Міністерство освіти і науки України

Сумський державний університет

Основи журналістикознавчих досліджень

конспект лекцій

для студентів IV курсу гуманітарного факультету

спеціальності 6.030301 «Журналістика»

денної форми навчання

Суми

Вид-во

СумДУ 2008

Конспект лекцій з дисципліни «Основи журналістикознавчих досліджень» для студентів IV курсу гуманітарного факультету спеціальності 6.030301 «Журналістика» денної форми навчання / Укладач О. Г. Ткаченко. – Суми: Вид-во СумДУ, 2008. – 96 с.

Кафедра журналістики та філології

Переднє слово

Соціальна значущість і суспільна роль журналістики як соціального інституту, що постійно перебуває в атмосфері суспільного контролю та впливу, потребує високоосвічених фахівців.

Спілкування як середовище, що опосередковує різні впливи, саме по собі є сферою впливу й перетворюється в комунікаційну діяльність, де окремі люди виконують владну роль, пов’язану з інформуванням у системі суспільної діяльності, тобто забезпечують функціонування інформаційного простору держави. Відтак поряд із постійною творчою практикою студенти мають виконувати наукові дослідження. Підготовка фахівця сфери професіонального масового спілкування неможлива без засвоєння основ журналістикознавства.

Журналістикознавство – наука, яка вивчає журналістику, тобто історію, теорію, практику ЗМІ, дає історико-теоретичну оцінку, визначає місце й значення наукової спадщини українських учених. Потужне силове поле журналістики як явища незмінно сучасного й потрібного для повноцінного життя суспільства стимулює розвиток науки про журналістику.

Конспект лекцій покликаний дати загальне уявлення про систему українського журналістикознавства, процеси його формування та шляхи розвитку, сприяти оптимальній організації наукової діяльності студентів, познайомити з методологією й технологією наукової діяльності, основними прийомами викладу наукових досліджень.

Пропонований конспект лекцій має додаток у вигляді практичного завдання.

ЛЕКЦІЯ 1

Тема. Поняття журналістикознавства.

Українська школа журналістикознавства

та теорії масової комунікації

Питання

1 Журналістикознавство як наука.

2 Українська школа журналістикознавства та теорії масової комунікації, її завдання.

3 Основні напрями сучасних наукових досліджень.

Література

1. Різун В.В., Трачук Т.А. Нарис з історії та теорії українського журналістикознавства: Монографія. – К.: Київський університет, 2005.

2. Іванов В.Ф. Теоретико-методологічні основи вивчення змісту масової комунікації. – К.: Київ. ун-т, 1996.

3. Потятиник Б.В. Медіа: ключі до розуміння. – Львів: ПАІС, 2004.

4. Українське журналістикознавство. Дисертаційні дослідження 1982 – 2000 рр.: Бібліографічний покажчик / Укладач Б.І. Черняков. – К.: Ін-т журн. Київ. ун-ту, 2000.

**1** Журналістикознавство – наука, яка займається вивченням історії, теорії і практики ЗМІ, тобто є онтологією журналістики як суспільного явища. Ця наука має свою історію, філософію й методологію.

Журналістикознавство поділяється на історичне (історія журналістики), теоретичне (теорія журналістики) та експериментальне (емпіричне) журналістикознавство (дослідження, моніторинг).

Історичне – розглядає процеси зародження й формування науки про журналістику, наукові праці з історії ЗМІ, визначає періоди розвитку журналістикознавства.

Теоретичне – досліджує теорію журналістики, наукові праці з теорії журналістики, формує термінологію журналістики.

Експериментальне – проводить емпіричні дослідження, моніторинг ЗМІ.

**2** Школа журналістикознавства та теорії масової комунікації була затверджена і занесена до переліку наукових шкіл у 2000 році. Її завдання – розроблення єдиної поняттєво-термінологічної системи та стандартів на її функціонування; планування наукових досліджень, видання наукових праць, а також розроблення історії української науки про журналістику (її зародження й фор­мування, дослідження наукових праць з історії, теорії, практики ЗМІ, наукового доробку вчених журналістикознавців, визначення періодів розвитку журналістикознавства).

**3** Основні напрями сучасних наукових досліджень.

У сучасному журналістикознавстві можна виділити декілька напрямів, які об’єднують такі групи досліджень:

 розвідки історичного характеру, дослідження типології та специфіки ЗМК, а також вивчення форм і жанрів журналістської діяльності;

 дослідження публіцистичної спадщини;

 аналіз соціальної комунікативної ролі ЗМІ й дослідження впливу на аудиторію;

 різні аспекти вивчення мови ЗМІ;

 дослідження проблематики ЗМІ, професійної етики, внутрішніх проблем журналістської діяльності.

Слід зазначити, що маловивченими залишаються такі аспекти сучасної журналістики, як свобода слова, взаємодія ЗМІ з владою й суспільством, процеси комерціалізації преси, телебачення й радіомовлення, проблеми становлення й формування сучасного фахівця ЗМІ, етичні принципи, правова й соціальна відповідальність, а також безпеки професійної діяльності журналіста. До гостро дискусійних питань в українській науці про журналістику належать проблеми жанрології.

Як відомо, жанр у журналістиці – це історично сформований стійкий тип медіатвору з відповідною структурою, способом засвоєння фактичного матеріалу та функціями. Журналістському жанру властиві суспільно-політичний зміст, різний рівень узагальнення фактичного матеріалу та різна конкретна роль у системі ЗМІ. Система жанрів радянської журналістики була сформована за єдиним критерієм (спосіб освоєння жанром життєвого матеріалу) у три групи: інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні. Сучасні дослідники таку систему вважають недосконалою, і загалом поділ журналістських творів на жанри і жанрові групи, на їх думку, є досить умовним. Останнім часом спостерігається розмивання кордонів жанрової організації журналістських текстів.

Проблемам жанрології присвячені праці таких вчених, як Д. Прилюк, В. Рубан, Г. Вартанов, Д. Григораш, І. Валько, В. Здоровега та ін.

ЛЕКЦІЯ 2

Тема. Основні етапи розвитку української науки про журналістику. Журналістикознавчі засади Івана Франка

Питання

1 Етапи розвитку.

2 Відомі українські вчені-журналістикознавці.

3 Іван Франко – засновник української науки про журналістику.

Література

1. Михайлин І. Нарис з історіографії, історії української журналістики: Методологічні уроки Івана Франка // Українська періодика: історія і сучасність. – Львів, 2002. – С. 30–36.

2. Нечиталюк М.Ф. Зачинатель теорії публіцистики. Деякі питання теорії публіцистики в інтерпретації Івана Франка // Збірник праць кафедри української преси. – Львів: ЛНУ ім. Ів. Франка, 2000. – Вип. 3. – С. 211-219.

3. Різун В.В., Трачук Т.А. Нарис з історії та теорії українського журналістикознавства: Монографія. – К.: Київський університет, 2005.

4. Франко Іван. Твори: У 50 т. – К.: Наук. думка, 1976-1986.

**1** Українська наука про журналістику пройшла складний, важкий і дещо суперечливий шлях розвитку. Застосувавши хронологічно-тематичний та проблемно-регіональний принципи, можна виокремити шість періодів її розвитку.

*Перший період* (кінець ХІХ – початок ХХ ст.) –зародження українського журналістикознавства.

На цей час припадає журналістикознавча діяльність Івана Франка, розвиток його ідей М. Грушевським та С. Єфремовим щодо принципу міжпартійності преси та демократизму. Перша спроба періодизації історії преси Західної України запропонована О.Маковеєм, дослідження М.Возняка та М.Щурата процесу формування української преси.

*Другий період* (20-ті роки ХХ ст.).

Цей період характеризується інтенсивністю розвитку історико-журналістської науки та майже повною відсутністю досліджень з теорії журналістики в Україні. Фактично журналістикознавчі праці І.Брика, В.Ігнатієнка, І.Кревецького, які характеризуються науковим підходом до визначення самого предмета вивчення, історико-хронологічною систематизацією явищ ЗМІ, залученням багатого фактологічного матеріалу, засвідчили появу нової сфери знань – науки про журналістику.

*Третій період* (30-ті роки ХХ ст.).

Складний період, позначений комуністично-партійним та марксистсько-ленінським догматизмом. Дав окремі публікації, передусім харківських науковців, які так чи інакше сприяли еволюції українського журналістикознавства.

*Четвертий період* (40-ві роки ХХ ст.) – так званий емігрантський.

Характерною ознакою його було дослідження з історії української преси й теорії журналістики в контексті національно-визвольної боротьби.

*П’ятий період* (50-60-ті роки ХХ ст.) вважається становленням «української школи» теорії журналістики. У цей час закладалися основи та принципи українського журналістикознавства, які стали визначальними в науковому розвитку. Дослідження велися з питань теорії та історії журналістики, зокрема теорії публіцистики такими вченими, як Ю. Лазебник, В. Здоровега, Д. Прилюк та ін.

*Шостий період* (70-80-ті роки ХХ ст.). Відбувається процес поглиблення наукових досліджень з історії, теорії та практики журналістики, вивчаються проблеми радіо і тележурналістики та особливості функціонування ЗМІ.

**2** Зачинателями української науки про журналістику є Іван Франко та Осип Маковей. Їх ідеї розвинули М. Возняк, В. Щурат, І. Кревецький, В. Ігнатієнко, М. Грушевський.

Українську періодику досліджували М. Бернштейн, О. Дей, П. Федченко, В. Дмитрук, М. Шестопал, І. Дорошенко, В. Рубан, Л. Суярко, Й. Цьох, М. Нечиталюк, О. Мукомела, І. Крупський.

Проблемам теорії масової комунікації й практики журналістської діяльності присвячені наукові доробки Ю. Лазебника, В. Здоровеги, Д. Прилюка, В. Рубана, І. Прокопенка, Д. Григораша, Й. Цьоха, В. Полковенка, Є. Бондаря, І. Дем’янчука, А. Москаленка, В. Качкана, В. Шкляра, Б. Чернякова, В. Демченка, І. Михайлина, О. Олександрова, В. Лизанчука, В. Іванова, В. Різуна та багатьох інших.

Серед основних праць із різних проблем слід назвати дослідження історико-журналістського процесу такими вченими, як І. Франко «Симптоми розкладу в галицькій суспільності» (1878), «Українська альманахова література» (1887), «З останніх десятиліть ХІХ ст.» (1901), «Нарис історії українсько-руської літератури до 1890 р.» (1910), О. Маковей «П’ятдесятилітній ювілей руської публіцистики» (1898), Б. Грінченко «Тяжким шляхом: Про українську пресу» (1906), В. Щурат «Львівський тижневик з 1749 р.» (1907), «Початки української публіцистики (В соті роковини «Украинского вестника»)» (1916), М. Возняк «З зарання української преси в Галичині» (1912), «З-за редакційних куліс віденського Вісника та Зорі Галицької» (1912).

Теоретичним питанням журналістики присвячені праці: І. Франко «Альманах чи газета» (1891), «Поза межами можливого» (1900), «Журнал і публіка» (1900), «Принципи і безпринципність» (1903), «Дещо про нашу пресу» (1905), «Новини нашої літератури» (1907), «Передмова (до збірки «В наймах у сусідів»)» (1914), М. Грушевський «До наших читачів в Галичині» (1906), «Наша газета» (1907), «До наших читачів в Росії» (1907), «До наших читачів» (1907, 1908), «На українські теми. Видавнича криза» (1909), цикл статей «Відгуки з життя та письменства» С. Єфремова, написаних протягом 1906–1907 років.

Зародження української періодики в основі таких досліджень: І. Брик «Початки української преси в Галичині і львівська Ставропигія» (1921), М. Ясинський «До питання про початок української преси» (1923), В. Ігнатенко «Історія української преси та її вивчення» (1923), «Українська преса (1816–1923 рр.): Історико-бібліографічний етюд» (1926), І. Кревецький «Перша газета на Україні (Gazette de Leopol із 1776 р.)», «Початки преси на Україні, 1776–1850» (1927).

Українська преса, яка виходила протягом ста років, склала «Бібліографію української преси (1816-1916)» (1930) В. Ігнатенка.

Питання формування історії української преси покладені в основу таких досліджень: П. Федченко «Матеріали історії української журналістики: Випуск І. Перша половина ХІХ століття» (1959), О. Дей «Українська революційно-демократична журналістика. Проблеми виникнення і становлення» (1959), М. Бернштейн «Журнал «Основа» і літературний процес кінця 50-х – початку 60-х років ХІХ століття» (1959), В. Дмитрук «Нарис з історії української журналістики ХІХ століття» (1969), колективна «Історія української дожовтневої журналістики» (1983) та «Історія партійно-радянської преси в Україні» (1989).

Проблемам публіцистики присвячені такі праці: Ю. Лазебник «Проблеми літературної майстерності в журналістиці» (1963), «Публіцистика в літературі. Літературно-критичне дослідження» (1971), В. Здоровега «Мистецтво публіциста: Літературно-критичний нарис» (1966), «У майстерні публіциста. Проблеми теорії, психології, публіцистичної майстерності» (1969), «Пошуки істини, утвердження переконань. Деякі гносеологічні та психологічні проблеми публіцистики» (1975), «Слово тоже есть дело. Некоторые вопросы теории публицистики» (1979), «Питання психології публіцистичної творчості» (1982).

Загальних питань журналістської творчості торкаються праці: Д. Прилюк «Теорія і практика журналістської творчості. Методологічні проблеми» (1973), «Теорія і практика журналістської творчості. Проблеми майстерності» (1983), довідник Д. Григораша «Журналістика у термінах і виразах» (1974).

**3** Іван Франко, будучи журналістом європейського рівня, став одним із перших в Україні теоретиком журналістики. Він не залишив окремої теоретичної праці про журналістику, разом з тим в багатьох працях торкається журналістикознавчих проблем. Статті: «Альманах чи газета» (1891), «Поза межами можливого» (1900), «Журнал і публіка» (1900), «Принципи і безпринципність» (1903), «Дещо про нашу пресу» (1905), «Новини нашої літератури» (1907), «Передмова (до збірки «В наймах у сусідів»)» (1914), «Кілька слів о тім, як упорядкувати і провадити наші людові видавництва « (1895) та монографія «Іван Вишенський і його твори» (1895) – складають чітку систему поглядів на журналістику як важливий чинник суспільного і культурного життя. Франко теоретично обґрунтував принципи і функції публіцистики, визначив її властивості й внутрішні закономірності. Він створив свою концепцію історії української журналістики, змалював цілі етапи розвитку української преси, дав характеристику багатьох періодичних видань від «Русалки Дністрової» (1837) до періодики початку ХХ століття, вказавши на їхню роль у політичному та культурному житті. Це такі праці, як «Симптоми розкладу в галицькій суспільності» (1878), «Українська альманахова література» (1887), «З останніх десятиліть ХІХ століття» (1901), «Нарис історії українсько-руської літератури до 1890 р.» (1910).

Визначаючи шляхи розвитку української журналістики, Франко використав науковий метод історико-літературних досліджень, який передбачає розгляд культурних явищ залежно від національної свідомості народу, насиченості політичного життя та інших чинників.

Роздуми Франка – це ціла система наукових поглядів на журналістику (яку він вважав «вчителем і просвітителем суспільства») як соціальний інститут.

Одним із головних положень журналістикознавчої спадщини Франка є осмислення публіцистики, з’ясування її природи. Основне для публіциста – підтримка постійного контакту з життям суспільства, тобто критерієм будь-якого журналістського матеріалу є суспільно-політична функція опублікованого тексту. Головною функцією Франко вважав формування громадської думки, а основним завданням публіциста – «показати, крім моментального освітлення біжучих справ, також розвій найважливіших суспільно-політичних питань у короткій, по змозі популярній формі» [Т.39, 262].

Від журналіста він вимагав глибокого розуміння конкретної соціальної ситуації. Актуальність (основна ознака публіцистики), за Франком, – це відгук на ту чи іншу суспільно-політичну подію. Завдання автора – побачити в ній значне соціальне явище і проникнути у саму її суть.

У гостропубліцистичній статті «Наша публіка» він розкриває своє бачення взаємозв’язків: видання – журналіст – публіка та відстоює право читача отримувати різноманітну і правдиву інформацію, яка б задовольняла «економічні, громадські чи духовні» потреби [Т.18, 89 – 98].

Завдання публіцистики – впливати на громадськість, торкатися життєвих проблем читача, цікавити його. Вчений був переконаний: найголовніше знаряддя журналіста – слово.

Франко вважав, що цінність видання визначається не кількістю передплат­ників, а його якістю: змістом, тематикою, актуальністю, те, яке «не нехтуючи високими вселюдськими і народними ідеалами, вміє промовляти до широкої громади зрозумілою для неї мовою, вміє зацікавити, зігріти її до тих ідеалів».

Франко першим визначив принцип міжпартійності преси. Характеризуючи «Літературно-науковий вісник», який редагував з 1898-1906 рр., він писав, що це видання не могло бути органом «ані жодної політичної партії, ані жодної літературної школи: навпаки, задля свойого становища як одинокий літературно-науковий орган українсько-руської нації мусив давати місце різним поглядам» [Т.34, 494-495].

Значне місце у журналістикознавчому доробку вченого відведене ролі редактора, який повинен цінувати різні погляди та різні літературно-естетичні уподобання: «Всякий літературний твір, у кому видно іскру таланту та працю автора, всякий публіцистичний чи критичний голос, продиктований любов’ю до рідного слова й його поваги та щирим змаганням, автора до вияснення речі, а не якихось особистих, побічних цілей знаходив і знайде й на ділі місце на сторінках нашого видання (Л.-н. в.). Редакція, шануючи права своїх співробітників на свобідний вислів думки, особливо коли вони підписані і власною особою відповідають за неї» [Т.34, 495].

Торкався Франко й проблеми добору та вивчення фактів. Про їх важливість йдеться у повісті «Лель і Полель» [Т.17, 283 – 473].

Серед важливих чинників журналістської діяльності дослідник називає особистість журналіста, його моральні і людські цінності: чесність, порядність, відповідальність тих, у чиїх руках знаходиться друкований орган. Питання журналістської етики Франко порушує у статті «Дещо про нашу пресу» [Т.31, 62 – 68, 174 - 188]. Вказував він і на необхідність існування «пресового закону», про що йдеться в статті «Наша публіка» [Т.18, 89 – 98].

Отже, Франко одним із перших в Україні визначив завдання журналістики:

інформувати читачів про поточні події. Інформація має бути оперативною, систематичною, об’єктивною, правдивою. Від якості інформації залежать успіх і популярність газети;

формувати громадську думку шляхом загострення уваги до актуальних суспільних проблем та ведення публічної дискусії;

головний і визначальний принцип журналістики – принцип міжпартійності, що є запорукою об’єктивності та правдивості преси;

мати тісний контакт з політичним життям. Журналіст – літописець суспільних подій, активний їх учасник, аналітик соціальних явищ;

дотримуватися морально-етичних норм суспільного життя.

ЛЕКЦІЯ 3

Тема. Методологія наукової діяльності

Питання

1 Поняття про методологію.

2 Описові методи.

3 Методи аналізу документальної інформації.

4 Методи дослідження тексту.

5 Спостереження.

6 Опитування. Інтерв’ю.

Література

1. Різун В.В., Скотникова Т.В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві: Навчальний посібник. – К.: Київський університет, 2005.

2. Іванов В.Ф. Теоретико-методологічні основи вивчення змісту масової комунікації. – К.: Київський університет, 1996.

3. Лизанчук В.В., Кузнєцова О.Д. Методи збирання і фіксації інформації в журналістиці: Навчальний посібник. – К., 1991.

**1** Методологія наукової діяльності – це процес, який передбачає сукупність конкретних прийомів, підходів, способів, дій, спрямованих на отримання нових наукових результатів, досягнення поставленої мети та виконання запланованих завдань. Методологія – сукупність методів дослідження, що застосовується в науці відповідно до специфіки об’єкта її пізнання.

Метод – спосіб пізнання явищ природи чи суспільного життя, прийом або система прийомів, що застосовуються в якій-небудь галузі діяльності (науці, виробництві тощо). Існує багато методів наукових досліджень. Серед найголовніших можна назвати такі: описові, аналізу документальної інформації, дослідження текстів.

**2** Описові методи.

Історичний метод передбачає вивчення розвитку об’єктів дослідження в хронологічній послідовності. Вирізняють порівняльно-історичний та компаративний методи, коли шляхом порівняння виявляють загальне й особливе, а також причини цих подібностей і розходжень, зміни, що відбулися; зіставляють рівні розвитку досліджуваного об’єкта, визначають тенденції розвитку.

