения к фактам. В этом случае читателю становится понятно, ради какой цели писалось произведение, какие идеи автор пытался донести до общественности, какими мыслями хотел поделиться, в чем пытался

убедить аудиторию и т.д. Если журналисту удастся отразить в произведении эти моменты, то он может рассчитывать на реакцию аудитории.

Идея журналистского материала имеет большое значение для создания определенного духовного настроения, тональности. Она предусматривает активную позицию адресанта по отношению к адресату. Цель произведения журналиста – не только донести до читателя определенную идею, но и добиться положительной реакции на нее.

4. Подготовка журналистской информации

Подготовка журналистской информации, предназначенной для определенного номера, состоит из нескольких последовательных операций: отбор информации, написание текста, редактирование и техническая подготовка к публикации.

I. Отбор информации имеет важнейшее значение. Информация может быть плановой или внеплановой (большая часть оперативной информации).

Ключевым критерием отбора информации является ее общественная значимость. Если материал не представляет интереса для всей аудитории периодического издания (или для ее значительной части), то нет оснований для включения его в номер или программу. Поэтому журналисты всегда должны учитывать масштабность информации, соизмеряя ее значимость с размерами аудитории и ее интересами. Наибольший интерес для читателя имеет та информация, которая содержит элемент новизны (сообщает о неизвестном или неизвестном об известном).

II. Написание журналистского текста. На этом этапе выделяют несколько стадий:

1. Зарождение замысла – начальная стадия написания журналистского произведения, важнейший момент творчества. Импульсом замысла может служить информация об определенной реальной ситуации. Однако этому предшествует процесс накопления информации. Отправным моментом формирования и разработки замысла бывает увиденная проблемная ситуация. Предметной основой поднятой журналистом проблемы могут стать общественные или идеологические противоречия.

Начальная стадия написания произведения – это осмысленная, целенаправленная познавательная деятельность, включенная в процесс межличностного общения. Задача журналиста – осмыслить проблемную ситуацию, правильно поставить проблему, привлечь к ней внимание общества.

2. Постановка проблемы влечет за собой анализ соответствующей жизненной ситуации: выявление ее сущностных свойств, осмысление всех факторов, влияющих на ее решение.

3. Разработка темы. Рожденная в результате выше отмеченного журналистская тема требует конкретизации и детализации, проверки правоты авторской идеи. Превращая идею в содержание произведения, журналист на всех этапах работы контролирует качество своих выводов, оценок и мнений. От него требуется обязательная проверка фактов и выводов, сделанных на их основе.

Желательно составить список источников информации, определить план дальнейшей работы.

4. Углубленный анализ факта или группы фактов, выявление их наиболее существенных сторон, установление связи с другими фактами и причинами, что их рождают.

III. Редактирование текстов происходит на всем пути информации – от возникновения до выпуска. Цель редактирования – улучшение содержания материала через совершенствование формы: структуры и композиции, языковых средств, др. При редактировании само содержание информации должно оставаться неизменным, однако журналист может обогатить ее новыми сведениями, высказываниями специалистов, ссылками.

Редактирование информации предусматривает обязательную проверку ее соответствия действительности: уточняются факты, выверяются фамилии, даты, географические названия, специальные термины, устраняются ошибки и неточности, оценивается значение и реальность авторских рекомендаций. Во время такой проверки используют все возможные источники – справочная литература, редакционное досье, консультация специалистов.

Особое внимание при совершенствовании формы материала обращают на заголовки, начало и концовку будущей публикации – от этих элементов во многом зависит, как воспримет информацию адресат. Не менее важно и стилистическое редактирование, цель которого – обеспечение ясности и точности в изложении материала.

В редактировании каждого текста должны участвовать несколько журналистов (автор + редактор), поскольку психологическая предпосылка редактирования – «взгляд сбоку». В некоторых больших редакциях существует должность литературного редактора.

IV. Техническое редактирование – последний этап подготовки текста. Оно проводится в соответствии с определенными в редакции нормами (размеры и формы публикаций) и с учетом техники, используемой на выпуске номера. Техническое редактирование – это определение и указание объема материалов: количества знаков, размера шрифтов,

полосы, для которой предназначается текст и т.д. редактируют не только тексты, но и оригиналы иллюстраций.

5. Журналистское произведение и функционально-смысловые типы речи.

По способу изложения мыслей выделяют три типа речи.

1. **Повествование** служит для передачи действий или явлений в хронологическом порядке, отражает связь между событиями. Необходимо, чтобы части повествования подавались в логической последовательности. Для таких текстов характерна цепная связь. Журналисту важно выбрать те события, которые станут ключевыми моментами рассказа и которые действительно значимы, а не случайны.

2. **Описание** является основным способом отображения пространства. Оно характеризуется статичностью, перечислением однородных компонентов и перечислительной интонацией, передает связи между предметами. При помощи описания дается детальная характеристика состояния действительности с подробным перечислением объектов и признаков (портрет, пейзаж, интерьер).

Выделяют статическую и динамическую форму описания.

- **статическое** описание словно прерывает рассказ, сдерживает действие (мало глаголов).

- **динамическое** описание, наоборот, не прерывает действие, а подается по его ходу.