Біографічний метод передбачає дослідження подій на основі свідчень очевидців. Його використання можливе за умови, що зібрана інформація буде достатньою й панорамною.

У журналістикознавстві переважають три напрями біографічних досліджень: дослідження соціальних механізмів регулювання життя індивіда, соціальної зумовленості долі окремої людини; реконструкція соціального досвіду і його смислових структур, зокрема колективної історичної свідомості, субкультурних стильових форм.

Класифікація. Для з’ясування зв’язків і закономірностей розвитку досліджуваних об’єктів використовується класифікація, основним чинником якої є групування, що дає змогу поділити цілісну сукупність об’єктів або даних на однорідні групи так, щоб розходження всередині групи були менші, ніж між групами. При групуванні важливо забезпечити однорідність і порівнюваність ознак, за якими здійснюється розподіл.

Класифікація за певними ознаками й критеріями дає змогу виявити загальні закономірності в різних явищах дійсності, окреслити можливі причинно-наслідкові зв’язки між різнорідними фактами. Саме класифікація дає змогу побачити наявність причинно-наслідкових залежностей.

Типологія – метод (результат) наукового пізнання, систематизації, класифікації (зокрема газет, журналів, телерадіопрограм) на основі загальних для них ознак і властивостей. Цей метод зорієнтований на пошук стійких ознак і властивостей досліджуваних об’єктів. Центральне поняття типології – тип як модель, що відбиває деякі істотні ознаки певної кількості явищ, але свідомо ігнорує несуттєві ознаки.

Типологізація – виявлення подібності й розходження досліджуваних соціальних об’єктів чи явищ, пошук надійних способів ідентифікації їх, а також критеріїв групування в межах прийнятої дослідником моделі. Її результатом є виділення певних типів досліджуваних об’єктів чи явищ. Типологія відрізняється від класифікації: «клас» – це та чи інша сукупність реальних об’єктів, тоді як «тип» – деякий ідеальний об’єкт, сконструйований дослідником на основі поєднання ряду ознак.

Типологічний аналіз передбачає аналіз кожного видання на фоні вже існуючих, розгляд досліджуваного ЗМІ з погляду того, чи має видання свою нішу й наскільки точно в неї вписується, наскільки відповідає поточній масово-інформаційній ситуації.

**3** Методи аналізу документальної інформації.

Будь-яка інформація, зафіксована в друкованому чи рукописному тексті, на фото- чи кіноплівці, на цифрових носіях тощо – документальна інформація. У журналістикознавстві поняття документації відрізняється від загальновживаного (документи – матеріали офіційних органів).

Класифікація документів. За способом фіксування інформації розрізняють письмові, статистичні, іконографічні (кіно-, фотодокументи, картини тощо), фонетичні (магнітофонні записи, грамплатівки, CD-записи тощо), технічні (креслення, технічна творчість). Розрізняють цільові документи, тобто обрані самим дослідником, та наявні документи. За ступенем персоніфікації документи поділяються на особисті й безособові. Особисті – це документи індивідуального обліку (листи, щоденники, заяви, медичні картки, мемуарні записи та ін.). Безособові – статистичні або інші архіви, матеріали преси, протоколи зборів тощо.

Залежно від статусу документи поділяються на офіційні (протоколи, урядові матеріали, постанови, заяви, комюніке, стенограми офіційних засідань, дані державної та відомчої статистики, архіви, звітність тощо) і неофіційні (особисті документи, а також складені приватними громадянами безособові документи, наприклад, статистичні узагальнення, виконані якимсь дослідником на основі власних спостережень).

За джерелом інформації документи поділяються на первинні та вторинні. До первинних належать, наприклад, записи прямого спостереження. До вторинних – обробка даних прямого спостереження, узагальнення чи опис на основі первинних джерел.

У журналістикознавстві документи є головним джерелом інформації, яку доповнюють дані опитувань, спостережень чи експериментів. Матеріали ЗМК (газети, журнали, програми радіо і телебачення, кінофільми) є особливою групою документів.

**4** Методи дослідження текстів. Традиційні – визначають тему й ідею, аналізують образи, жанри, оцінюють художньо-стилістичні засоби тощо.

Новітні базуються на психологічних особливостях людини, що відображається в її мові: на рівні граматики (перевага відмінків, часових форм, форми стану), чи лексики (наприклад, переважне вживання конкретного слова з ряду синонімів).

Психіатричний метод виявляє в тексті характеристики його автора, що мають ту чи іншу акцентуацію (переважну спрямованість) – параноїдну, демонстративну (істероїдну), депресивну, збудливу, гіпертимну.

Психоаналітичний підхід оцінює наявність у тексті лексики, яка належить до сексуальної символіки, до прихованої агресивності тощо.

Мотиваційний аналіз визначає вираженість у тексті предикатив мотивації за чотирма групами мотивів: фізіологічні, влади, особистих досягнень і приналежності.

Емоційно-лексичний аналіз дає змогу оцінити емоційну насиченість тексту, структуру оцінки за найбільш значущими емоційно-оцінними критеріями, а отже, визначити емоціогенність тексту.

Фоно- і кольоросемантичний виявляє неусвідомлювані фонетичні, ритмічні, колірні, асоціативні та інші емоційні компоненти тексту. Діагностика мета-програм передбачає оцінку задіяних у тексті каналів репрезентації; аналіз суб’єктивної організації простору, часу і руху; оцінку мовного втілення категорії «свій/чужий» тощо.

Контент-аналіз досліджує значеннєвий зміст тексту, морфологічний – його зовнішню форму. Ці методи придатні й для дослідження розмовної мови об’єкта інтересу. Спільне їх використання дає змогу доволі повно намалювати психологічний портрет автора тексту. Такий аналіз базується на кількох принципах психологічного плану.

Кожна людина індивідуальна, отже, створюючи якийсь текст, вона обов’язково привнесе в нього особисте: інформацію про себе (життєве кредо, досвідченість, професійний і загальноосвітній рівень). Завдання в тому, щоб правильно розшифрувати приховане між рядків: будь-який текст відбиває поточний стан автора, його психіки й емоцій. Кожна людина проектує себе на те, що пише. От чому важко ідентифікувати тексти, написані формалізованою казенною мовою. Чим текст ближче до стереотипу, тим важче зрозуміти сутність його автора. І навпаки, чим далі текст відходить від шаблона, тим більше різної інформації про його автора можна одержати.

Оскільки мета цього методу – формалізація змісту й засобів його вираження, потрібна адекватна мова опису, адекватний інструментарій. Найпридатнішим інструментарієм для цього можна вважати контент-аналіз (аналіз змісту) писемних творів. Його можна віднести до кількісно-змістових методів дослідження. Він передбачає пошук у тексті мовних індикаторів, оцінювання співвідношення з іншими одиницями й зі змістом усього твору.

Контент-аналіз – це метод збирання кількісних даних про досліджуване явище чи процес, які містяться в документах. Тут під документом розуміється все написане або вимовлене, усе, що стало комунікацією. Контент-аналізові піддають книги, газетні чи журнальні статті, оголошення, телевізійні виступи, кіно- та відеозаписи, фотографії, гасла, етикетки, малюнки, інші твори мистецтва, а також, зрозуміло, й офіційні документи.

Основне завдання контент-аналізу діагностичне: на основі масиву текстів реконструювати картину світу автора (газети, телеканалу тощо), виділити значущі елементи опису тем та інтерпретувати їх.

Контент-моніторинг. З появою текстів в електронному вигляді розвивається контент-аналіз інформації великих обсягів – баз даних та інтерактивних медіа-засобів. Для автоматизованого пошуку інформації в Інтернеті застосовують моніторинг ресурсів, який ґрунтується на контент-аналізі й має назву контент-моніторинг. Поява такого різновиду контент-аналізу спричинена насамперед потребою систематичного відстеження тенденцій і процесів у постійно оновлюваному інформаційному середовищі. Контент-моніторинг – це змістовий аналіз інформаційних потоків, який відбувається постійно протягом тривалого часу й має на меті отримання певних якісних і кількісних зрізів. При цьому сучасні методи контент-аналізу дають змогу здійснювати не лише аналіз значення текстів (статистична семантика), а й аналіз значення символів (семіотика), у тому числі контент-аналіз зображень. Контент-моніторинг лежить в основі системи автоматичного реферування.

Останнім часом пізнавальні можливості контент-аналізу розширюються; цей метод дедалі ширше використовують не лише для опису, а й для якісно нової інтерпретації змісту текстових повідомлень. За допомогою контент-аналізу розробляють так звані «сітки смислових категорій» досліджуваних текстів. Такі сітки дають змогу визначити закладені в тексті цінності, установки, моделі поведінки, вияви, які норми впроваджуються у свідомість реципієнтів. Якщо при цьому знати, на кого зорієнтоване те чи інше повідомлення, то, враховуючи характеристики цільових груп, можна спрогнозувати ефективність його впливу.

Контент-аналіз можна використовувати і як основний метод, спрямований на отримання важливої інформації про досліджуване явище і як допоміжний метод або процедуру обробки даних, отриманих в інших дослідженнях або як один із методів у комплексі з іншими.

За його допомогою встановлюють міру ефективності політичних слоганів і пропаганди, вивчають стереотипи свідомості різних соціальних груп, виявляють відмінності в трактуванні певної події різними ЗМІ тощо. Цей метод активно використовують представники різних соціогуманітарних наук (історики, політологи, психологи, юристи, мовознавці, літературознавці, економісти, педагоги та ін.), коли намагаються встановити об’єктивні ознаки різноманітних людських комунікацій.

**5** Спостереження.

Спостереження – це пряма реєстрація подій очевидцем. Спостерігач або самостійно спостерігає події, що відбуваються, або користується даними спостережень інших осіб (чи приладів).

Під час спостереження виникають труднощі як об’єктивного, так і суб’єктивного характеру. Об’єктивні – це те, що в журналістикознавстві дослідник часто має справу із ситуаціями чи явищами соціального життя, які не можна точно відтворити. Суб’єктивні пов’язані з людським фактором, оскільки дослідник зіштовхується з емоціями. Якість отриманої первинної інформації залежить від суб’єктивної оцінки людей, їхніх ціннісних орієнтацій, інтересів, стереотипів тощо. До того ж люди можуть змінити свою поведінку, довідавшись, що за ними спостерігають.

Спостереження не пасивний акт фотографічного відображення реальності дослідником, бо все, що він бачить і чує, проходить крізь призму його свідомості. Вплив установок, стереотипів і досвіду спостерігача може призвести до упередженості, перекручувань спостережуваного явища. Уподобання, звичні способи сприйняття дослідника можуть «програмувати» спостереження, зосереджуючи увагу лише на певних фрагментах спостережуваного явища.

Слід зазначити, що спостереження як самостійний метод краще застосовувати в таких дослідженнях, які не вимагають репрезентативності даних (наприклад, у попередніх наукових розвідках), а також тоді, коли інформацію не можна отримати ніякими іншими методами.

Спостереження може бути структурованим й неструктурованим; проводитися в польових умовах або лабораторії, систематично чи несистематично, за участю дослідника чи без нього.

Систематичне спостереження передбачає визначення часу, періоду, ситуації дослідження, а несистематичне характеризується спонтанністю.

Стимулююче спостереження передбачає вплив дослідника на події, які він спостерігає. Дослідник створює певну ситуацію й оцінює реакцію на таке втручання.

Наукове спостереження передбачає чітке формулювання завдання, конкретну дослідницьку мету, проходить планомірно, систематично, постійно контролюється, його дані фіксуються в протоколах (щоденниках) за заздалегідь визначеною системою. Наукове спостереження дає можливість не лише збирати факти, а й робити узагальнення.

Наукове спостереження має низку переваг порівняно над опитуванням: не залежить від бажання об’єкта співпрацювати; дає можливість спостерігати неусвідомлювану поведінку об’єкта.

**6** Опитування.

Серед основних груп опитувань вирізняються інтерв’ю та анкетні опитування, які мають усну й писемну форму. Опитування бувають різні, це залежить і від кола опитуваних, і кількості одночасно опитуваних, і кількості тем, які виносяться, й рівня стандартизації (довільна схема опитування, структуроване опитування, цілком стандартизоване опитування), й частоти опитування (одно- чи багаторазове опитування (панель)).

Багаторазове опитування (панель) характеризується такими ознаками: постійністю предмета й теми дослідження; постійною періодичністю проведення та постійною сукупністю респондентів.

Опитування може мати різні завдання: соціометричні – спрямовані на отримання інформації про взаємовідносини в малих групах; стандартизовані – призначені для отримання статистичної інформації; глибинні – спрямовані на отримання пошукової інформації; фокусовані – збирання відомостей про конкретну ситуацію

Опитування є особливим актом комунікації між інтерв’юєром і респондентом. Під час його проведення слід пам’ятати таке:

*Респондент* зацікавлений в опитуванні, він знає, хто й навіщо його опитує; не зацікавлений видавати неправдиву інформацію й однозначно розуміє зміст кожного запитання.

*Запитання* не містить кількох запитань, вимагає однозначної відповіді й не носить образливого забарвлення, не принижує респондента. Кількість запитань не перевтомлює респондента, але є достатньою для одержання необхідної інформації.

*Інтерв’юєр* поводиться нейтрально і не демонструє своє ставлення ні до запитань, ні до відповідей.

Треба пам’ятати, що дані, отримані шляхом опитування, носять суб’єктивний характер.

ЛЕКЦІЯ 4

Тема. Технологія наукової роботи

Питання

1 Організація наукової діяльності.

2 Вибір теми.

3 Вивчення джерельної бази.

Література

1. Іванов В.Ф. Теоретико-методологічні основи вивчення змісту масової комунікації. – К.: Київський університет, 1996.

2. Лизанчук В.В., Кузнєцова О.Д. Методи збирання і фіксації інформації в журналістиці: Навчальний посібник. – К., 1991.

3. Довідник здобувача наукового ступеня. – К.: Редакція «Бюлетеня Вищої атестаційної комісії України», 2004.

4. Методичні вказівки до виконання курсової роботи із практичної стилістики укр. мови для студентів ІІІ курсу гум. спеціальності «Переклад», «Журналістика» / Укладач А.О. Євграфова. – Суми: Вид-во СумДУ, 2004.

**1** Наукове вивчення передбачає здатність критично осмислювати наукову інформацію, оцінювати її переваги і недоліки, знаходити власні рішення, висовувати нові ідеї, проводити самостійно експеримент, накопичувати й аналізувати необхідні факти, узагальнювати їх, систематизувати, теоретично пояснювати та оформляти у вигляді наукової роботи. У науці важливо не тільки встановити новий факт, а й дати йому пояснення з позицій сучасної науки, з’ясувавши його теоретичне, загальнопізнавальне або практичне значення.

Накопичення наукових фактів у процесі дослідження – завжди творчий процес, в основі якого лежать задум автора і його ідея. Науковій ідеї притаманні усвідомлення мети, перспективи пізнання і практичного перетворення дійсності. Розвиток ідеї до стадії її завершення здійснюється як процес наукового дослідження.

**2** Правильно обрати тему дослідження – це наполовину забезпечити успішне її виконання. Розрізняють три види тем: тема як результат розвитку теми; ініціативна тема; замовлена тема.

При обранні теми головними є актуальність, новизна і перспективність, наявність теоретичної бази, можливість отримання певних результатів. Відтак, обравши тему, треба усвідомити сутність пропонованої ідеї, її новизну й актуальність, теоретичну важливість і практичну значущість. Наукова новизна означає в науці факт відсутності подібних результатів до їх публікації, тобто наявність вперше сформульованих і змістовно обґрунтованих теоретичних положень, які суттєво впливають на досягнення нових соціально-економічних результатів. Новими можуть бути тільки ті положення наукової роботи, які сприяють подальшому розвитку журналістикознавства загалом чи окремих його напрямів. Новизна досліджень полягає й у введенні до наукового обігу досі не використовуваних джерел, з’ясуванні генезису розвитку науки про журналістику, у розкритті закономірностей та основних шляхів розвитку українського журналістикознавства. Завдання автора – вміти визначити новизну свого наукового результату.

Оцінюючи актуальність обраної теми, не можна ставити її в залежність від політичної ситуації чи то інших кон’юнктурних підходів.

Щодо практичної значущості обраної теми слід зазначити, що вона залежить від характеру конкретного наукового дослідження й полягає у публікації основних результатів дослідження, використанні наукових розробок у навчальному процесі, у використанні наукових результатів у подальших розробках тощо.

На початку проведення наукового дослідження необхідно мати його план, хоча б попередній, тобто такий, який може багато разів коригуватися, проте дасть змогу систематизувати й упорядкувати всю наступну діяльність. Попередній робочий план тільки в основних рисах дає характеристику предмета дослідження і надалі уточнюється, але основне завдання не повинне змінюватися. Він має довільну форму, зазвичай це план-рубрикатор, який складається з переліку рубрик, об’єднаних внутрішньою логікою дослідження даної теми. Авторові необхідно усвідомити черговість і логічну послідовність запланованих пунктів. Логічна послідовність диктує розкриття сутності завдання. Важливо навчитися знаходити в роботі головне, вирішальне, те, на чому треба зосередити в даний час усю увагу. Це дасть можливість знайти оптимальні шляхи досягнення поставленої мети, виявити всі доступні резерви для виконання задуму та ідеї, обрати необхідні методи і прийоми дій.

Під час роботи можуть бути складені плани кількох видів. Складаючи план, треба врахувати реальні можливості, бажане не повинне підміняти дійсність. Головне, у творчому дослідженні план має бути динамічним, рухливим, не сковувати розвиток ідеї та задуму, зберігати певний чіткий і визначений науковий напрям у роботі.

**3** Вивчення опублікованих за темою дослідження наукових праць починається відразу після визначення задуму наукової розвідки, що знаходить своє відображення і в темі, і в робочому плані. Такий підхід дає можливість шукати наукові джерела за обраною темою цілеспрямовано і краще опрацювати матеріали, опубліковані у працях інших учених, оскільки витоки основних положень проблеми фактично завжди закладені в більш ранніх дослідженнях.

Під час читання відібраної літератури потрібно робити помітки, бажано на одному боці аркуша стандартного формату. Це дасть надалі змогу компонувати матеріал у будь-якому порядку. Важливе значення має обробка записів у міру їх накопичення. При цьому треба виявити максимальну організованість. За систему зберігання записів можна взяти початковий план дослідження. Потім увесь матеріал необхідно систематизувати, виключити зайве. Подальша обробка матеріалу дасть відповідь на питання щодо зібраної інформації. Дослідник у пошуку літератури спочатку з’ясовує перелік періодичних видань, з яких сподівається отримати необхідну інформацію. Добре складений перелік навіть при побіжному огляді заголовків джерел допомагає усвідомити обсяг потрібної інформації. Необхідно переглянути всі види джерел, зміст яких пов’язаний з темою наукового дослідження. Якщо такий перелік виявиться дуже великим, слід обмежити параметри бібліографічного пошуку. Коли з даного питання існує бібліографічний довідник, його треба використати, водночас перевіривши його повноту.

Вивчати літературу необхідно в оригіналі й одразу робити повний бібліографічний опис. Знайдену інформацію треба ретельно відбирати, осмислювати й оцінювати. Це і стане основою для отримання нового знання. Зазвичай використовується не вся інформація, що міститься у певному джерелі, а тільки та, яка має безпосереднє відношення до теми і є найбільш цінною й корисною. Критерієм оцінювання вивченого є можливість використання його в науковій роботі.

Огляд літератури за темою демонструє вміння дослідника систематизувати джерела, критично їх розглядати, виділяти суттєве, оцінювати зроблене раніше іншими дослідниками, визначити головне у сучасному стані вивчення теми.

Відбір наукових фактів – творчий процес, який потребує цілеспрямованої праці. Віддзеркалення об’єктивних властивостей речей і процесів – це складові елементи основ наукового знання, тобто наукові факти, які характеризуються такими властивостями, як точність, об’єктивність, достовірність, новизна.

Новизна наукового факту засвідчує появу принципово нового, невідомого до цього часу процесу, явища чи предмета. Це не обов’язково наукове відкриття, це нові знання про те, чого ми досі не знали. Точність наукового факту визначається сукупністю найсуттєвіших ознак, явищ, предметів, подій, їхніх кількісних чи якісних показників. При доборі фактів необхідно бути науково об’єктивним. Не можна відкидати факти тільки тому, що їх важко пояснити або знайти їм практичне застосування.

Достовірність наукового факту ґрунтується на його реальному існуванні, яке підтверджується при побудові аналогічних ситуацій. За відсутності такого підтвердження достовірність наукового факту піддається сумніву. Достовірність наукових фактів залежить і від достовірності першоджерел, від їх цільового призначення і характеру їхньої інформації. Саме тому слід з’ясувати характер першоджерела, науково-професійний авторитет його автора.

Основною формою фактичного матеріалу є цитати. Органічно вплетені у текст, вони складають невід’ємну його частину. Цитати відіграють важливу роль у процесі аналізу і синтезу наукової інформації, а також слугують підтверд­женням окремих результатів. Відштовхуючись від їх змісту, дослідник створює систему переконливих доказів, необхідних для об’єктивної характеристики предмета, явища чи процесу, які вивчаються. Кількість цитат визначається потребами розроблення теми.

ЛЕКЦІЯ 5

Тема. Загальна схема наукового дослідження

Питання

1 Композиція наукової статті.

2 Актуальність обраної теми.

3 Огляд джерел.

4 Постановка мети.

5 Визначення об’єкта і предмета дослідження.

6 Опис процесу дослідження.

7 Висновки.

Література

1. Лизанчук В.В., Кузнєцова О.Д. Методи збирання і фіксації інформації в журналістиці: Навчальний посібник. – К., 1991.

2. Методичні вказівки до виконання курсової роботи із практичної стилістики укр. мови для студентів спец. «Переклад», «Журналістика» / Укладач А.О. Євграфова. – Суми: Вид-во СумДУ, 2004.

3. Методичні вказівки з підготовки та захисту студентської наукової роботи з журналістики для студентів спец. «Журналістика» денної форми навчання / Укладачі О.Г. Ткаченко, І.Р. Жиленко. – Суми: Вид-во СумДУ, 2006.

4. Довідник здобувача наукового ступеня. – К.: Редакція «Бюлетеня Вищої атестаційної комісії України», 2004.

**1** Наукову роботу оцінюють не тільки за новизною, актуальністю та прикладною значущістю отриманих результатів, а й за умінням автора обирати такий порядок подання наукових фактів, який найпереконливіше розкриває його творчий задум, тобто композицію дослідження. Слід зазначити, що немає і не може бути жодного стандарту композиції наукового дослідження, хоча й маємо певну сталість основних елементів, які склалися традиційно:

- вступ, де обґрунтовуються актуальність обраної теми, мета роботи, її завдання, об’єкт і предмет дослідження;

- основна частина, зміст якої точно відповідає темі й повністю її розкриває, передбачає опис процесу дослідження;

- висновки виконують роль закінчення, обумовленого логікою проведення наукового дослідження.

**2** Обґрунтування актуальності обраної теми – обов’язкова складова будь-якої наукової роботи. Вона передбачає розуміння й оцінку дослідження з точки зору своєчасності, наукової й соціальної значущості, характеризує теоретично-професійну зрілість і підготовку автора. Для з’ясування актуальності теми наукової статті достатньо 2-3 речення, які висвітлюють сутність проблемної ситуації.

З’ясувавши значущість наукового питання: навіщо досліджується і кому це потрібно, чітко й однозначно визначається наукова проблема, тобто про що ця стаття. Потім зазначається, що й ким зроблено до вас, показати, де пролягла межа між знанням і незнанням з предмета дослідження.

**3** Для з’ясування стану розробки обраної теми складається короткий огляд найважливішої літератури, з якого можна зробити висновок, що дана тема не розкрита (розкрита частково, не в тому аспекті тощо) і тому вимагає подальшого розроблення. Цей висновок повинен логічно випливати з огляду джерел.

**4** Від постановки наукової проблеми і доведення, що та її частина, яка є темою даної наукової роботи, не розроблена або не достатньо висвітлена, логічно перейти до формулювання мети вашої наукової роботи. Не слід у формулюванні мети вживати слова «дослідження», «вивчення», бо вони вказують на засіб досягнення мети, а не на її саму.

**5** Обов’язковим елементом вступу є визначення об’єкта і предмета дослідження. Об’єкт – це процес або явище, яке породжує проблемну ситуацію та обране для вивчення. Предмет міститься в межах об’єкта. Об’єкт і предмет дослідження як категорії наукового процесу співвідносяться між собою як загальне і часткове. В об’єкті виділяється та його частина, яка є предметом дослідження, визначає тему дисертаційної праці, яка позначається на титульному аркуші як її назва.

Як інструмент добування фактичного матеріалу та необхідна умова досягнення поставленої мети зазначаються методи і технологія дослідження, дається характеристика основних джерел отримання інформації.

**6** Слід зазначити, що кожне наукове дослідження має два рівні – емпіричний, на якому відбувається процес накопичення фактів, й теоретичний, де досягається синтез знань (у формі наукової теорії). Опис цього процесу, послідовність викладу, взаємозв’язок рівнів, їх структурування залежать від теми, мети, сутності кожного конкретного дослідження. Головними залишаються стислість, чіткість, умотивованість, логічна послідовність та аргументованість викладу матеріалу згідно з вимогами до наукових праць, які подаються до друку.

У цій частині наукової роботи викладають основні положення власних досліджень із зазначенням того нового, що вноситься у розроблення заявленої проблеми. Автор дає оцінку повноти вирішення поставлених завдань, достовірності одержаних результатів, порівнює їх з аналогічними результатами, обґрунтовує потребу додаткових досліджень. Виклад матеріалу основної частини підпорядковується одній провідній ідеї, конкретно зазначеній автором.

**7** У висновках стисло й чітко формулюють наукові та практичні результати, одержані в дослідженні, наголошуючи на якісних та кількісних показниках, здобутих у результаті проведеної роботи. Висновки – це синтез накопиченої в основній частині наукової інформації, тобто послідовне логічно струнке викладення підсумкових результатів у їх співвідношенні з метою і конкретним завданням, поставленим і сформульованим у вступі.

ЛЕКЦІЯ 6

Тема. Основні прийоми викладу наукових матеріалів

Питання

1 Загальна характеристика прийомів: послідовний виклад, цілісний виклад, вибірковий виклад.

2 Заголовок.

Література

1. Лизанчук В.В., Кузнєцова О.Д. Методи збирання і фіксації інформації в журналістиці: Навчальний посібник. – К., 1991.

2. Методичні вказівки до виконання курсової роботи із практичної стилістики укр. мови для студентів спец. «Переклад», «Журналістика» / Укладач А.О. Євграфова. – Суми: Вид-во СумДУ, 2004.

3. Методичні вказівки з підготовки та захисту студентської наукової роботи з журналістики для студентів спец. «Журналістика» денної форми навчання / Укладачі О.Г. Ткаченко, І.Р. Жиленко. – Суми: Вид-во СумДУ, 2006.

4. Різун В.В. Про стан нашої науки та вимоги до написання дисертацій // Наукові записки Інституту журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. – 2003. - № 10. – С. 7–13.

**1** Наукова діяльність передбачає декілька можливих прийомів викладу наукових матеріалів. Зрозуміло, що кожен дослідник намагається донести свої думки, точки зору, напрацювання у найбільш прозорому вигляді.

Одні вважають, що для цього досить лише коротко описати хід дослідження і детально викласти кінцеві результати. Інші ніби вводять читача до своєї творчої лабораторії, не поспішаючи, ведуть його від етапу до етапу, детально і послідовно розкриваючи методи своєї роботи, її успіхи і невдачі, весь хід процесу дослідження. Так перед реципієнтом проходить весь важкий шлях пошуку дослідника від творчого задуму до заключного етапу роботи – підведення підсумків, формулювання висновків і пропозицій.

Для студентської наукової роботи більш прийнятним є другий варіант викладення, який дає змогу краще виявити спроможність студента до самостійної науково-дослідної роботи. Це сприяє повнішому виявленню глибини його наукової ерудиції в галузі науки про журналістику і спеціальних знань з питань журналістикознавства.

Відтак в арсеналі студентів, які виконують студентські наукові дослідження, є кілька методичних прийомів викладу наукових матеріалів: послідовний, цілісний, вибірковий. Послідовний виклад матеріалу дисертації потребує біль­ших витрат часу, бо автор не може переходити до наступного розділу, не закінчивши роботу над попереднім. А для обробки одного розділу необхідно часом перевірити кілька варіантів, аби знайти кращий з них. Водночас матеріал, який майже не потребує чорнової обробки, чекає черги і лежить без руху.

Цілісний прийом. Тут знадобиться майже вдвічі менше часу на підготовку кінцевого варіанта рукопису, бо спершу пишеться чернетка всього твору, ніби грубими мазками, потім відбувається його обробка в частинах і деталях.

Вибірковий виклад матеріалів також часто застосовується здобувачами. У міру готовності фактичних даних автор обробляє матеріали у будь-якому зручному для нього порядку, подібно до того, як художник пише картину, – не обов’язково з верхньої або нижньої частини. Тому обрати можна саме той прийом викладання, який видається найбільш прийнятним для перетворення так званого чорнового рукопису на проміжний або остаточний.

Перед тим, як переходити до остаточної обробки чорнового рукопису, корисно обговорити основні положення його змісту з науковим керівником.

Коли основний текст чорнового рукопису готовий, зібрано всі необхідні матеріали, зроблено відповідні узагальнення та є схвалення наукового керівника, починається докладне редагування тексту рукопису. Студент ще раз перевіряє відповідність назви роботи її змісту, уточнює композицію наукової розвідки й перевіряє переконливість аргументів на захист своїх наукових висновків.

Слід зазначити, що важливе значення має поділ тексту на складові частини, які віддзеркалюють схему наукового дослідження й позначаються абзацом. Абзац – композиційний прийом для об’єднання кількох речень, які передають нову спільну думку та увиразнюють її, надаючи довершеності. Абзац, із притаманною йому цілісністю виразу, забезпечує послідовність викладу фактів, внутрішню логіку їх висвітлення. Тому правильне розбиття наукової роботи на абзаци суттєво полегшує її читання й сприйняття.

**2** Важливе значення в науковому дослідженні має заголовок, який націлює на досліджувану проблематику.

Заголовок не може скорочувати або розширювати обсяг закладеної наукової інформації. Не рекомендується до заголовків вводити слова на позначення загальних понять, вузькоспеціальних чи місцевих термінів, скорочені слова чи абревіатури.

Заголовок у науковому дослідженні має бути по можливості коротким, але й не надміру лапідарним. Чим коротший заголовок, тим він ширший за своїм змістом. Особливо небажані заголовки з одного слова, оскільки не дають уявлення про тему розміщеного під ним наукового тексту. Намагання докладно передати в заголовку зміст наукової розвідки суттєво ускладнює її смислове сприйняття.

ЛЕКЦІЯ 7

Тема. Мова й стиль наукової роботи

Питання

1 Формально-логічний спосіб як основа писемного наукового мовлення.

2. Фразеологія наукового стилю.

3 Особливості морфології.

4 Синтаксис наукової прози.

5. Точність, ясність і стислість наукового тексту, використання термінології.

Література

1. Український правопис / НАН України, Інститут мовознавства ім. О.О.Потебні; Інститут української мови. – К.: Наукова думка, 2004. – 240 с.

2. Пономарів О. Культура слова: Мовностилістичні поради: Навч. посібник. 2-ге вид., стереотип. – К.: Либідь, 2001.

3. Пономарів О.Д. Стилістика сучасної української мови: Підручник. – 3-тє вид., перероб. і доповн. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2000.

4. Сучасна українська мова: Підручник / О.Д. Пономарів, В.В. Різун, Л.Ю. Шевченко та ін.; За ред. О.Д.Пономарева. – К.: Либідь, 1997.

**1** Мовно-стилістична культура наукової роботи чи не найкраще демонструє загальнокультурний рівень її автора.

Мова і стиль дослідження має відповідати нормам та критеріям сучасної української літературної мови, зокрема її науковому стилю, що склався під впливом так званого академічного мовного етикету, сутністю якого є інтер­претація власної й аналітично опрацьованої запозиченої точок зору з метою встановлення наукової істини.

Найхарактернішою ознакою писемної наукової мови є формально-логічний спосіб викладу матеріалу, що знаходить своє відображення у всій системі мовних засобів. Науковий виклад складається головним чином з роздумів, метою яких є доведення істини, виявлених у результаті дослідження фактів дійсності.

Особливістю наукової мови є відсутність емоційно-експресивної лексики. Звідси домінуюча форма оцінки – констатація ознак, притаманних слову, яке визначають.

**2** Науковий текст характеризується смисловою завершеністю, цілісністю й логічною послідовністю. Найважливішим засобом вираження зв’язків є специфічна фразеологія, що вказує на послідовність розвитку думки (спочатку, насамперед, потім, по-перше, по-друге, отже і т. ін.), заперечення (проте, тимчасом, але у той час як, тим не менше, аж ніяк), причинно-наслідкові відношення (таким чином, тому, завдяки цьому, відповідно до цього, внаслідок цього, крім того, до того ж), перехід від однієї думки до іншої (відтак раніше ніж перейти до, звернімося до, розглянемо, зупинимось на, розглянувши, перейдемо до, необхідно зупинитися на, необхідно розглянути), результат, висновок, підсумовуючи, слід сказати). Засобами логічного зв’язку можуть виступати також займенники, прикметники, дієприкметники (цей, той, такий, зазначений, названий, вказаний тощо).

Не завжди ці та подібні їм слова прикрашають наукову працю, але вони є своєрідними дороговказами, які попереджають про повороти думки автора, інформують про особливості його творчого шляху. Слова «дійсно», «зрозуміло», «насправді» вказують, що наступний текст повинен бути доведенням, «з іншого боку», «навпаки», «але» готують читача до сприйняття протиставлення, «бо», «оскільки» – пояснення.

До обов’язкових вимог об’єктивності викладу матеріалу належить посилання на джерело повідомлення, автора висловленої думки. У тексті цю умову можна реалізувати за допомогою спеціальних вставних слів і словосполучень (на думку, за даними, за словами, як слушно зазначає).

Інколи зазначені словосполучення не тільки допомагають окреслити хід думки дослідника, а й сприяють удосконаленню композиції роботи. Вони, відіграючи роль невиділених частин, роз’яснюють внутрішню послідовність викладу, а тому в науковому тексті дуже потрібні.

Фразеологія наукової прози є вельми специфічна. Вона покликана, з одного боку, визначати логічні зв’язки між частинами висловлювань («як показав аналіз», «на підставі отриманих даних», «підсумовуюче сказане», «звідси випливає, що» тощо), з іншого боку, позначити певні поняття, будучи, по суті, термінами.

**3** Серед особливостей наукової мови, котрі суттєво впливають на мовно-стилістичне оформлення дослідження слід відзначити наявність великої кількості іменників із абстрактними значенням, а також віддієслівних іменників (дослідження, розгляд, вивчення тощо.).

У науковій прозі широко використовуються відносні прикметники, оскільки саме вони на відміну від якісних дають змогу з граничною точністю називати достатні і необхідні ознаки понять.

Використовуючи якісні прикметники, перевагу віддають аналітичним формам вищого та найвищого ступенів. Для утворення найвищого ступеня часто використовують слова «найбільш», «найменш».

Дієслово і дієслівні форми несуть особливе інформаційне навантаження. Дієслівні форми служать для окреслення постійної ознаки предмета (у наукових законах, закономірностях, встановлених раніше або в процесі даного дослідження), вони використовуються також при описі ходу дослідження, доведення, в описі будови приладів і машин.

Широко вживаються також дієслівні форми недоконаного виду минулого часу дійсного способу, бо вони не фіксують відношення до дії, яка описується, на момент висловлювання. Рідше – дієслова умовного і майже ніколи – наказового способу. Часто використовуються зворотні дієслова, пасивні конструкції, що обумовлено необхідністю підкреслити об’єкт дії, предмет дослідження ( «У цій статті розглядаються»).

У науковій мові особливо поширені вказівні займенники «цей», «той», «такий». Вони не тільки конкретизують предмет, але й визначають логічні зв’язки між частинами висловлювання (наприклад, «Ці дані служать достатньою підставою для висновку...»). Займенники «щось», «дещо», «що-небудь» через неконкретність їх значення в науковій роботі не використовуються.

За традицією у наукових працях замість «я» використовувати «ми», з огляду на те, що вираз суб’єкта авторства як колективу додає об’єктивізму. Справді, вираз авторства через «ми» дає змогу відобразити власну думку як думку певної групи людей, наукової школи чи наукового напряму.

**4** Синтаксис наукового стилю також має свої особливості. Окремі речення і частини складного синтаксичного цілого, всі компоненти (прості та складні), як правило, дуже тісно пов’язані один з одним, кожен наступний випливає з попереднього або є наступним ланцюжком. Для тексту дослідження, який потребує складної аргументації й виявлення причинно-наслідкової залежності, властиві складні речення різних видів з чіткими синтаксичними зв’язками. Звідси розмаїття складених сполучників підрядності: завдяки тому, що; між тим як; тому що; замість того, щоб; з огляду на те, що; зважаючи на те, що; внаслідок того, що; після того, що; в той час, як тощо.

У науковому тексті частіше зустрічаються складнопідрядні, ніж складносурядні речення, оскільки підпорядковуючі конструкції відбивають причинні, часові, наслідкові, умовні зв’язки, а окремі частини у складнопідрядному реченні тісно пов’язані між собою. Частини ж складносурядного речення немов би нанизуються одна на іншу, утворюючи своєрідний ланцюг, окремі елементи якого мають незалежність і легко піддаються перегрупуванню.

Безособові, неозначено-особові речення вживаються при описі фактів, явищ та процесів.

Писемна форма наукової мови має й суто стилістичні особливості. Об’єктивність викладу – основна її риса. Звідси наявність у тексті наукових праць вставних слів і словосполучень на позначання ступеня достовірності повідо­млення. Завдяки таким словам той чи інший факт можна подати як достовірний (дійсно, насправді, зрозуміло), припустимий (треба гадати, як видно), можливий (можливо, ймовірно).

**5** На рівні цілого тексту для наукового стилю важливою прикметою є цілеспрямованість і прагматизм. Науковий текст характеризується тим, що його складають лише точні, отримані в результаті тривалих спостережень і наукових експериментів відомості та факти. Це обумовлює точність їх словесного виразу і, таким чином, використання спеціальної термінології.

Завдяки спеціальним термінам з’являється можливість у короткій та економічній формі давати розгорнуті визначення й характеристики наукових фактів, понять, процесів, явищ. Як відомо, термін – це не просто слова, а втілення сутності даного явища. Отже, добирати наукові терміни і визначення необхідно дуже уважно. Не можна довільно змішувати в одному тексті різну термінологію, пам’ятаючи, що кожна галузь науки має свою, притаманну тільки їй термінологічну систему.

Не допустиме використання в науці професіоналізмів. Професіоналізми – це не наукові поняття, а умовні, у вищому ступені диференційовані найменування реалій, які використовуються в середовищі вузьких фахівців і зрозумілі тільки їм. В основі професіоналізмів лежить побутове уявлення про наукове поняття.

Рисами, які визначають культуру наукової мови, є точність, ясність і стислість. Смислова точність – одна з головних умов забезпечення наукової та практичної значущості інформації, вміщеної в тексті наукової праці. Недоречно вжите слово може суттєво викривити значення написаного, призвести до подвійного тлумачення тієї чи тієї фрази, надати всьому тексту небажаної тональності.

Точність наукової мови забезпечується ще й дотриманням стилістичних норм і зв’язків слів у реченні. Порушення їх породжує неправильне тлумачення висловленої думки.

Ще одна вимога наукового стилю – його ясність, тобто доступність і дохідливість написаного. Практика показує, що багато непорозумінь виникає там, де автор використовує багатозначні слова і словосполучення.

Простота викладу сприяє розумінню наукової роботи. Проте не можна ототожнювати простоту з примітивністю.

Слід пам’ятати й про таку рису, як стислість, реалізація якої потребує уникнення зайвих слів, іншомовних, які дублюють українські, невиправданих повторів, надмірної деталізації. Кожне слово і вираз служать меті, яку можна сформулювати так: якомога точніше й стисліше донести сутність дослідження.

ЛЕКЦІЯ 8

Тема. Загальні правила цитування та посилання

на використані джерела.

Питання

1 Загальні вимоги до цитування.

2 Оформлення списку використаних джерел.

Література

1. Український правопис / НАН України, Інститут мовознавства ім. О.О.Потебні; Інститут української мови. – К.: Наукова думка, 2004.

2.Довідник здобувача наукового ступеня. – К.: Редакція «Бюлетеня Вищої атестаційної комісії України», 2004.

3. Методичні вказівки з підготовки та захисту студентської наукової роботи з журналістики для студентів спец. «Журналістика» денної форми навчання / Укладачі О.Г. Ткаченко, І.Р. Жиленко. – Суми: Вид-во СумДУ, 2006.