В публицистике описания имеют ярко выраженный социально-оценочный характер. Их функция – документально точная передача обстановки так, как увидел ее автор. В публицистике описание дается через прямое восприятие автором, который открыто выражает свое «я».

Требования к построению описаний. Как правило, сначала дается общее представление о предмете в целом, потом в строгой последовательности, системно идут элементы описания. Детали описывают одну за другой или по степени важности, или в том порядке, в котором их можно наблюдать. Описание обычно ведется так, чтобы читатель новые данные присоединял к тем, что уже имеет и чтобы все части описания воспринимались как составляющие какого-то целого.

3. **Рассуждение** предназначено для объяснения определенного понятия или явления, для доказательства или опровержения определенной мысли. Рассуждение показывает соотношение предметов и действий.

Существуют два основных метода развертывания мысли:

дедуктивный – от общих положений до частных, сначала дается положение, которое нужно доказать, а потом идут факты, что его подтверждают;

индуктивный – от частных наблюдений до общих, сначала сообщаются факты, а потом делается общий вывод.

Эти типы текстов часто встречаются в смешанном виде. Умелое использование рассказов, описаний и размышлений, их правильное взаимодействие и взаимосвязь – один из важных показателей журналистского мастерства.

6. Функции заголовочного комплекса

Заголовочный комплекс объединяет:

- шапки (заголовок, объединяющий материалы на одну тему);
- анонсы (сообщения о предстоящем событии, которое публикуется без комментариев);
- рубрики (постоянное название раздела в газете);
- названия тематических полос;
- собственно заголовки (название материала);
- подзаголовки (второй заголовок);
- лида (начало текста в виде предложения, абзаца).

Заголовочный комплекс свидетельствует о концепции издания, его направленности и аудитории. Работа над заголовком – широкое поле творческой деятельности журналиста. Написание заголовков иногда требует больших усилий, чем создание текста в целом. Цель заголовков – воздействие. В большинстве случаев они оказывают решающее влияние на восприятие всего текста. Часто только из-за одного сенсационного заголовка люди покупают номер газеты.

Как придумать удачный заголовок?

В «Пособии для журналистов Центральной и Восточной Европы» (Минск, 1995) предлагается такой прием: сначала пишется обычное повествовательное предложение, отражающее суть материала, – затем зачеркиваются все лишние слова, чтобы получить удачный заголовок <а может и не получиться.>

Известно, что Эрнест Хемингуэй к каждому рассказу придумывал около сотни заголовков, а потом постепенно вычеркивал их, пока не находил оптимальный вариант.

Журналист придумывает заголовок оперативно. В редакциях зарубежных газет есть специальные отделы, специализирующиеся на заголовках. Сегодня популярны заголовки, где используется игра слов, парадокс, метафора, аллегория, переосмысление пословиц, поговорок.

У сталіцы “аўтарытэтным” злучынам пакой толькі сніцца; Саюзная “гавань”: шторм ці бура ў іхляны вады?; Не па справе не свішчыце – грошай не будзе (Звязда. 20.06.2002); Ад турмы не заракайся?; Ніхто не хацеў саступаць; (Звязда. 04.06.2002); Зямля пад белым ветразем (Звязда. 01.06.2002); Стомленыя сонцам жніўня; ...Жывіце багата!; Дзесьці на белым свеце... (Звязда. 11.09.2002).

Заголовок – это главный тезис любого материала. Он выполняет номинативную (называет предмет разговора), коммуникативную (призывает к общению коммуникатора и адресанта), рекламную, часто – оценочную (выявление авторской позиции) функции. Главная же его функция – информационная.

Газетный заголовок олицетворяет лаконизм изложения материала. Важными качествами заголовка являются его выразительность, лаконичность, образность, способность заинтересовать читателя.

Заголовок является частью композиционной организации текста. Он взаимосвязан с содержанием и жанровой природой материала, влияющей на его выбор. Так, цитаты – самые популярные заголовки в интервью, поскольку лучше запоминаются, характеризуют позицию героя материала. Игровой заголовок демонстрирует творческий характер работы над текстом. Его виды – перефразировка, намеренное нарушение грамматики, замена слова в известном афоризме, рифмованный заголовок («Первый раз – в новую школу»; «Юность спасет демографию»; «Сторож спит – бензин течет» (Звезда. 02.10.2002).

Проведенные на Западе исследования показали, что многие читатели удовлетворяются только информацией, полученной из заголовков, и никогда не читают самих статей. Поэтому многие редакторы используют подзаголовок, чтобы более полно отразить тему статьи и привлечь внимание читателя. (В конце XIX в. подзаголовки европейских газет содержали по несколько строк и могли занимать четверть страницы.)

Подзаголовок – это необходимое уточнение смысла, а потому он должен взаимодействовать с заголовком. Он может и не быть каким-то перефразированием основной мысли заголовка, но должен подхватывать и развивать ее, обеспечивать читателя дополнительной важной информацией. В заголовке и подзаголовке не стоит использовать одинаковые слова.

Точный и содержательный заголовок, несомненно, требует от автора глубоких профессиональных знаний, творческого дара, мастерства.