4. ДСТУ 3814-98. Інформація та документація. Видання. Міжнародна стандартна нумерація книг.

5. ДСТУ 2394-94. Інформація та документація. Комплектування фонду, бібліографічний опис, аналіз документів: Терміни та визначення.

6. ДСТУ 3008-95. Документація. Звіти у сфері науки і техніки: структура і правила оформлення.

**1** Обов’язковим елементом наукової роботи є огляд джерел, за допомогою яких з’ясовується стан розробки порушеної проблеми й підтверджується необхідність подальшого її розроблення. Для підтвердження власних аргументів посиланням на авторитетне джерело або для критичного аналізу того чи іншого друкованого твору дослідник наводить цитати. Науковий етикет вимагає точно відтворювати цитований текст, бо найменше скорочення наведеного висловлювання може спотворити зміст, закладений автором.

Загальні вимоги до цитування такі:

а) текст цитати починається і закінчується лапками й наводиться в тій граматичній формі, в якій він поданий в джерелі, зі збереженням особливостей авторського написання. Наукові терміни, запропоновані іншими авторами, не виділяються лапками, за винятком тих, що викликали загальну полеміку. У цих випадках використовується вираз «так званий»;

б) цитування повинно бути повним, без довільного скорочення авторського тексту і без перекручень думок автора. Пропуск слів, речень, абзаців при цитуванні допускається без перекручення авторського тексту і позначається трьома крапками. Вони ставляться у будь-якому місці цитати (на початку, всередині, на кінці). Якщо перед випущеним текстом або за ним стояв розділовий знак, то він не зберігається;

в) кожна цитата обов’язково супроводжується посиланням на джерело;

г) при непрямому цитуванні (переказі, викладенні думок інших авторів своїми словами), що дає значну економію тексту, слід бути гранично точним у викладанні думок автора, коректним щодо оцінювання його результатів, і давати відповідні посилання на джерело;

д) цитування не повинно бути ні надмірним, ні недостатнім, бо це знижує рівень наукової праці: надмірне цитування створює враження компілятивності праці, а недостатнє – знижує наукову цінність викладеного матеріалу;

е) якщо необхідно виявити ставлення автора наукової роботи до окремих слів або думок з цитованого тексту, то після них у круглих дужках ставлять знак оклику або знак запитання;

є) якщо автор дослідження наводячи цитату, виділяє в ній деякі слова, робиться спеціальне застереження, тобто після тексту, який пояснює виділення, ставиться крапка, потім дефіс і вказуються ініціали автора роботи, а весь текст застереження вписується у круглі дужки. Варіантами таких застережень є (курсив наш – О.Т.), (підкреслено мною – О.Т.), (розрядка моя – О.Т.).

**2** При використанні монографій, оглядових статей, інших джерел, які мають велику кількість сторінок, необхідно точно вказувати номери сторінок джерела, на які дається посилання.

Посилання в тексті роблять у квадратних дужках згідно з їхнім переліком, наприклад [1, 7], де один – це номер джерела, сім – сторінка.

Бібліографічний апарат у науковому дослідженні – це не тільки ключ до використаних автором джерел, а й свідчення розуміння ним наукової етики й культури. Саме з нього можна зробити висновок про рівень ознайомлення дослідника з літературою за заявленою темою. Бібліографічний апарат наукової роботи складається з бібліографічного списку (списку використаних джерел) і бібліографічних посилань, які оформлюються відповідно до чинних стандартів.

Список використаних джерел – елемент бібліографічного апарату, котрий містить бібліографічні описи використаних джерел і розміщується після висновків у послідовності використання. Такий список – одна з суттєвих частин наукової роботи, що віддзеркалює самостійну творчу працю її автора і демонструє ступінь фундаментальності проведеного дослідження.

Бібліографічний опис складають безпосередньо за друкованим твором або виписують з каталогів і бібліографічних покажчиків повністю без пропусків будь-яких елементів, скорочення назв та ін. Завдяки цьому можна уникнути повторних перевірок, вставок пропущених відомостей.

ДОДАТОК

Практичне завдання

Запропоновані 16 наукових студентських досліджень є матеріалом для удосконалення практичних навиків та умінь з наукової діяльності.

Кожну статтю слід проаналізувати за такою схемою:

актуальність теми дослідження;

постановка мети;

джерельна база;

об’єкт і предмет дослідження;

опис наукового дослідження;

форма викладу наукового матеріалу;

обґрунтованість наукових результатів;

мова і стиль;

цитування та посилання.

Жанрова палітра газети «Панорама»

У журналістиці під жанром прийнято розуміти «усталений тип твору, який склався історично і відзначається особливим способом освоєння життєвого матеріалу, характеризується чіткими ознаками структури» [Григораш Д. Журналістика у термінах і виразах. – Львів, 1974. – С.76].

За І.Михайлиним газета (італ. Gazzetta) – це періодичне, що виходить від кількох разів на день до кількох разів на тиждень, друковане видання зі систематичними матеріалами про події і явища суспільно-політичного, економічного і культурного життя [Михайлин І.Л. Основи журналістики: Підручник. Вид. 3-е доп. і поліпш. – К.: ЦУЛ, 2002. С.107].

Підставою для обрання предметом дослідження сумського суспільно-політичного тижневика «Панорама» стала недослідженість у журналістикознавчому середовищі цього видання, котре має вже дев’ятилітню історію.

Існує кілька видових концепцій розподілу інформації. У нашому дослідженні ми будемо послуговуватися надбанням львівських дослідників вищезазначеної концепції, оскільки вона, на нашу думку, якнайповніше та зусібіч розглядає досліджувану тему.

За предметом зображення газетна інформація розподіляється на такі типи [Михайлин І.Л. Основи журналістики: Підручник. Вид. 3-е доп. і поліпш. – К.: ЦУЛ, 2002. С.46-47].

1. Офіційна інформація. Сюди належать державні постанови, резолюції партійних з’їздів та конференцій, промови політичних діячів, заяви політичних партій, громадських організацій та окремих осіб. Офіційна інформація надається для опублікування відділами зв’язків з громадкістю, прес-центрами та прес-бюро установ чи організацій, з’їздів чи конференцій. Вона не підлягає редагуванню і мусить бути опублікована дослівно, у тому вигляді, у якому надійшла.

Цей тип газетної інформації як правило широко використовується державними періодичними виданнями. У «Панорамі» такі повідомлення друкуються на правах реклами. Виняток становлять заяви громадських організацій та фізичних осіб. Публікуються на шпальті листування з читачами.

2. Подієва інформація. Це – основний інформативний блок, створюваний редакційним колективом, його репортерами й кореспондентами.

Сюди належать оперативні повідомлення про факти й події внутрішнього й міжнародного життя.

Подієва інформація надходить з двох джерел:

а) від інформаційних агентств;

в) від власних кореспондентів.

Цей тип інформації створює особливо гарний грунт для реалізації творчих можливостей журналіста.

У «Панорамі» основний обсяг інформації надходить від власних кореспондентів, контактних осіб з держструктур та з листів-дзвінків читачів газети. Друга й третя шпальти газети присвячені якраз маленьким подієвим матеріальчикам. Назва рубрики «Панорама тижня» говорить сама за себе. І найбільший інформаційний шматок газета подає читачеві якраз із різноманітних подій міста та області.

3. Ділова інформація. До неї відносяться виступи фахівців з якнайширшого кола питань, що цікавлять аудиторію. Це можуть бути матеріали з медицини, освіти, будівництва, агрономії тощо, як створені самими спеціалістами, так і отримані від них у формі інтерв’ю.

Близько 30% усієї площі основної книжки газети приділені саме діловій інформації у різних її проявах. Це й інтерв’ю на полосу, а то й на дві, на актуальні суспільно-політичні теми, це й поради провідних лікарів області щодо епідеміологічних чинників, що спричинюють захворювання. Також бувають і тематичні матеріали-інтерв’ю з працівниками освіти, житлово-комунального господарства і под.

4. Довідкова інформація та реклама. До цього виду інформації належать театральна й кіноафіша, розклад руху транспорту. Рекламна інформація займає в сучасній журналістиці вагоме місце й виконує не тільки функцію повідомлення, але й фінансового забезпечення видань.

«Панорама» вдало застосовує на практиці можливості цього типу інформаційних повідомлень. Скажімо, остання шпальта газети – афіша того, що відбуватиметься в місті на наступному тижні: кінофільми, виставки, виступи письменників і под. А вже під ці події продається тематична реклама, котра спрацьовує краще і для рекламодавця, і для читача, який обирає куди сходити на наступному тижні.

5. Естетична інформація. Це літературні твори, репродукції живопису й художні фотографії в друкованих ЗМІ.

Видання систематично не розміщує естетичну інформацію у вигляді репродукції живопису, художніх фотографій та літературних творів. Проте у номері від 29 серпня 2007 року на розвороті газети з’явився матеріал «Суми очима фотографів» у котрому були розміщенні художні фотографії Сум відзняті місцевими фотомитцями. Також у кожному номері є призовий сканворд, вікторини для знавців кінематографу, а також сторінка гумору.

6. Публіцистична інформація або просто – публіцистика. Це серцевина, стрижень журналістики, аналітичні матеріали від коментаря до огляду, статті, нарису. Разом з подієвою інформацією публіцистика створюється в редакційному колективі. Але на відміну від подієвой інформації, цей пов’язаний не з відтворенням вже готових фактів та явищ, а зі створенням нових духовних та інтелектуальних цінностей.

На відміну від інформаційних жанрів журналістики, що можуть створюватися нашвидкоруч, публіцистика вимагає системного підходу до вивченої теми. Іншими словами вимагає від журналіста глибокої обізнаності у темі. Тому, за браком часу, газети здебільше складаються з інформаційних повідомлень. Видання, що вивчається натомість представляє читачеві більш різнопланову жанрову картинку, аніж інші місцеві видання. Скажімо, у «Панорамі» ледь не у кожному номері з’являються журналістські розслідування, щи так чи інакше збурюють громадськість. У кожному номері є рубрика оціночних коментарів експертів, а також рубрика «Підвальчик редактора», у якій головний редактор пише своє бачення суспільно-політичних та науково-культурних процесів міста, області та країни вцілому.

«Панорама» – газета, що подобається чи не подобається тій чи іншій особі, але це видання до думки якого прислухаються. Не дарма ж гаслом газети є: «Панорама» – бентежний голос твого міста!»

Питання економіки на сторінках районних газет

ЗМІ залишаються не лише лідером в отриманні щоденної інформації про події в країні й світі, а важливим джерелом основних знань і уявлень про навколишній світ і життя взагалі.

В період побудови незалежної держави, велике значення має економічне життя. Одне з основних завдань ЗМІ, інформувати суспільство про економічні події України.

Мета нашої роботи полягає у тому, що нам потрібно відстежити висвітлення економічних проблем Сумської області на шпальтах районних газет (Шостка, Конотоп, Ромни, Глухів, Лебедин) і з’ясувати чи отримує населення міста і району об’єктивну інформацію про реальний стан економічних проблем держави. Також потрібно з’ясувати, чи достатньо районні газети висвітлюють питання економіки на своїх сторінках.

Чи не найбільшою особливістю в роботі районних газет є те, що будь-які соціальні, політичні і економічні проблеми сприймаються виключно через призму того, як може та чи інша подія вплинути на життя даного району. Чим ближча інформація до людини, до її домівки, тим цікавіше для неї.

Об’єктом даного дослідження стають районні газети Сумської області, зокрема, газета «Вісті Роменщини» (Ромни), «Життя Лебединщини» (Лебедин), «Сільські горизонти» (Конотоп), «Полісся» (Шостка), «Глухівщина» (Глухів). Усі вони міськрайонні газети. До аналізу нами було залучено 5 районних газет.

Газета «Вісті Роменщини», міськрайонна газета. Видається з січня 1918 року. Газета нагороджена грамотами Президії Верховної Ради України та Спілки журналістів України. Головний редактор Дмитро Правдюк. Газета виходить у середу і суботу. Друк – офсетний. Мова – українська. Тираж – 9021 примірників. Друкується на 4 або 6 сторінках. Формат – А4. В цій газеті немає постійних рубрик. Якщо висвітлюються економічні питання, то вони окремо виділяються під рубриками – Економіка, Фінанси, Соцзахист, Бюджет, Комуналка. Переважно економічні питання висвітлюються в жанрах – стаття, замітка або інтерв’ю і порівняно з матеріалами на інші теми, займають невелику частину газети.

Газета «Життя Лебединщини», міськрайонна газета. Заснована 26 січня 1919 року. Головний редактор В.Г.Дацько. Виходить у середу і суботу. Друк – офсетний. Мова – українська. Обсяг – 1 умовний аркуш. Формат А4. Тираж – 3217 примірників. Є постійні рубрики: Соціальний захист, Місто моє, Семінари, Минуле і сучасне, На теми дня, Офіційне. А також існують не постійні рубрики.

Економічні питання висвітлюються під рубриками – Офіційне, Чим живе село?, Районне фінансове управління повідомляє, Статистика, На тему дня. Переважно ці матеріали пишуть в жанрі статті або замітки і займають невелику частину газети.

Газета «Сільські горізонти», часопис Конотопщини. Заснована в 1991 році. Головний редактор О.Ф.Бровенко. Тираж постійно змінюється. Мова – українська. Виходить двічі на тиждень. Є постійні рубрики: Кримінальні хроніки, Актуально, Спортивні новини, Офіційно, Пульс життя. Ця газета також має непостійні рубрики.

Питання економіки переважно друкують під рубриками – Поточний момент, Проблеми енергозбереження, Податкова, Фінанси, Офіційно, Хоч і є проблеми, Пульс життя. В цій газеті економічні питання висвітлюються частіше, ніж в інших газетах, що ми аналізуємо. Також треба зауважити, що саме в цій газеті матеріали з економіки займають більшу частину газети, ніж інші матеріали.

Газета «Полісся», шосткінська міськрайонна газета. Заснована 7 листопада 1920 року. Головний редактор Б.Вейсберг. Тираж завжди змінюється. Відмінність цієї газети у тому, що матеріали друкуються українською та російською мовами.

Є постійні рубрики – Офіційно, Влада, Консультації, Подія, Статистика, Анонс, Гаряча лінія, Соцзахист. А також рубрики можуть змінюватися.

Економічні питання друкуються під рубриками – Подія, Офіційно, Консультації, Гаряча лінія. Серед проаналізованих газет, в цій газеті економіка висвітлюється менше, ніж в інших газетах. Тому усі економічні питання пишуться переважно у жанрі замітка, з цього можна зробити висновок, що ці матеріали займають зовсім невелику частину у газеті.

Газета «Глухівщина», районна громадсько-політична газета. Заснована в 1992 році. Головний редактор Ю.І.Кебець. Переважно друкується на 4 сторінках. Не має постійної рубрикації. Але можно зустріти такі рубрики – Актуально, Пенсійний фонд, Твої люди, Глухівщина, Духовність, Гаряча лінія, НДПУ повідомляє, Колегія, Творчість земляків, До уваги!, Статистика свідчить, У господарствах району, Сесія районної Ради.

Економічні питання висвітлюються під рубриками – Пенсійний фонд, До уваги!, Гаряча лінія. Переважно питання економіки пишуться у жанрі статті та замітки. Займають невелику частину сторінки газети.

Великою проблемою більшості районних газет залишається брак кваліфікованих кадрів. Тому, що питання економіки заслуговує на більшу увагу, а також на більш детальний розгляд.

Існує також проблема того, що переважно співзасновниками ЗМІ районів Сумської області є районні та міські ради. Саме вони диктують редакціям що і як писати. Таким чином, населення міста і району не отримує об’єктивної інформації про місцеві органи влади. Саме тому, можна зробити висновок, що реальні економічні проблеми області або району можуть приховуватися.

Ми вважаємо, що районні газети не достатньо висвітлюють питання економіки, не в кожному номері газети пишуться матеріали на економічні питання, а якщо і зустрічаються, то у вигляді замітки або невеликої статті.

Національна ідея на сторінках сумської преси

«На Конгресі 1929 року, коли була створена ОУН, було сформульовано завдання: вести боротьбу за відновлення державної незалежності України як передумову для всебічного розвитку української нації. Ми щасливі, що український народ довів право на свою державу. Ми не приписуємо собі досягнення мети на цьому етапі, ми лише концептуально правильно висловлювали віру в український народ. Але ми опинилися на другому етапі: Українська держава повинна набути такої форми, яка б забезпечила розвиток української нації. Саме в цьому полягає основне завдання націоналістів у ХХІ столітті». Писав Микола Плав’юк, голова Проводу ОУН [1].

Українська національна ідея – теоретичний вираз своєї самобутності та індивідуальності, власної самоцінності, права на самовизначення та самовизначення та самостійний розвиток, на національну незалежність [2].

«...Національна ідея – це творець, захисник, відновлював і будівничий державності народу, його дух свободи, вищий рівень самоусвідомлення, ознака інтелектуальності зрілості, його здатність впливати на формування позитивного для себе політичного міжнародного клімату»[3].

Поняття національної ідеї є складним і неоднозначним. У незалежній Україні воно набуло широко розголосу після президентських виборів 1994 року. Станом на сьогодні ведеться широка дискусія щодо окреслення рис та головних тез української національної ідеї. Зокрема, дискусія ведеться через засоби масової інформації. Засоби масової інформації – суттєвий чинник утвердження національної ідеї, але й суттєвий чинник її руйнації.

Вислів «Національна ідея» [...] позначає важливу суспільну ідею, щодо якої існує згода більшості громадян, або ж таку, що здатна одержати підтримку більшості громадян; обох випадках цю ідею розглядають як таку, що сприяє громадському єднанню. Щодо мовної характеристики, то поняття «національна ідея» набуває ознаки метафори, в основі якої лежить логічний механізм порівняння: національна ідея – цемент; національна ідея – любов до землі, глибоке почуття обов’язку за її долю; національна ідея – спрямованість на консолідацію та інтеграцію; національна ідея – віра в нашу державну, демократичну, європейську майбутність; це гідність, яка обертає рабську психіку в свідомість вільної людини[4].

Мета статті – як простежується національна ідея на сторінках сумської преси.

Матеріали дослідження складалися з текстів двох найчитабельніших тижневики міста Сум – суспільно-політична газета «Панорама» та суспільно-ділова газета «Ваш шанс» за неповний 2007 рік (по листопад включно). Вибір цих періодичних видань зумовлений їх популярністю серед сумчан.

На першому етапі дослідження в загальному масиві газетних матеріалів, які містяться в електронних архівах зазначених видань, за ключовими словами (національна ідея та українська ідея), було відібрано тексти матеріалів. Після опрацювання на предмет усунення невідповідності питанню, що розглядається, база даних склала близько 10 записів. Далі виокремлювалися тексти зі складовими значення національної ідеї, що доповнило базу даних на 5 матеріалів. Наступним етапом було виділення фрагментів текстів з 3-4 речень, які дозволяли вставити загальний зміст, контекст і характер авторської оцінки та аналіз вибраних фрагментів відповідно до інтерпретації змісту «національної ідеї».

Результати аналізу є попередніми, але дозволяють прослідкувати деякі риси локального і загального характеру.

По-перше, саме поняття національної ідеї, як консолідуючої складової держави, розглядається лише у газеті «Панорама» в матеріалах про акції громадського руху «Не будь байдужим!», парламентські вибори, а також про голодомор 1932-33 рр. Це складає до 8 матеріалів за досліджений період. Для поняття «національна ідея» у цих матеріалах характерні складові риси: державність, засада об’єднання нації, історичні традиції, європейський вибір, соціальна справедливість.

По-друге, у матеріалах зі складовими значення національної ідеї проглядаються наступні вектори:

Газета «Панорама» – спрямованість на європейські цінності, пріоритетність єднання нації, підтримка і популяризація власне українського фактору, боротьба за права українців на покращення умов життя.

Газета «Ваш Шанс» – соціальна справедливість, економічний фактор. Також простежується надання переваги російському зовнішньополітичному вектору.

Для прикладу, можна подивитись на матеріали що стосуються акту вандалізму на горі Говерла.

Сумчанина обвинили в посягательстве на государственные символы

Дмитрий Литовченко

В субботу 20 октября Служба безопасности Украины обнародовала фамилии людей, подозреваемых в акте вандализма на г. Говерла.

По данным СБУ, это трое представителей организации «Евразийский союз молодежи» – два россиянина и сумчанин Леонид САВИН, 1974 г.р., который с марта 2007 г. Постоянно проживает в Москве, является одним из главных активистов ЕСМ и отвечает за сайт организации.

В распоряжении СБУ есть материалы, свидетельствующие о том, что координаторами акции были руководители ЕСМ Павел ЗАРИФУЛЛИН и Александр ДУГИН. По информации СБУ, злоумышленники 12 октября прибыли в Украину (сначала в Сумы и Киев), а затем совершили восхождение на Говерлу и имитировали спиливание деталей конструкции Герба Украины, обрисовали памятник Конституции Украины. «Вечером 17 октября Леонид Савин смонтировал снимки, добавив изображения разбитых гранитных плит, поврежденных металлических частей…» – сказано в сообщении СБУ. По данному факту УМВД Ивано-Франковской области возбудило уголовное дело.

По телефону из Москвы Леонид Савин сообщил, что не принимал участия в акции, поскольку покинул территорию Украины намного раньше. По словам одного из руководителей ЕСМ Павла Зарифуллина, информация о монтаже снимков не соответствует действительности. Он сообщил, что члены ЕСМ, побывавшие на Говерле, – украинцы, россиян среди них не было, и «евразийцы» планируют подать иск против СБУ в украинский суд.

По словам Павла Зарифуллина, целью проведенной акции было «снять оккупационные символы Украины». («Панорама» №43 від 24 – 31.10.07)

Як бачимо, газета тяжіє до об’єективності, тому прямих оцінок події немає.

СБУ расследует акт вандализма.

Депутаты Сумского горсовета осудили действия членов российской организации «Евразийский союз молодежи» (ЕСМ), которые в середине октября совершили акт вандализма, уничтожив государственный герб Украины на горе Говерла и заявив о переименовании вершины в пик Сталина. Депутаты обратились в СБУ с требованием провести расследование и привлечь к ответственности виновных в этом преступлении, в том числе – за государственную измену уроженца Сум Леонида Савина, 1974 г.р., который привел членов ЕСМ на Говерлу.

Тем временем СБУ приняла решение запретить въезд в Украину руководителям ЕСМ, в том числе Павлу Зарифуллину и Александру Дугину, подозреваемых в организации акта вандализма на Говерле.

А утром 28 октября ЕСМ заявил, что московский офис их организации, расположенный в доме №1 по бульвару Яна Райниса, в субботу, в 6 часов утра подвергся нападению украинских националистов. По сообщению ЕСМ, группа неустановленных лиц из украинской националистической организации «Братство», якобы взявшей на себя ответственность за нападение, залив керосином вентиляционные люки, устроила поджог подвала жилого дома. Дым быстро проник в подвал, где находится штаб ЕСМ, а также «Общество содействия православному теле- та радиовещанию». Евразийцы утверждают, что им с помощью огнетушителей удалось самостоятельно погасить разгорающееся пламя, перекинувшееся на первый этаж, до приезда пожарных. В ЕСМ считают это происшествие террористическим нападением и утверждают, что только чудо спасло жилой дом от взрыва газа, так как огнем был охвачен и газопровод. По словам представителей организации, сейчас на месте происшествия работают бригады МЧС и МВД. Однако по состоянию на понедельник, 29 октября, ни один официальный источник российских правоохранительных органов не подтвердил эту информацию. Более того, в МЧС Российской Федерации заявили, что к ним не поступало сигнала о возгорании в доме №1 по бульвару Яна Райниса и по указанному адресу спасатели не выезжали («Ваш Шанс» №44 ввід 24 – 31.10.07)

В цьому матеріалі акцент робиться на опис заяви однієї зі сторін, хоч і говориться про не підтвердженість фактів.

Взагалі, в багатьох сучасних публікаціях українських ЗМІ як наукового, так і публіцистичного характеру національна ідея постає не як суто етнічне, а в першу чергу, як духовно-світоглядне поняття. Дискусія тут відбувається в контексті суперечливих оцінок процесів прискореної масовізації (вестернізації) культури і способу життя в пострадянських країнах. Отже, національна ідея постає як своєрідна альтернатива доктрині споживацького суспільства. Вона «уявляється як заклик до відродження правди, добра, духовної культури, котра, як і в інших країнах, часто піддається корозії» [5]. Ці загальні тенденції прослідковуються і в матеріалах нашого об’єкту дослідження.

Результати конвент-аналізу, що стосуються національної ідеї на сторінках сумської преси, дозволяють зробити деякі загальні висновки.

Регіональна преса питання національної ідеї розглядає рідко з огляду на пріоритети читацької аудиторії та сучасні уявлення про націю у модерному її трактуванні, як суто політичної. Але головним чином простежується плюралізм поглядів на поняття «національна ідея», з чого випливає конфронтація поглядів на визначення превалюючи рис української національної ідеї. Як зазначалося вище, ЗМІ – це головний чинник як становлення, так і руйнації національної ідеї, і в нашому випадку спостерігається обидві ці властивості.

**Список використаної літератури**

1. Яна Дубинська. Український націоналізм: вчора, сьогодні, завтра // Дзеркало тижня. – 2002. – №7 (382).

2. Возняк С. Національна ідея як ціннісні орієнтації українського народу // Українські проблеми. – 2004. – №22. – С.158-164.

3. Павличко Дм. Українська національна ідея. – К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська Академія», 2002. – 58с.

4. Євграфова А.О. Українська національна ідея як соціальний феномен у сучасній публіцистиці // Вісник СумДУ. – 2006. – №3.

5. Челышев Е.П. Культура России в мировом контексте // Вопросы филологии. – 2004. – №2 (17). – С.20.

Аналітичні жанри на сторінках районних газет

Проблема дослідження аналітичних жанрів не є новою у журналістикознавство. ЇЇ всебічно розробляють українські вчені: Здоровега В. Й., Кузнєцова О., Михайлин І. Л., Нерух О. О. та російський дослідник Тертичний О. О. Утім аспект аналізу аналітичних матеріалів на сторінках місцевої преси залишається мало розробленим.

Отже, мета нашої статті – з’ясувати застосовування аналітичних жанрів у місцевій пресі на прикладі районних газет Краснопілля («Перемога») та Недригайлова («Голос Посулля») за 2007 р.

Предметом дослідження ми обрали систему сучасних аналітичних жанрів у журналістиці, об’єктом – аналітичні жанри на сторінках районних газет.

Якщо взяти до уваги думку таких дослідників, як В.Й. Здоровега, О. Кузнєцова, О.О. Тертичний, то можна виділити найпопулярніші серед аналітичних жанрів. Це, перш за все, – стаття, кореспонденція, рецензія, коментар, лист, огляд. О.О. Тертичний також виділяє жанри, породжені сучасністю: сповідь, версія, прогноз, моніторинг, рейтинг, аналітичне опитування, експеримент та ін.

Дослідники погоджуються, що стаття є найпоширенішим аналітичним жанром. О. Кузнєцова дає таке визначення цього жанру: «Стаття – це загальна назва аналітичних публіцистичних матеріалів, де переважає дедуктивний метод відтворення думки» [2, с.45].

Виділяють загально дослідницьку, практично-аналітичну, полемічну, пропагандистську, рекламну та ін. види статей. Що стосується такого виду статті, як передова, то В.Й Здоровега вважає, що вона в українській та взагалі пострадянській пресі зникла. О. Кузнєцова стверджує, що передмова притаманна лише партійний пресі.

Ознаки жанру кореспонденції окреслені найменш чітко. Вона вкоренилася на сторінках преси з радянських часів і являє собою таку форму подачі інформації, коли описуються, аналізуються, об’єднані спільною темою факти дійсності, обмежені простором і часом.

Рецензія – це жанр, основу якого складає відгук на твір художньої літератури, мистецтва, науки і т.д. Отже, предметом виступають книги, спектаклі, телепередачі.

За теоретиком журналістики В.Й. Здоровегою, коментар – найлаконічніший жанр. «Коментар – роз’яснювальні або критичні міркування чи тлумачення подій і фактів громадського, наукового, політичного життя, пояснює зміст документа, події, місця твору»[3; с.44], – зазначає дослідник І.Л. Михайлин. Лист – специфічний аналітичний жанр, у якому у форматі звернення до конкретної особи, групи осіб чи громадськості висловлюється авторська позиція, оцінюються вчинки та погляди адресата.

Виділяють публіцистичний огляд, спортивний, огляд ЗМІ О. Кузнєцова подає таке. Визначення жанру: «Огляд – загальна назва жанрів, у яких переважає панорамне відтворення реальної й інтерпретованої дійсності» [2; с.98].

Найпопулярнішим аналітичним жанром, який застосовується у районних газетах, є стаття. Практично у кожному номері обох газет зустрічаються загально-досліднецька («НАТО як організація колективниї безпеки» у №2 і «Голодомор мовою документів» у №3 газети «Перемога», «За що СЗАТ ім. Шевченка оголошено банкрутом» у №2 «Голосу Посулля»). Практико-аналітичні та проблемні статті найчастіше присвячені таким темам, як: медицина, економіка сільського господарства, владні структури. Приводом до їх написання насамперед стають сесії, візити чиновників, конфлікти.

У № 16 газети «Перемога» наявний рідкісний для сучасної української журналістики жанр – передова стаття. Вона присвячена ювілею «районки» і написана головним редактором.

Рецензії у районних газетах найчастіше написані не журналістами, а фахівцями. Вони присвячені концертам, книгам (рецензія на альманах «Земляки» у № 11 «Голосу Посулля»), виставками. У газеті «Перемога» з’являються рецензії на змінній сторінці «Молодіжний простір».

На сторінках районних газет не втрачає популярності листування з читачами. Приблизно раз у квартал з’являється огляд листів. Читачі дописують до газет, насамперед, у тематичні номери (Свято перемоги, Новий рік, 8 березня), та у рубрику «Крик душі».У районних газетах зустрічаються коментарі фахівців у різних галузях: учителів, лікарів, агрономів та ін.

У «Голос Посулля» наявні кореспонденції у вигляді шкільних новин, написаних самими учнями. Жанри, породжені сучасністю, у районних газетах практично не зустрічаються.

Отже, найуживанішими аналітичними жанрами, що застосовуються у районних газетах, є стаття, рецензія, коментар та лист. З одного боку, це відображає тенденції сучасної української журналістики, з іншого, шкільна кореспонденція та огляд листів є специфічними ознаками районних газет.

**Список літератури:**

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

2. Кузнєцова О. Аналітичні методи в журналістиці: навчальний посібник. – Львів, 1997. – 110с.

3. Михайлин І.Л. Основи журналістики: Підручник. Вид. 3-е доп. і поліп. – К.: ЦУЛ, 2002. – 284с.

4. Нерух О.О. Першооснови журналістської творчості: Навчальний посібник. – Харків, Світ дитинства, 2000.

5. Тертычний А.а. Жанры периодической печати. Учебное пособие. – М.: издательство Аспект-пресс, 2000.

Жанрова палітра газети «Сумщина»

Питання жанрології цікаве і складне водночас. Його вивчають багато сучасних учених, зокрема І. Михайлин, В. Різун, В. Здоровега, М. Кім, О. Тертичний та інші. Тому існує декілька дефініцій терміну жанр. Проте фактично всі вони подають таке тлумачення: «жанр – це усталений тип твору, який склався історично і відрізняється особливим способом освоєння життєвого матеріалу, характеризується чіткими ознаками структури». Ним і будемо послуговуватися.

Важливість роботи зумовлена необхідністю аналізу сучасної регіональної преси. Адже загалом стан вивчення цієї теми недостатній. У сучасному журналістикознавство бракує спеціальних досліджень з даного напряму. Крім того, вивчення особливостей сучасної газетної продукції районів та областей було б неповним і необґрунтованим без знань загальної характеристики жанрової палітри видання. Відповідно дана тема заслуговує на увагу та невід’ємно пов’язана з журналістською діяльністю. У цьому полягає й актуальність обраного напряму дослідження.

Мета нашої статті на прикладі обласної громадсько-політичної газети «Сумщина» з 94по 114 номери за 2007 рік визначити жанрову специфіку сучасних регіональних видань. Зазначимо і те, що обрана газета має досить поважний професійний вік, оскільки заснована 17 серпня 1917 року. До того ж нагороджена орденом «Знак Пошани». На момент аналізу видання його головним редактором значилася Тетяна Бабинець.

Отже, поділ текстів за відповідними жанровими групами та їх модифікаціями носить умовний характер, бо межі між ними нечіткі й один жанр може містити ознаки іншого. Сформувалися і такі універсальні жанри, які водночас використовуються як в інформаційному відтворенні, так і аналітичному відображенні. В основі загального поділу беруться до уваги такі моменти, як характер самого об’єкта відображення, мета написання твору, рівень осмислення та стилістичні засоби втілення задуму. І все ж вирізняють інформаційні жанри, аналітичні і художньо-публіцистичні. Розглянемо окремо особливості кожної групи на прикладі газети «Сумщина».

До інформаційних жанрів традиційно зачисляють замітку, звіт, інтерв’ю, репортаж та кореспонденцію. Всі вони з’являються на сторінках нашого видання. В цілому інформаційні матеріали у газеті переважають. За кількісними підрахунками таких публікацій в одному номері може бути від 60 до 80 відсотків, тобто більше половини. Матеріали даного жанру подані на першій сторінці і, як правило, розміщені у дві колонки, займаючи відповідно дві треті сторінки. Тематика згаданих публікацій найрізноманітніша, проте майже все стосується сумської області: «Святкувала Шостка» (5 вересня, 2007р.), «Хімпром оновлюється» (13 вересня, 2007р.), «Чим дихають сумчани?» (21 вересня, 2007р.), «Віктор Ющенко побував на Сумщині» (26 вересня, 2007р.) тощо. Слід зауважити, що газета подає читачам новини не лише з життя свого регіону. Задля повнішого інформування читачів на другій сторінці є постійні рубрики «Україна» і «Світ». Досить поширені у газеті інтерв’ю з цікавими людьми – жанр, що представляє суспільно вагому новину у вигляді відповідей особи на запитання журналіста (5, 219). Практично у кожному опрацьованому номері знайдено інформаційне повідомлення про роботу та перебіг певного заходу, тобто звіт. Поширені звіти з науково-практичних семінарів ат прес-конференцій.

Журналістика аналітика передбачає не лише подачу достовірної і точної інформації, а і її скрупульозний розбіг, глибокий аналіз та встановлення причинно-наслідкових зв’язків. Аналітичний матеріал містить більший елемент суб’єктивного й оціночного. На думку науковця О. Чекмишева, автор аналітичного матеріалу повинен представити погляди і позиції сторін, причетних до конфліктної стуації... дотримуючись при цьому принципу збалансованості та контраверсійності (2, 112). Аналітичний жанр також «співпрацює» з коментарем, що допомагає розібратися у змісті фактів і зорієнтуватися в складному сучасному потокові інформації. Звідси випливає очевидне: аналітична публікація вимагає більшої, порівняно з репортерським відтворенням, компетентності, вміння проникати у сутність, а не лише зовнішнього переліку фактів, критично мислити, прогнозувати, спростовувати, заперечувати. А це дається навчанням, життєвим досвідом і повсякденною практикою (3, 188).

Аналітичні виступи прийнято поділяти на коментар, статтю, рецензію, огляд, звернення, лист, констатує дослідник В. Пельт (2, 110). Цієї думки дотримується і В. Здоровега. Загалом аналітичні публікації газети «Сумщина» розміщені на внутрішніх сторінках видання (у нашому випадку – друга і третя). Анонси певних матеріалів редакційний колектив на першу сторінку не виносить. Скоріш за все, це пов’язано з невеликим обсягом видання: чотири сторінки.

З певною періодичністю газета подає на обговорення читачів актуальну проблему і робить спробу її дослідити, розібрати. Яскравим прикладом цьому є стаття В. Миро ненко «Середина-Буда». Яка вона, північна візитівка України?» (19 вересня, 2007р.) Автор осмислює ту складну ситуацію, яка склалася в районі Сумської області і, на жаль, є типовою для багатьох місць країни, та пропонує власні шляхи вирішення: «Універсальну засобу розв’язання проблем (усіх і відразу) не існує в жодному районі, проте... потрібно створювати нові виробництва, залучати сильних інвесторів, які б давали людям роботу і зарплату, сплачували (не копійки) до місцевого бюджету і вкладали значні кошти у розвиток соціальної сфери області. Міф? Аніскільки, треба вчитися знаходити невикористані можливості, які криють, наприклад, у тій же землі, і використані можливості, які криються, наприклад, у тій же землі, і використовувати їх із розумом».

Статтю можна вважати і матеріал О. Вертіля, «Не кочегари ми, не стельмахи» (29 вересня, 2007р.), де основна увага зосереджена на проблемі працевлаштування як дипломованих фахівців, так і представників робітничої спеціальності. Не можна не зупинитися на самій постаті автора. Олександр Васильович Вертіль – відомий журналіст, член Спілки письменників України з 1993 року, Лауреат обласної літературної премії ім. Пилипа Рудя. Під його прізвищем у «Сумщині» надруковано чимало інтерв’ю, звітів, репортажів тощо.

Рецензія, яка передбачає розбір, аналіз і оцінку художнього, мистецького, публіцистичного, наукового твору (4, 65), подається переважно на останній сторінці. До цього жанру можна віднести матеріал Г. Хвостенко «Слово простір у слово часі» (1 вересня, 2007р.). Завдання такого жанру: поставити проблему, що має суспільне значення, привернути до неї увагу, закликати до дії. Зазвичай з листа взято головне питання чи основна проблема (виділено жирним курсивом), а нижче подана відповідь уповноваженої, кваліфікованої особи.

Третя жанрова група – художньо-публіцистичні твори. У них своєрідно поєднується, переплітаються елементи логічно-абстрактного мислення, симбіоз поняття й образу (3, 233). Домінантне значення належить ланцюжку суб’єктивних міркувань та авторській думці. До художньої публіцистики, як зазначає І. Михайлин, належать замальовка, нарис, есе, фейлетон, памфлет (5, 221). Цікавою є замальовка В. Комарова «Неможливо знайти кращі умови для творчості» (19 вересня, 2007р.), розміщена під рубрикою «Постаті». Мова йде про відомого російського композитора Сергія Танєєва та його другий приїзд на Сумщину відколи минуло 100 років. Характер героя подається в локально відображеній формі, має спрощений характер, портретна характеристика нерозгорнута, бо авторові цікавий лише окремий момент, пов’язаний з об’єктом відображення.

На сторінках видання зустрічаються і портретні нариси – жанр, у якому досліджуються реальні життєві явища через людські долі та характеристики з метою впливу на соціальну практику, формування особистості, її орієнтації у системі соціально-політичних і духовних цінностей (3, 245). У такому жанрі написані матеріали О.Вертіля «Вам вітання від товариша Мао» (6 жовтня, 2007р.) та «Репресований сміх» Г. Хвостенко (10 жовтня, 2007р.).

Своєрідне есе «Брати наші менші» пропонує читачам І. Лисий (5 жовтня, 2007р.). Автор по-своєму трактує проблему ставлення до тварин і акцентує увагу не на знаннях, а на емоціях, переживаннях, відношенні до того, що пише. Сатиричні жанри різко викривального характеру – фейлетон та памфлет – у розглянутих номерах газети не знайдені.

На прикладі обласної газети «Сумщина» ми проаналізували особливості написання і подачі матеріалів у сучасній регіональній пресі. Як правило, автори звертаються до всіх трьох жанрів журналістики. Публікацій інформаційної групи найбільше, особливо популярні замітки і звіти. До аналітичних жанрів звертаються заради того, щоб висвітлити і проаналізувати певний конфлікт, проблемну ситуацію, яка турбує багатьох людей. Художньо-публіцистичні жанри в порівнянні з іншими представлені найменше, бракує сатиричних творів, де автор вдається до гострої іронії та сарказму. Тематика виступів досить різноманітна: від проблем і подій невеликого села до загальноукраїнських питань.

Список використаної літератури

1. Василенко М.К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі: Монографія / Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2006. – 236с.

2. Василенко М.К. Тенденції розвитку аналітичних матеріалів у сучасній журналістиці // Наукові записки Інституту журналістики. – к.: Інститут журналістики, 2006. – Т.22. – С.108-114.

3. Здоровега В.й. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Львів: ПАІС, 2004. – 268с.

4. Кузнєцова О.Д. Аналітичні методи в журналістиці: Навчальний посібник. – Львів, 2002. – 120с.

5. Михайлин І.Л. Основи журналістики: Підручник. Вид. 3-е доп. і поліп. – К.: ЦУЛ, 2002. – 284с.

Жанрова палітра газети «Ваш шанс»

В сучасній журналістиці, коли за одиницю часу виходить безліч одиниць інформації, на перший план виходить питання про її жанрологію. Традиційно журналістські жанри поділяють на інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні. Наше дослідження має на меті розглянути дану жанрову класифікацію, виявити особливості кожного жанру та проаналізувати їх на прикладі газети «Ваш Шанс». Також з’ясувати які жанри переважають в даному виданні. У роботі розглянута та частина матеріалу даного регіонального ЗМІ, що охоплює часовий відрізок останнього 2007 року, що дозволяє у повній мірі аналізувати використання жанрової палітри.

Насамперед з’ясуємо що таке жанр.

У «Великому тлумачному словнику сучасної української мови» подається три визначення жанру: «1. Вид творів галузі якого-небудь мистецтва, який характеризується певними сюжетними та стилістичними ознаками... 2. Живопис на побутові теми; картина побутового сюжету... 3. Спосіб що-небудь робити; сукупність прийомів; стиль, манера...» [2, 272]. Д. Григораш визначає жанр, як «усталений тип твору, який склався історично і відзначається особливим способом освоєння життєвого матеріалу, характеризується чіткими ознаками структури» [3, 76]. За М. Василенком жанром завжди є певна точка зору, можливість адекватного сприймання об’єкта, засоби відображення, методологія підходу. Він вважає, що у кожному жанрі сучасної журналістики по-різному віддзеркалюється авторська думка, кожний жанр не тільки інтерпретує подію з певної точки зору, а й самим фактом цієї інтерпретації впливає на подальший розвиток подій [1, 9].

Як бачимо, в журналістикознавство немає однозначного тлумачення жанру. Але ці тлумачення близькі між собою. Це відбувається через те, що жанри постійно видозмінюються «не тільки через збільшення колективного творчого досвіду редакційних колективів. Вони відповідають конкретним запитам соціальної реальності, до того ж з капіталізацією суспільства і зростанням конкуренції видозміна жанрів відбувається ефективно прискореними темпами... Історія жанрів української журналістики досліджена вкрай недостатньо і очікує спеціальних наукових розробок, де на конкретних прикладах простежувалася б еволюція кожного жанру в певних історичних умовах»[1, 10].

Теоретичний висновок був зроблений В. Ученовою так: «усвідомлюючи й творчо освоюючи процес розвитку жанрів, важливо не випускати з уваги, що за основні наочними метаморфозами жанрів відбувається багатомірне сполучення, перетинання й взаємодія методів журналістського пізнання, репортерського пошуку, прийомів дослідження, і саме в цих, захованих у глибині рядка, взаємодіях виявляється багато «секретів» еволюції традиційних жанрових форм» [5].

Для досягнення поставленної мети нами було опрацьовано 30 номерів газети «Ваш Шанс» за 2007 рік. Насамперед дамо загальну характеристику газети. Це суспільно-діловий щотижневик, що виходить російською мовою на території міста Сум.

У рубриці «Новости» друкуються інформаційні повідомлення. Вони гранично короткі. Це оперативний виклад сутності актуальних: факту, події, явища. Прикладом є матеріал під назвою «И вот он вернулся» (ВШ – 2007. – №17. – С.2А.): «Губернатор Сумщины Павел Качур 17 апреля назначил руководителем аппарата ОГА экс-мера Сум Алексея Андронова. Напомним, что это уже не первак попытка Андронова вернуться на Сумщину, после того как он покинул место мэра в 2002 г. (мотивируя это давлением на него со стороны В.Щербаня) и уехал в Киев. В ноябре 2005 г. Он пытался вернуть себе кресло мэра, но неудачно. Тогда депутаты горсовета посчитали его притязания необоснованными . Попытка баллотироваться на выборах-2008 также не увінчалась успіхом».

Взагалі у газеті багато добірок заміток у постійних рубриках під назвами «С миру – по факту», «Гоп-стоп», «АРТновости». У них друкуються короткі повідомлення в 10-20 рядків, містять в собі короткий виклад передісторії факту, події або явища. Це відповідно новини закордону, кримінальні новини та повідомлення про події культури, мистецтва, шоу-бізнесу. Мають заголовки, наприклад: «Население Болгарии сокращается» (ВШ – 2007. – №14. – С.3А.), «Из японского музея украли 100 килограммов золота» (ВШ – 2007. №12. – С.3А.), «Убийства» (ВШ – 2007. – №18. – С.10А), «Унесли два телевизора и стиральную машину» (ВШ – 2007. – №23. – С.10А), «Ксению Собчак бойкотируют в Калининграде» (ВШ – 2007. №29. – С.22А.), «Сердючка нашла отца» (ВШ – 2007. – №26. – С.22А.).

Інтерв’ю стало досить популярним жанром масової преси в наш час. Не дивлячись на розмаїтість видів інтерв’ю., звичайно воно передається у формі діалогу: питання журналіста й відповіді другої особи, має на меті коротке висвітлення факту, події, явища, розповідь про самого суб’єкта. У 29 номерах газети є інтерв’ю. Ось приклад інтерв’ю з відомою російсько. Актрисою, режисером і драматургом Іриною Міхеічевою, автором п’єси «Гість», за якою театр ім. Щепкіна поставив однойменний спектакль: « – Когда вы решили стать актрисой, то, наверное видели сцену в радужных цветах? – Нет, никогда не обольщалась. Знала, что актерство – достаточно тяжелый труд, будни суровые. Но я сама выбрала и не жалею. В профессии актрисы не устраивает одно – зависимость от плохого режиссера…» (ВШ – 2007. –№11. – С.22А.)

На полосі «Здоровье» друкується спеціалізована інформація про факти та явища з галузі медицини та різноманітні поради щодо покращення здоров’я. Основну частину цієї полоси займають кореспонденції. Вони мають, наприклад, такі назви: «Черные секреты белого молока» (ВШ – 2007. – №47. – С.23А.), «Азбука самомассажа» (ВШ – 2007. – №50. – С.23А.), «Воюем с бессоницей» (ВШ. – 2007. – №48. – С.22А.), «Глаз – как алмаз» (ВШ – 2007. – №47 – С.23А.), «О пользе второго хлеба» (там же), «Босоногая тренировка» (ВШ – 2007. – №48. – С.22А.), «Немощь можно победить!» (ВШ – 2007. – №50. – С.23А.),» Похлопайте себя... по ушам» (там же).

В газеті було виявлено мало звітів. В основному на соціальні теми, про зустрічі з депутатами. Наприклад, в №23 надрукований звіт про з’їзд фракції БЮТ, на якому вона достроково позбавила повноважень 103 своїх народних депутатів: «За принятие соответсвующего решения делегаты съезда проголосували единогласно. Полномочия будут прекращены на основании заявлений о выходе депутатов из фракции. После голосования Тимошенко отметила, что в святи с преращением полномочий народних депутатов нынешний состав Верховной Рады Украины явлется нелегитимным. Межпартийный съезд блока Наша Украина также принял решение о досрочном прекращении депутатских полномочий 66 депутатов фракции блока Наша Украина» (ВШ – 2007. – №23. – С.2А.). Це означає, що цей жанр застарів. Він користувався популярністю в радянські часи, коли проходили комсомольські й профспілкові збори, зустрічі різних делегацій і т.д.

Також друкуються й репортажі на різні теми. Так, наприклад, друкувався подієвий репортаж, де журналістка газети «Ваш Шанс» відвідала зйомки програми « Жди меня», що проходили 23 жовтня в центрі міста біля Альтанки. « Пойдя туда, я увидела небольшое скопление народа. Работа кипела вовсю. Люди заполняли анкеты, режиссер и редакторы подробно разъяснили вновь прибывшим, что и где писать, а операторы с разных точек снимали это действо… «Добрий вечір, Москва! Добрий вечір, Україно! Як бачите, ми сьогодні не на Київському вокзалі, а на Театральній площі міста Суми», – раз пятнадцять сказал на камеру ведучий передачи «Жди меня» и телеканала «Интер» Анатолій Бондаренко... Вообще трудная работа – снимать передачу...» (ВШ – 2007. №44. – С.20А.). В данному репортажі використана й пряма мова, й короткі діалоги. В матеріалі ми бачими емоційність і суб’єктивні відчуття, що є ознаками репортажу. В даній газеті більше переважають подієві репортажі, ніж пізнавальні.

Нерідко друкуються листи, які являють собою пряме звернення автора до конкретного адресата, що мають на меті або залучення уваги до проблеми, або отримання відповіді. Прикладом такого жанру є надрукований лист від не працевлаштованої самотньої матері, якій 52 роки. Вона цікавиться чи заберуть її сина до армії. З допомогою редакції на її питання відповідав начальник відділення комплектування Сумського об’єднаного міськвоєнкомату Ігор Благовіщенський (ВШ – 2007. – №50. – С.14А.).

Часто друкуються невеликі журналістські розслідування. В матеріалах такого жанру розповідається про процес пошуку відповідей на актуальні питання, розбору скандальних подій, кримінальних історій. Журналіст збирає й аналізує факти автономно від відповідних служб й органів або разом з іншими фахівцями. Наприклад, у матеріалі «Синяя» птица: не умер – не жалуйся! Почему никто не проверяет продукты, которые предлагаються сумскому покупателю?» (ВШ – 2007. – №17. – С.13А.) журналіст, відштовхуючись від листа, що прийшов у редакцію, проводить експеримент, у ході якого виявляється, що споживачі продуктів харчування не застраховані від покупки продуктів з вичерпаним строком реалізації.

На сторінках газети наявні й коментарі, які покликані не тільки розібрати по поличках складну фактуру, але й повною мірою привселюдно виразити думки компетентних осіб стосовно подій, факту, явища. У матеріалі «Надо бить во все колокола! – считают депутаты, так как имуществу бывших ПЖРУ грозит захват частными структурами» (ВШ – 2007. – №17. – С.8А.) висвітлюється проблема продажу комунального приміщення. З цього приводу подаються коментарі компетентних в даній проблемі осіб.

В кожному номері газети друкуються фейлетони. Наприклад, у матеріалі під назвою «Боевой кот» (ВШ – 2007. №48. – С.28А.) розповідається про кота, який «закрив» одного з героїв розповіді (Сергія) на кухні. Сергій три години не міг вийти з неї, бо кіт кидався на нього. Коли задзвонили в двері, прийшлося приймати міри – облити кота водою. Загалом це сатиричні описи ситуацій, проблем, фактів з активним використанням алегорій, гіпербол.

Таким чином, у нашому дослідженні ми розглянули жанрові особливості масової преси. Для цього нами були розглянуті жанри, представлені в досліджуваній нами газеті, визначені їх основні складові, названі головні риси. Ми побачили, що серед інформаційних жанрів переважають замітки, вони друкуються в основному в добірках, кореспонденції мають більший, ніж замітки обсяг та відрізняються широтою висвітлення, звіти практично зникли, переважає інтерв’ю у вигляді діалогу й репортаж друкують звичайно подієвий. Аналітичні жанри представлені коментарем, журналістськими розслідуваннями та листами. Художньо-публіцистичні жанри представлені фейлетонами.

**Список використаної літератури**

1. Василенко М.К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі: Монографія / Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2006. – 236с.

2. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред Т.Бусел. – К.: Ірпінь: ВПФ «Перун», 2003. – 1140с.

3. Григора Д. Журналістика у термінах і виразах. – Львів, 1974. – 293с.

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

5. Ученова В.В. Метод и жанр: диалектика взаемодействия. // Методы журналистского творчества. – М., 1982. – С.89.

6. Ваш Шанс 2007.

Проблеми соціального захисту

на сторінках районних газет

Нестабільна політична ситуація в країні, що склалася останнім часом, не могла не вплинути на економічний розвиток нашої держави. Різке підвищення цін на продукти та комунальні послуги викликало занепокоєння у населення, особливо у тих груп, які потребують соціального захисту. Тому, щоб мати необхідні знання про свої соціальні права і отримати щодо їхнього правильного застосування, преса повинна інформувати населення про все, що стосується соціального захисту. Як виконує це завдання районна періодика ми спробуємо з’ясувати в нашому дослідженні.

Мета нашої роботи – на прикладі районних газет «Глухівщина», «Вісті Роменщини» та «Наш край» Липоводолинського району схарактеризувати висвітлення проблем соціального захисту, від слідкувати, у якій формі подається відповідна інформація та в якому обсязі.

Щоб говорити про проблеми соціального захисту, визначимо спочатку тлумачення самого поняття.

За соціологічним словником, соціальний захист – сукупність соціальної та юридичної гарантії, метою яких є забезпечення державою для кожного члена суспільства реалізації його найважливіших соціально-економічних прав, у тому числі права на рівень життя, необхідний для нормального відтворення та розвитку особистості [1; 495]. Юридична енциклопедія подає інше визначення: соціальний захист – це система економічних, правових, організаційних та інших заходів держави по забезпеченню соціальних прав і гарантій громадян [2; 560].

Ці два визначення дають підстави зробити висновок, що соціальний захист – це система заходів, спрямована на забезпечення соціальних гарантій, економічні підтримку певних верств населення. Зазначимо групи людей, які потребують цього захисту. Це особи похилого віку, багатодітні та молоді сім’ї, інваліди, робітники з фіксованим заробітком. Вони повинні бути забезпечені соціальними послугами. Тобто комплексом прав економічних, психологічних, освітніх, медичних, реабілітаційних та інших заходів, спрямованих на окремі соціальні групи чи індивідів, які потребують сторонньої допомоги для поліпшення або відтворення їх життєдіяльності, соціальної адаптації та повернення до повноцінного життя.

Щоб вищезазначені групи людей могли себе захистити, були ознайомлені зі своїми правами та знали про надані їм державою пільги, районна преса мусить виконувати функцію інформування. Орієнтація на читача при цьому обов’язкова.

Об’єктом нашого дослідження стали районна громадсько-політична газета «Глухівщина», міськрайонна газета «Вісті Роменщини» та Липоводолинська районна газета «Наш край» за період 1 січня – 24 листопада 2007 року.

Зупинимося на кожній газеті окремо, з’ясуємо, яким чином на сторінках цього періодичного видання подаються проблеми соціального захисту.

Опрацювавши 87 номерів газети «Глухівщина», ми нарахували 53 матеріали на досліджувану нами тему. Для висвітлення питань соціального захисту відводяться спеціальні рубрики: «Соцзахист», «Пенсійний фонд інформує», «соціальна служба радить», які є постійними. Інформація на нашу тему друкується й під іншими рубриками: «Актуально», «В райдержадміністрації», «Запитували? Відповідаємо», «До уваги», «День відкритих дверей», «За вашими листами», «Реклама та оголошення», а також «Гаряча лінія». На сторінках газети ведеться спілкування редакції зі своїми читачами. На це вказують як назви деяких наведених нами рубрик, так і спосіб подачі матеріалів у формі «звернення – відповідь», «проблема – коментар». На запитання читача відповідає компетентна особа. Наприклад, у №77 газети «Глухівщина» в матеріалі «Кому надається субсидія» під рубрикою «За вашими листами», розглядається звернення жителя села Кучерівка Миколи Грінченка. У заголовок матеріалу винесене основне питання зі звернення. Поруч з листом читача подається і пояснення відповідної особи. За таким принципом побудовані й матеріали «Про пенсійне забезпечення», «Про пільгові ліки й пільговий проїзд», «Про пенсії за особливі заслуги» під рубрикою «Запитували? Відповідаємо».

Окремо подається інформація з Пенсійного фонду України – «Пенсійний фонд інформує». В основному дописувачами до згаданих нами рубрик є представники державних установ: заступник начальника управління праці та соціального захисту населення РДА, завідувач соціально-побутової реабілітації інвалідів районного територіального центру, начальник управління Пенсійного фонду України в районі тощо. (Такий же авторський склад рубрик соціального захисту й у інших досліджуваних нами газетах).

Широко представлена рубрика «Гаряча лінія», яка порушує проблеми соціального захисту. Зокрема, населення хвилює, як оформити тимчасову державну допомогу дітям, батьки яких ухиляються від сплати аліментів; чи мають право відмовити в призначенні державної соціальної допомоги малозабезпеченої сім’ї, якщо один із батьків не працює; переймаються читачі нарахуванням пенсій за особливі заслуги перед Україною, оздоровленням технічними засобами реабілітації тощо.

Проаналізуємо подачу інформації на тему соціального захисту міськрайонною газетою «Вісті Роменщини». У 96 орпацьваних нами номерах надруковано 137 матеріалів на тему соціального захисту. Представлені рубрики: «Соцзахист», «Пенсійний фонд інформує», «Запитували? Відповідаємо». Вони є постійними й присутні майже в кожному номері. Під іншими рубриками матеріали з питань соціального захисту ми не зустріли.

У 94 опрацьованих номерах Липоводолинської районної газети «Наш край» ми нарахували 57 матеріалів. Соціально значима інформація друкується під рубриками «Соцзахист», «Пенсійний фонд інформує», «Запитували? Відповідаємо», «Роз’яснює спеціаліст», «Прийом громадян», «Від Хоролу до Груні», «Звернення громадян», «Актуально», «Наші інтерв’ю». Починаючи з дев’ятого номера газети на висвітлення питань та проблем соціального захисту відводиться ціла сторінка – «Консультпункт». Друкується вона не в кожному номері, чітка періодичність її виходу не прослідковується. Сторінка містить кілька рубрик (назви деяких із них ми уже згадували), під якими матеріали подаються за вже названими нами принципом: запитання читача – відповідь компетентної особи. Більшість матеріалів суто інформаційного характеру, автори яких представники державних установ з питань соціального захисту. У публікаціях простежуються все ті ж питання: підвищення пенсій, умови надання субсидій, допомоги тощо.

Порівнюючи досліджувані нами три видання, можемо вказати на їхню схожість у висвітленні та подачі інформації на тему соціального захисту.

Відмітимо однакові рубрики: «Соцзахист», «Пенсійний фонд інформує», «Запитували? Відповідаємо». Щодо публікацій, то можемо виокремити три основні форми їх подачі:

 інформація (рубрики «Соцзахист», «Пенсійний фонд інформує», «Соціальна служба радить», «До уваги», «Актуально», «В райдержадміністрації», «Від Хоролу до Груні» тощо);

 інтерв’ю з компетентними особами («Наше інтерв’ю», «Консультує спеціаліст» та інші);

 відповіді на листи та дзвінки читачів («Гаряча лінія», «Запитували? Відповідаємо», «Звернення громадян», «Ви нам писали», «За вашими листами»).

Звернення до редакції читачів з проханням пояснити чи допомогти розібратися в питанні, яке стосується соціального захисту, дають підстави стверджувати, що населення потребує цих знань, його цікавить і хвилює це питання.

Найчастіше, як виявилося, звертаються до проблем нарахування та виплати пенсій, допомоги одиноким матерям, відпочинку ветеранів і чорнобильців, реабілітації інвалідів та ін. іноді матеріали повторюються, як у виданні «Вісті Роменщини». У номерах 60 і 61 надрукована однакова інформація під рубрикою «Соцзахист». Матеріал – «До уваги чорнобильців», у якому йдеться про надання пільг людям цієї групи. Чому матеріал повторюється двічі – сказати важко. Можемо лише припустити, що це зроблено спеціально для кращої проінформованості населення. А, можливо, так сталося через неуважність головного редактора.

За нашими підрахунками, найбільше уваги проблемам соціального захисту приділяє редакційний колектив газети «Вісті Роменщини» – 137 матеріалів за досліджуваний нами період. Далі – «Наш край» – 57, і «Глухівщина» – 53.

Зауважимо, що основна кількість опублікованих матеріалів стосовно проблем соціального захисту носить інформаційний характер. На наш погляд, різноманітність рубрик і тем свідчать про те, що редакційні колективи враховують інтереси тієї групи населення, яка потребує соціального захисту.

**Список використаної літератури**

1. Соціологія: короткий енциклопедичний словник. Укладач.: В.І.Волович, М.В.Захарченко та ін.; Під заг. ред. В.І.Воловича. – К.: Укр. центр духовн. культури, 1998. – 736с.

2. Юридична енциклопедія: В 6 т. / Редкол.: Ю.С.Шемшученко (голова редколегії) та ін. – К.: «Укр. енцикл.», 1998. – Т.5: П-С. – 2003. –736с.

Емоційна аргументація на шпальтах сучасної періодики

Існування і функціонування сучасних засобів масової комунікації України неможливе без оцінювання політичного, економічного і культурного життя суспільства. Важливого значення набуває і якість аргументації таких оцінок. На наш погляд, є актуальною проблема аналізу саме емоційної аргументації, її засобів і форм вираження, стильових особливостей і впливу на свідомість, підсвідомість та дії репицієнта. Адже емоції, які журналісти вкладають у процес доведення певної точки зору, відкривають шляхи до сердець. «Емоції в журналістиці – річ небезпечна!» [4, 121].

Питання емоційної аргументаці розглядали як вітчизняні журналістикознавців (В. Здоровега, І. Михайлин, В. Карпенко, К. Серажим та ін.) так і закордонні (О. Тертичний, Г. Брутян, Ф. Ван Еємерн, В. Гак, В. Голубєв та ін.).

Мета нашої роботи полягає у вивченні ролі емоцій, їх засобів та результатів впливу у процесі аргументації.

Ми поставили перед собою такі завдання:

ознайомитись із базовими теоретичними дослідженнями з питань аргументації та емоцій;

виявити стилістичні та словотвірні особливості засобів емоційної аргументації;

вивчити особливості використання емоцій в аргументах матеріалів українських друкованих засобах масової комунікації (проілюструвати їх прикладами).

Об’єкт дослідження – журналістські матеріали, в яких для доведення і переконання використовується емоційна лексика.

Предмет дослідження – українські друковані видання: «Україна молода» («УМ»), «Дзеркало тижня» («ДТ»), «Урядовий кур’єр» («УК»), «Деловая столица», «Панорама», «Київські відомості» («КВ») та інші періодичні всеукраїнські та регіональні видання Сумщини, Харківщини, Полтавщини та Одещини.

Спираючись на базові дослідження з питань аргументації та емоцій, ми спробувади розглянути цю проблему в контексті газетного дискурсу.

Емоції – це особливий клас суб’єктивних психологічних станів людини, які відображають у формі безпосередніх переживань, відчуття приємного і огидного, ставлення людини до світу і людей, процес і результати його практичної діяльності [8].

Емоційна аргументація широко застосовується у газетному стилі. Це пов’язано з однією із основних функцій цього стилю: вплинути на читача і впевнити, переконати його [7, 2]. Зазначимо, що найчастіше аргументація використовується у публіцистичних та аналітичних жанрах, рідше – в інформаційних.

У процесі публічної аргументації понятійні, раціональні аргументи поєднуються з емоційно0образними засобами впливу на свідомість аудиторії. Читаючи статтю, ми не можемо не пройнятися тими почуттями, емоціями, якими супроводжується процес аргументації. Це насамперед безпосередні емоційні оцінки. «Глядя в калейдоскоп переговорных узоров, никак не могу понять, от чего подташнивает – не то вестибулярка слабая, не то такая реакция на «Печерский бунт» – бессмысленный и бесконечный» («Зеркало недели». – №19(648). – 2007).

Ключовим моментом у процесі аргументації є вибір оцінки, яка, власне і регулює акт прийняття реципієнтом остаточного рішення, враховуючи базові цінності, які є спільним для обох сторін. Вона може бути як основною, так і допоміжною метою висловлювань.

У ролі оцінки при аргументуванні у газетно-публіцістичному тексті зазвичай виступають речення з предикативною ознакою, вираженою предикативними прислівниками типу: не варто, неприпустимо, очевидно, потрібно, доцільно. «Очевидно, що крім суто «піарної» мети – реклами Януковича для народу, ідейні натхненники появи Віктора Федоровича на телеканалі ІСТV мали ще й іншу, можливо, первісну мету: послання до Президента та його команди. Так, скажімо, директор Центру політичних досліджень і конфліктології Михайло Погребінський вважає, що Янукович у цьому інтерв’ю продемонстрував вельми жорстоку позицію, яка просто віддзеркалює реальний стан справ – небажання Президента йти на компроміси та його участь у дестабілізації». («УМ». – №38 (3069). – 2007). А також речення, які апелюють до різних видів ціннісних категорій, таких як «людське життя», «порядок», «справедливість». «Вибори президента в 1994 році проходили на хвилі бажання дисципліни й організованості. – Порядок і порядність!» («День». – №46. – 2001).

Вираження оцінки відбувається за участю різноманітних мовних засобів [7, 1]. Одним із засобів вираження емоцій у процесі аргументації є емоційна лексика, тобто слова, що мають у своєму значенні компонент оцінки, виражають почуття, позитивне чи негативне сприймання дійсності [3, 157].

Як виразник емотивної функції мови емоційна лексика характеризує ситуацію спілкування, соціальні відносини, психічний стан мовців.

Безпосереднім виразником людських емоцій виступають вигукові слова (Цур! Леле! Тю! О! Е! Ах! Ох! Гай! Буде!) – вони багатозначні, семантика їх розкривається у контексті.

З почуттєвою сферою пов’язані слова, що називають:

Ш психічні, внутрішні стани, характер, світовідчування, переживання (радість, любов, щастя, журба, сум, ненависть, гнів, ніжний, любий, щирий, тяжко, сумно, гніватись, радіти). «Термометри просто оскаженіли. На Україну напала рекордна за 70 років спека. Потерпають і люди, і майбутні врожаї зернових, овочів та навіть фруктів». («УМ»). – №90 (3121). – 2007).

Ш будь-яке поняття з оцінним компонентом – позитивним або негативним. Оцінне значення виявляється у назвах – характерах людей (красень, сонечко, пройдисвіт, баламут, амеба), навколишнього середовища, предметів (палац, хороми, конура), емоційна кваліфікація дій людини (базікати, бовкати, верзти, варнякати). «Якість «козли» знову заважають жити Януковичу. Він так на них образився, що пообіцяв усім цього разу «повідбивати руки». («Без цензури». – №9 (205). – 2007).

Емоційне забарвлення реалізується за допомогою типових словотворчих засобів української мови – суфіксів із значення пестливості, здрібнілості, згрубілості: -к, -ик, -ок, -очок, -иц, -оньк, -еньк, -есеньк, -це, -ищ, -ач, езн.

Емоційне забарвлення слова залежить від контексту. Форми зі здрібніло-пестливими суфіксами можуть передавати зневагу, іронію, сарказм. «Радянський літачок «у прольоті» – Тернопіль оголосив війну меморіалам тоталітарного минулого». («УМ»). – №91 (3122). – 2007).

Різні стилістичні колорити – ласкавість, ніжність, інтимність, доброзичливість, обурення, гнів – також створюються емоційно забарвленою лексикою [3, 157-158].

Природна сфера побутування емоційної лексики – розмовний стиль, в якому виявляється безпосереднє сприйняття дійсності людиною, її суб’єктивні оцінки, виражені у доборі слів. «Чешка на лижах «взула» всіх у вирішальній гонці. Шестиразова призерка Олімпійських ігор легко довела свою зверхність над усіма суперницями». («УМ»). – 38 (3069). – 2007).

Без емоційної лексики не виконуватиме свого призначення публіцистичний текст. «Національну кіностудію ім. О.Довженка зараз ріжуть по живому, забираючи частину її теорії за міфічні борги шестирічної давності, які перетворилися за цей час на десять мільйонів гривень». («Київські відомості». – №9 (638). – 2007).

«О, сильні світу цього! О, «власть імущиє» – пп. Янукович, Тимошенко, Мороз і Симоненко... Ага, ще Ющенко, але там залишився вже тільки мізер влади». («УМ»). – № 34 (3065). – 2007.

Ми дійшли до висновку, що емоції відіграють вважливу роль в процесі аргументації. Адже вони дають можливість впливу на читацьку підсвідомість, тим самим «відкриваючи інформацію дорогу до серця читача». Для ефективності журналістського матеріалу необхідно враховувати психологію автора в репіцієнта. Якими б не були органічними й необхідними засоби емоційного впливу в процесі аргументації, вдаватись до них треба дуже обережно. Вони можуть сприяти ліпшому, виразнішому формуванню певної істини, а можуть і навпаки робити її невиразною, незрозумілою, спотвореною. Емоційні аргументи часто виступають як засоби маніпулювання свідомістю і підсвідомістю читача, відвернення аудиторії від істинного шляху мислення. Тому журналіст повинен знати межі такого впливу і не використовувати його для пропагування асоціальних ідей. Необхідно керуватися Етичним кодексом журналістів. Адже все залежить від совісті і позиції самого журналіста.

**Список використаної літератури**

1. Гаванко С. Аналіз аргументивного эффекта оценочной семантики в естественном языка (на матери але американських текстов). – М.: Мос.гос.лингв.унив., 2002

2. Голубев В.Ю., Гудкова К.в. Письма в редакцію в английской газете: аналіз аргументации. – СПб.: Унив., 2002

3. Єрмоленко С.Я. Емоційна лексика // Українська мова: Енциклопедія // за заг. ред. Русанівського В.М. – К.: «Укр. енцикл.», 2000. – 752с.

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

5. Карпенко В. Основи професіональної комунікації. – К.: Нора-прінт, 2002. – 348с.

6. Михайлин І.л. Основи журналістики: Підручник. – К.: ЦУЛ, 2002. – 284с.

7. Серажим К.С. Категорії оцінки й аргументації в публіцистичній мові газети.

8. http://www.psy.rin.ru

Жарова палітра газети «Суми і сумчани»

У статті на прикладі комунальної газети «Суми і сумчани» досліджується специфіка подання жанрів на її сторінках з початку видання, датована 1 лютим 1990 року й до сьогодення.

Мета нашої роботи з’ясувати жанрову палітру «Суми і сумчани», дотримуючись запропонованої нами класифікації.

Об’єктом дослідження є жанрові та стилістичні особливості газети «Суми і сумчани2, яка спочатку була органом Сумського міськкому КП України, а згодом стала органом Сумської міської ради.

Актуальність теми полягає в тому, що комунальні видання Сум практично не досліджувані науковцями нашого міста. Є декілька публікацій з часів заснування газети та про зміну редакторів видання.

У межах різних потоків журналістської інформації існують вироблені практикою, історично сформовані жанри. Жанрологія – одне з найдискусійніших питань сучасного журналістикознавство. Існують різні концепції щодо жанрового поділу текстів. Використавши визначення жанру Львівського професора В.Здоровеги, зможемо визначити жанрову палітру комунальної газети «Суми і сумчани». Тож, жанр – «усталений тип твору, який склався історично і відзначається особливим способом освоєння життєвого матеріалу, характеризується чіткими ознаками культури».

Різні жанри журналістики прийнято групувати відповідно в інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні.

Тематика газети змінювалася відповідно до часових вимог та попиту читача. На основі аналізу публікацій у тематичній палітрі можна виділити такі групи:

1. Матеріали громадсько-організаційного життя сумчан;

2. Огляд.

Газета характеризується стабільністю рубрик: «Офіційно», «Життя як воно є», «Пульс міста», «Актуально», «Поради психолога», які присвячені відображенню діяльності органів влади різних рівнів.

Інформація в цих рубриках зазвичай висвітлюється однобоко, відображаючи тільки позицію влади з різних питань. Автори подають матеріали в нейтрально-позитивному контексті.

Щодо жанрів: інформаційні методи пізнання дуже гарно просліджуються у жанрах кореспонденція, репортаж, інтерв’ю, звіт, замітка. Аналізуючи аналітичні матеріали, ми знайшли тільки статтю, огляд, листи, коментар. Про художньо-публіцистичні жанри можна сказати, що вони майже відсутні, інколи можна зустріти портретний нарис.

Журналістське розслідування

на сторінках української преси

Одним із найбільш поширених і найбільш цікавих жанрів в журналістиці – це журналістське розслідування.

Приступаючи до дослідження цієї теми, я аж ніяк не підозрювала, наскільки вона є складною та багато аспектною. Власне, з погляду журналістикознавців журналістське розслідування не так давно, в усякому разі в Україні шість-сім років тому. І це насамперед пов’язано з новими українськими реаліями.

Стаття присвячена розглядові та аналізу основного визначення «журналістського розслідування» різними дослідженнями.

Актуальність теми. Українська журналістика пережила досить тривалий час, коли теми виступів преси, їх так звана актуальність, диктувалась зверху. Журналістське розслідування сьогодні перемістилось у площину конкурентоспроможності. На сьогоднішній день цей жанр присвячений злобі дня, викриває ті теми, що хвилює публіку в певний момент. На мою думку, журналістським розслідуванням цікавляться більше людей, ніж іншим якимось жанром, тому що так вже склалося, що читач більш за все цікавиться свіжою, неординарною інформацією, яку журналіст оприлюднює людям.

Мета даної статті – розглянути особливості журналістського розслідування, а також дослідити процес становлення журналістського розслідування як окремого жанру.

Об’єктом дослідження виступають матеріали української періодики, які містять журналістське розслідування та які викликають інтерес серед публіки.

Основне завдання матеріалів цього жанру полягає в повідомленні певних відомостей, які приховані якимись особами та організаціями. Журналістське розслідування посідає особливе місце в журналістиці.

Цей жанр надає журналісту право досліджувати та оприлюднювати важливі теми, які окремі особи та організації хотіли б залишити в таємниці.

Журналістське розслідування – це не просто жанр, тому що воно може вестися у різних жанрах, від репортажу до художньо-документальної книги.

Сьогодні громадськість дедалі більше виявляє увагу до самостійних журналістських досліджень. Євген Головаха один з найвідоміших українських соціологів, під керівництвом якого проводиться багато соціологічних досліджень, слушно зазнає: «...найголовніший, на мій погляд, гріх нашої журналістики – це практично повна відсутність такого жанру як розслідування. Тоді б ті, хто неправедно діє, – в політиці, в економіці, – боялися б викриття».

Відомий американський журналіст Джон Уллмен вважає, що журналістське розслідування – «журналістський матеріал, заснований, зазвичай, на власній роботі та ініціативі, на важливі теми, які окремі особи та організації хотіли б залишити у таємниці. Три основні елементи: журналіст проводить дослідження, якого не проводив ніхто інший; тема матеріалу важлива для читача або глядача; зацікавлені намагаються приховати наведені у дослідженні факти від громадськості». Такого типу розслідувань в українських мас-медіа справді немає, а якщо вони трапляються, то дуже рідко і здебільшого, супроводжуються важливими скандалами, судовими позовами. На це існують об’єктивні і суб’єктивні причини. Насамперед історичні. У той час, коли преса розвинутих країн дозволяла собі з метою утвердження демократії розслідувати порушення норм засад, нечисленні українські періодичні видання змушені були відстоювати елементарне право власного народу на життя, на існування власної мови, культури.

Якщо, навіть, в умовах тоталітаризму кращі російські публіцисти дозволяє собі розслідувати проблемні явища тогочасного життя, українські мислителі за спроби вивчення болючих процесів економічного і культурного виродження нації втрачали роботу і замість виданих книг, публікації власних досліджень діставали судові вироки. Достатньо назвати Миколу Руденка, Івана Дзюбу, Юрія Бадзьо, В’ячеслава Чорновола, Михайла Осадчого. Відсутність належних традицій, жалюгідне економічне і правове становище мас-медіа в Україні, переслідування і, навіть, тепер стосовно окремих журналістів, зумовлений цим страх, а також інші причини призвели до того, що розслідування зловживань і злочинів. Їх ведуть як опозиційні політики, так і окремі журналісти. Можна назвати гострі викривальні виступи покійних сьогодні Бориса Дерев’яненка, Володимира Іванова, Георгія Гонгадзе. У розсліду вальній журналістиці працювали і працюють Степан Колесник, Іван Болій, Тетяна Коробова, Олег Єльцов. Непогано зарекомендували себе у цій сфері львівські газет ери Світлана Мартинець, Валерій Сагайдак та інші журналісти регіональних видань.

Однак, на відміну від зарубіжної практики, у ЗМІ України відсутні розвідувальні структури, спеціальні періодичні видання, журналістські агентства. Можна вести мову про такі видання, як «Свобода», «Грани», окремі телепередачі. Найрозвиненішими є «розсліду вальні сайти у Інтернеті». Назвемо хоча б «Українську правду, «Українську кримінальну». Цього явно замало. До того ж названі видання і канали зазнають постійних переслідувань, їх звинувачують у продажності, а над незалежними журналістами чиняться розправи.

Отже, можна зробити висновок, що журналістське розслідування – це один із різновидів аналітичного методу дослідження реальних явищ. Цей жанр ще тільки починає розвиватися. Але не дивлячись на це, він вже заволодів великою кількістю читачів.

Дослідивши цю тему, я хочу зазначити, що в нашій країні є дійсно видатні журналісти, які підняли цей жанр на етап розвитку. І цим ми повинні, перш за все, пишатися, бо вони цього гідні.

Жанрова палітра на сторінках газети «В двух словах»

Ця робота присвячена дослідженню жанрової палітри на сторінках газети «В двух словах». Чистота жанрів у журналістиці – поняття відносне. Частіше зустрічаються матеріали «змішаних» жанрів. Жанр – це усталений тип твору, що склався історично і відзначається особливим способом освоєння життєвого матеріалу та характеризується чіткими структурними ознаками.

Себто кожен освоєний тобою життєвий матеріал – кожна тема, думка вимагають максимально зручної для себе форми, способу подачі, такого собі одягу в якому вони виглядатимуть якнайліпше, найефективніше, найвиразніше. Таким одягом для твоєї думки і стає жанр – та чи інша усталена форма, в якій цю думку найкраще донести до людей. [5, 31].

Отже, які жанри є у журналістиці? Теоретики не завжди сходяться у їх визначенні, але це говорить лише про те, що журналістика – справа динамічна, і в ній щось постійно змінюється. Наведемо основні жанри, якими користується більшою чи меншою мірою наші ЗМІ.

Інформаційні: замітка, розширена інформація, інтерв’ю, репортаж, звіт, інформаційний огляд, інформаційна кореспонденція, інформаційна замальовка.

Аналітичні жанри: стаття, кореспонденція, аналітичний огляд, аналітичне інтерв’ю, рецензія.

Художньо-публіцистичні жанри: замальовка, нарис (нарис-портрет, проблемний нарис), інтерв’ю-портрет, есе, фейлетон.

Окремо хочу виділити журналістське розслідування. Одні його відносять до інформаційних жанрів, інші – до аналітичних. Це особлива форма організації та подачу матеріалу, за збором та обробкою – безсумнівно аналітична, за формою подачі іноді справді строго інформаційна.

Загалом про кожен із названих жанрів можна писати окрему книгу, і таких чимало написано. Вирішиш всерйоз зайнятися журналістикою, будеш їх читати й вдосконалювати свої знання та вміння.

Для початку ж варто освоїти хоча б інформаційні жанри. Замітка – коротке оперативне повідомлення, що відповідає всім вимогам, зазначеним у розділі «Медійна королева».

Розширена інформація – замітка, збільшена у обсязі, яка передбачає більш широке й детальне викладання подій. Тут можливі передісторія події, окремі характеристики героїв, коментарі.

Інтерв’ю – викладання фактів від імені того, з ким ведеться розмова.

Репортаж – показ події в її розвитку через безпосереднє сприйняття автора, який є її очевидцем чи учасником, з метою створення ефекту присутності читача /слухача/ глядача на даній події. Передбачає динамічність, яскравість, емоційність – суб’єктивованість подачі.

Звіт – як і репортаж, показ події в її розвитку її очевидцем, але без жодних суб’єктивних емоційних елементів. Передбачає послідовний виклад події з можливим вкрапленням прямої мови. Робиться переважно з офіційних або ж малодинамічних подій. Тим, хто хоче навчитися добре писати репортажі, варто почати з майстерного освоєння звітів.

Інформаційний огляд – опис подій, що відбувалися за певний час у певному регіоні без аналізу цих подій. Найпоширенішим є тематичні огляди (спортивний, культурний, кримінальний...)

Інформаційна кореспонденція – опис головного факту та приклади фактів подібних, цілісна картина яких виявляє певну тенденцію чи проблему, на яку варто звернути увагу. На відміну від аналітичної кореспонденції не аналізує даної тенденції чи проблеми і не робить прогнозу їх розвитку.

Інформаційна замальовка – жанр, який цілком під силу початківцям. Фіксує якийсь локальний і яскравий момент життя – зустріч, ситуацію, явище. На відміну від репортажу – одномоментна, обмежена в часі та просторі. Передбачає деталі, подробиці.

Як тобі вже зрозуміло, інформаційні жанри повідомляють про подію, факт; інформують. Не містять вираженої авторської позиції (винятком є репортаж, де обов’язково присутнє «я» та інформаційна замальовка). Обов’язково мають чітке розмежування факту та коментаря.

Для загального уявлення додамо кілька слів про інші групи жанрів. У аналітичних жанрах важлива знаковість, симптоматичність того, про що пишеш. Виникає ця симптоматичність із потреби вирішення даного питання для життя суспільства. Завданнями аналітичного, проблемного матеріалу є опис та оцінка ситуації, її причини, прогноз розвитку, пошук шляхів усунення проблеми. До речі, шляхи ці слід визначати не самому журналісту, а звернутися за коментарями фахівців.

Художньо-публіцистичні жанри мають у своїй основі вже не конкретний факт, подію, а авторську думку з приводу даних факту чи події. Досліджуються проблеми, тенденції, факт типізується, дається його образне трактування. [5, 32-33].

Професіоналізм передбачає здатність розумово стояти над своїми природними здібностями, бути ніби осторонь себе, збоку і керувати собою і процесом. Тому журналіст завжди має позицію стороннього спостерігача, а не природного учасника комунікативного процесу як соціальний суб’єкт. Усвідомлена і керована творчість – ось суть цього професіоналізму.[4, 14]. Однією з найважливіших складових професіоналізму журналіста є володіння жанрами. Елементарним, найлаконічнішим аналітичним жанром у практиці закордонних, а сьогодні й наших ЗМІ, прийнято вважати коментар.

Коментар найближчий до подієвої інформації. Він супроводжує новини і часто подається з ними в одній зв’язці. Це стосується насамперед інформаційних випусків на радіо й телебаченні. Коментарями у газетах супроводжуються важливі повідомлення. [1, 194].

Кореспонденція – допис. Він може бути різним за формою і найчастіше нагадує листа, статтю. У період, коли вся партійна преса займалася описом виробничих, технологічних процесів, коли масовим був рух позаштатних кореспондентів, комусь здалося доцільним обґрунтувати існування не простого допису, а жанру кореспонденції. Під кореспонденцією прийнято було розуміти таку форму подачі [1, 195].

Стаття – це синтетичний жанр публіцистики, в якому журналіст, використовуючи палітру інформаційних, аналітичних і художньо-публіцистичних методів з явною перевагою аналітичних, досліджує актуальну соціальну проблему, щоб показати явище, його причини і наслідки для вдосконалення життя. [2, 48].

Інформаційні методи сприяють підготовці й написанню інформаційних жанрів: заміток, звітів, інтерв’ю, репортажів.

Аналітичні методи – підготовці й написанню аналітичних жанрів: кореспонденція, статей, рецензій, публіцистичних оглядів преси, оглядів листів, відкритих листів.

Художньо-публіцистичні методи – підготовці і написанню нарисових, сатиричних і гумористичних жанрів. Ці методи тісно взаємопов’язані й складають ієрархічну структуру. [2, 11].

Газета «В двух словах» – щотижнева обласна суспільно-політична газета. ЇЇ гасло – «коротко, но по сути». Воно уже навіть без детального розгляду відображає особливості викладу інформації та дозволяє скласти уявлення про жанрову палітру газети. На шпальтах газети переважають матеріали інформаційних жанрів.

Прослідкувавши, в яких рубриках, матеріали яких жанрових форм з’являються, можна зробити висновок про жанрове розмаїття газети. У газеті більш-менш постійні рубрики, а тому планування номера проходить уже за рубриками, визначається оптимальний обсяг матеріалів, їх жанрові особливості. До постійних рубрик належать: «Топ-статті», «Перша шпальта», «Місто», «Область», «В Україні», «Ситуації», «Політикум», «Соціум», «Точка зору», «Life». Час від часу, в залежності від подій, що трапились за тиждень, матеріали друкуються під рубриками «Резонанс», «Територія Art», «Мистецтво», «Споживач», «Акції», «Поради», «Власними руками», «Арена», «Здоров’я», «Стиль життя», «Освіта», «Жіночий клуб», «Весільний сезон», «Чоловічий клуб», «З перших уст», «Майстри».

Назви рубрики «Топ-статті» не відповідає, принаймні у досліджених нами випусках. Так, у №35 від 5 вересня матеріал «Сумы forever! Горожане громко отметили главный праздник. Сумы и его обитатели» не є статтею. Це розширена замітка про святкування сум’янами Дня міста та Дня визволення від німецько-фашистських загарбників. Назва розділу газети передбачає, що у ньому буде опубліковано аналітичний матеріал у жанрі статті. Але тут з’являються висвітлюються події першочергового значення для міста і його мешканців, топ-стаття для журналістів цього видання – оперативні повідомлення про актуальні події.

Рубрики «Місто», «Ситуації» – добірки інформаційних повідомлень міського, обласного, всеукраїнського значення, які добираються за їх соціальною значимістю, важливістю, актуальністю. Крім того, це не лише подієві матеріали, а короткі повідомлення про існуючи у місті проблеми. Так, у №36 знаходимо два матеріали, присвячених проблемам стихійних смітників у місті і табличкам з назвами вулиць та номерами будинків. Ці матеріали, хоч і не відрізняються глибиною аналізу, але допомагають звернути увагу на існуючи проблеми підримати сум’ян, яким не байдуже їх вирішення. У рубриці «Місто» найчастіше зустрічаються матеріали, присвячені саме житлово-комунальним проблемам, проблемам благоустрою міста. Розділ «Область» представляє собою матеріали, підготовлені журналістами як наслідок відряджень до районних центрів області. Ці матеріали можна було б назвати подорожніми нарисами, але це не враження від поїздок. Це проблемні матеріали, які стосуються суспільно-політичного розвитку районів загалом і районних центрів, їх культурного розвитку. Автор спілкується з першими особами в районах, наводить основні показники їх економічного розвитку, розглядає політичну ситуацію (адже роботи готуються під час передвиборчої кампанії). Тому публікації «Миссия выполнима. Один день в «президентском» районе (№35 від 5.09.2007) і «Краснопольские надежды. В районе учитывают реалии и смотрят в будущее» (№36 від 12.09.2007) можна назвати кореспонденціями, бо їм притаманні елементи репортажності або ж статтями.

Аналітичністю відрізняється і рубрика «В Україні». Для матеріалів під таким загальним заголовком обираються теми, які мають загальнодержавне значення. Наприклад, стаття, присвячена хабарництву («Вам и не снилось… «Нормативы» и «рекорды» украинских взяточников», №35).

У рубриці «Точка зору» можемо помітити не аналітичні жанри, а більше інформації. Наприклад розширена замітка «Напоминание о будущем. В Сумах презентована выставка экологической фотографии» (№37 від 19.09.2007). У рубриці «Політикум» також можемо помітити, що більшість матеріалів інформаційного характеру. Наприклад розширена інформація «Переможе команда професіоналів! Партія регіонів – за ефективну співпрацю з політичними партнерами» (№36 від 12.09.2007).

**Список використаної літератури**

1. Здоровега В.й. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Львів: ПАІС, 2004. – 268с.

2. Кузнєцова О.Д. Аналітичні методи в журналістиці: Навч. посіб. – Львів, 2002. – 120с.

3. Михайлин І.Л. Основи журналістики: Підручник. Вид. 3-е доп. і поліпш. – К.: ЦУЛ, 2002. – 284с.

4. Різун В.В. Основи журналістики у відповідях та заувагах / Київський нац. університет ім. Тараса Шевченка. – К., 2004. – 80с.

5. Федорина А.О. Хочеш стати журналістом? Практичні поради для тих, хто хоче спробувати. – Суми: СОГО «Сумський прес-клуб», 2006. – 72с.

Аналітичні жанри на сторінках районних газет

Роль аналітичних жанрів у газетах є однією з основних, на якій тримається друковане слово. Не зважаючи на те, що сучасний пересічний читач прагне оперативної, тобто інформаційної журналістики, без аналітики видання є неповноцінним.

У нашій роботі ми спробуємо окреслити ситуацію яким чином і наскільки широко користуються аналітичними жанрами районні видання Сумщини.

Аналітичні жанри формують структуру газети, тому їх дослідженню присвятили свої роботи багато дослідників, зокрема О. Кузнецова, В. Здоровега, М. Василенко, І. Михайлин, В. Різун та інші.

Мета нашої статті – виокремити аналітичних жанрів на сторінках районних газет, окреслити їх тематичну спрямованість.

Об’єктом дослідження є регіональна періодична преса.

Для предмету дослідження візьмемо такі видання: «Путивльські відомості» – районна громадсько-політична газета Путивльського району, «Рідний край» – Районна газета Буринського району, «Білопільщина» – громадсько-політична газета Білопільського району і «Наш Тростянець» – громадсько-політична районна газета Тростянецького району.

Незважаючи на надзвичайно широкий спектр досліджень присвячений аналітичним жанрам, єдиного і обґрунтованого принципу класифікації групи аналітичних жанрів на сьогоднішній день не існує. «З цим пов’язана переоцінка моральних цінностей і, відповідно, ступіні готовності чи неготовності читацької аудиторії до сприйняття аналітичного тексту...

Таким чином, взаємо перетин жанрів і посилення їх аналітичності, про що вже згадувалося вище, вимагає однозначно чіткого формулювання питання: що саме розуміємо під аналітикою? Які групи жанрів є суто аналітичними і де та межа, що розподіляє власне групи жанрів?» [1, 109]

Відомий дослідник В. Здоровега говорить про те, що аналітичні жанри покликані не просто повідомляти про те, що коли, де відбулося і як, обов’язково спробувати, по можливості, відповісти, на запитання, чому так сталося, і які наслідки чи причини події чи явища, що треба чекати і чого бажано уникнути у тому чи іншому процесі тощо. Науковець до аналітичних методів відносить коментар, статтю, рецензію, огляд, лист, і звернення. А дослідниця О. Кузнєцова до вищеназваних додає ще й кореспонденцію. Таким чином, бачимо, що межі жанрів надто розмиті, щоб структурувати їх за одним принципом.

У філософських словниках термін «аналітика» трактується як «дослідження начал, елементарних принципів, в силу яких судження набуває доказовості» [5, 25].

Науковець М. Василенко прослідкував закономірність, від чого певною мірою залежить якість аналітики на сторінках видань. «Аналітична пресова журналістика останнім часом після Помаранчевої революції піднялася не тільки за рахунок підвищення професійної чи індивідуальної культури журналістів. Піднялася вона, насамперед, за рахунок емоційного звільнення, що настає після будь-якої революції, перевороту. І так само йде після піднесення на спад»[1, 111]. У такі періоди журналісти прагнуть самореалізуватися, показати, що вони дійсно мають четверту владу, вони емоційно вільні.

Значно відрізняється за якістю аналітика у районних виданнях. І це пояснюється кількома факторами: слабка професійна підготовка кадрів, швидкий темп готування номеру.

Перейдемо до розгляду газети «Путивльські відомості», яка заснована у 1917 року, матеріали друкуються двома мовами (українською і російською0. Редактор – Анатолій Луговський. Тираж – від 4100 – до 4700 примірників. Обсяг 8 сторінок. Нами розглянуто видання за 2006 рік, опрацьовано 24 номери від початку року.

У результаті підрахунку виявили, що за цей період надруковано 15 статей, у тому числі 5 рекламних, 7 листів, 2 звіти і 2 коментарі. За цей період найбільша кількість статей належить таким авторам: О. Сорока, А. Педяш, І. Юник.

Здебільшого, матеріали у жанрі стаття написані на такі теми: батьки і діти, тему старості, зниження цін на молоко, опублікований звіт з художнього фестивалю. З огляду на те, що окреслений період часу надруковано 7 листів, можемо констатувати, що у редакції досить добре налагоджений зворотній зв’язок з читачами. Не зважаючи на те, що пласт аналітизму у виданні «Путивльські вісті» на досить доброму рівні, слід зауважити, що у газеті доволі багато місця відведено для матеріалів художньо-публіцистичному жанру, зокрема нарису, фейлетону, замальовці, і всі вони представленні персональним авторством В. Андреєва.

Видання Буринської районної ради «Рідний край» засноване у квітні 1930 року. Газета виходить два рази на тиждень. Редактор – В. Москаленко. Обсяг – 4 сторінки. Тираж – 5700 примірників. Розглянули видання 2006 року, опрацювали 29 номерів від початку року.

Таким чином у виданні видрукувані 7 статей, у тому числі 2 рекламні, 2 листи, 1 звіт, 7 коментарів і 3 звернення. Більшість статей належить редактору газети.

Матеріали присвячені вихованню дітей, проблемам молоді, темі Чорнобиля. Загалом, виданню дуже бракує аналітичних матеріалів.

Видання 2Білопільщина» виходить з червня 1920 року два рази на тиждень. Редактор – М. Завгородній. Обсяг від 8 до 20 сторінок. Тираж – від 6000 до 6600 примірників. Також прикріплений додаток під назвою «Дарунок2, де друкується літературна сторінка. З видань 2006 року, опрацювали 32 номери від початку року.

Підрахунок виявив, що у виданні надруковано 18 статей, у тому числі 8 рекламних, 3 листи, 2 звіти, 5 звернень і жодного коментарю. Авторами більшості матеріалів є М. Завгородній, Л. Каштенкова, В. Дегтярьов, О. Макаренко.

У виданні досить вагомо представлена аналітика. Матеріали цього жанру мають місце у кожному номері. На шпальтах номеру опубліковані широкі публікації. Багато фоторепортажів. На відміну від інших видань, у «Білопільщині» є рубрика «Колонка редактора2.

Орган Тростянецької районної ради «Наш Тростянець» виходить два рази на тиждень. Редактор – П. Зеленко. Обсяг – 8 сторінок. Тираж від 3650 – до 4225 примірників. Опрацювали 25 номерів від початку 2006 року.

Зробивши попередній аналіз, виявили, що у виданні надруковано лише 3 аналітичні статті, проте аж 34 рекламні статті, 1 звіт, 2 коментарі, 5 звернень і жодного листа до редакції газети. Найактивнішими авторами є П. Зленко, Ю. Курило, О. Шелест.

Про видання «Наш Тростянець» можемо зробити наступні висновки. Аналітичних статей у газеті друкується вкрай мало. Теми тих, що видрукувані, присвячені подорожчанню газу, про занепад земель у колгоспах, про здешевлення молока і таке інше. Водночас, багато місця на шпальтах відведено рекламним матеріалам, а за тиждень-два до виборів, газета взагалі перетворюється у передвиборний бюлетень з програмами кандидатів. Опубліковано багато звернень.

Підсумувавши загальне дослідження, бачимо, що рівень районних видань Сумщини суттєво різниться між собою. Загальним недоліком аналітичних творів у сучасних газетних виданнях є як брак фахівців так і знижений загальноосвітній рівень журналістів.

«За усталеним формулюванням «масова культура народжує масових людей» криється трагічна ситуація, за якої журналісти, котрі б мали виховувати і пробуджувати духовність, настільки «зріднилися» з масою, що фактично оперують тим же понятійним апаратом що й читачі.» [1, 110]

**Список використаної літератури**

1. Василенко М.К. Тенденції розвитку аналітичних матеріалів у сучасній журналістиці // Наукові записки інституту журналістики. Т. 22. – 2006р. – с.108-114.

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

3. Кузнєцова О.Д. Аналітичні методи вжурналістиці: Навч. посібник – Львів, 2002. – 120с.

4. Лубкович І.М. Соціологія і журналістика: Підручник. – Львів: ПАІС, 2005. – 176с.

5. Філософський енциклопедичний словник: 2-ге вид. – М.: Радянська енциклопедія, 1989. – с.25.

Формування та розвиток

мас-медійного простору України

Останнім часом у слововжиток міцно увійшло поняття інформаційного простору – сукупність територій, охоплених засобами масової комунікації певної категорії (регіональними, національними, світовими) [2, 71]. І це не дивно, зважаючи на сучасні тенденції зростання ролі та обсягів інформації, саме інформаційний простір будь-якої держави відображає рівень розвитку та перспективи демократії.

Якщо виходити з латинського слова «Інформувати», що означає зображати, складати уявлення про що-небудь, то легко додуматися, що «інформаційний прострір», або «поле» якраз і означає те середовище, в якому виробляється, існує, циркулює, обертається інформація. Це поняття не космічне, хоча повітряний і космічний простір можуть входити і входять до складу інформаційного поля; не географічне, хоча територія є його невід’ємною частиною; інформаційний простір поняття – соціально-політичне і вбирає в себе як територіальний, так і космічний, технічний і людський фактори, оскільки суспільна інформація призначається для людини – людина її споживає, без людини вона втрачає свій сенс. Отож, коли йдеться про інформаційне поле конкретної держави, то його межі ототожнюються з її кордонами, охоплюючи національні територію, акваторію і повітряний простір.

Як зазначає дослідник українського медіа поля, Віталій Карпенко, національний інформаційний простір – надзвичайно важливе політичне поняття, яке у вартісній шкалі соціальних цінностей потрібно ставити на друге місце після державної незалежності. Держава зобов’язана забезпечити використання свого інформаційного поля в інтересах держави та її громадян. Якщо вона цього не зробить, то її інформаційний простір буде використаний проти неї ж самої [4]. І це ми бачили і частково спостерігаємо зараз, на власному досить сумному прикладі.

До розпаду Радянського Союзу на всій його території, з Україною включно, був єдиний комуністично-радянський інформаційний простір, який суворо охоронявся і куди не допускалася жодна інформація, що не вкладалася в рамки панівної ідеології. З цією метою була створена система компартійної преси та розгалужені ретрансляційні теле- і радіомережі. Тепер Україна стала незалежною, утверджується як самостійна держава, але в її інформаційному просторі продовжують безперешкодно хазяйнувати інформатори інших країн. У перші роки незалежності наша держава зі свого мізерного бюджету навіть фінансувала теле- і радіопередачі з Москви, які дуже часто мали, як, до речі, і нині мають, антиукраїнське спрямування. Таку ситуацію можна пояснити комуністичною ідеологією та сприйняти українським народом Москви як столиці колишнього Союзу, тривалою російськомовною експансією, метою якої були денаціоналізація і зросійщення нашого народу. Держава, якщо вона себе поважає, має опікуватися своїм медіа полем, охороняти його, обробляти, поширювати державотворчі ідеї, щоби потім пожинати той врожай, на який сподівається народ.

Сьогодні в Україні налічується близько 1300 телерадіоорганзацій усіх форм власності, які мають ліцензію на право мовлення. Серед цього масиву суб’єктів телерадіоінформаційної діяльності слід виокремити три загальнонаціональні телекомпанії, що мають у своєму розпорядженні найпотужніші мережі поширення телевізійного сигналу в метровому діапазоні. Побудовані ще за часів СРСР, вони забезпечують охоплення населення країни від 80 до 97%.

Це Національна телекомпанія України (НТКУ) (державна компанія, що використовує мережу УТ-1), телекомпанія «Студія 1+1» (приватна компанія, що використовує мережу УТ-2) і Українська незалежна телевізійна корпорація «Інтер» (Приватна компанія, що використовує мережу УТ-3). Ця група лідерів є своєрідним українським аналогом «трьох велетнів» телеіндустрії США: ABC, NBC, CBC і має доступ практично в кожну українську сім’ю.

Кожний із цих трьох українських каналів займає свою нішу в інформаційному просторі України:

НТКУ – некомерційна компанія, по типу мовлення близька до тих інформаційних структур, що у світі називають Publik Television (публічне телебачення);

 «Студія 1+1» – комерційна телекомпанія, орієнтована переважно на україномовного глядача;

УНТК «Інтер» – комерційна телекомпанія, значне місце в програмній політиці якої займають передачі, розраховані на російськомовну аудиторію.

Треба мати на увазі, що цей розподіл нині є досить умовний. У програмах усіх трьох компаній має місце широке розмаїття тематик. Але на початковому етапі свого розвитку цільові аудиторії зазначених компаній значною мірою формувалися саме за вказаними ознаками.

З 2003 року функціонує державна телерадіокомпанія «Всесвітня служба «Українське телебачення і радіомовлення» (УТР). Спільно з Державним підприємством «Укркосмос» УТР здійснює щодня 16 годин мовлення (2250 телепередач і фільмів щомісяця) на 82 країни світу. У планах є збільшення обсягів мовлення до 20-24 годин з охопленням території Євразії, а згодом Америки та Австралії. У жовтні 2004 року розпочато Інтернет-мовлення УТР, що є важливим кроком до об’єктивного представлення України у світі [1, 3].

Також існує ще 8-м загальнонаціональних та мережених каналів6 «Новий канал», «ММЦ-СТБ», «Тоніс», «ТРК Україна», «ТЕТ», «ТРК «Ера» та «ICTV». Ці компанії були змушені створювати свої мережі практично з нуля: встановлювати передавачі в обласних центрах і найбільших містах країни. Доставка сигналів із головних телецентрів до периферії здійснюється за допомогою супутникових каналів.

За даними 2006 року в Україні налічувалися понад 500 радіоорганізацій, з яких 355 – місцеві редакції проводового мовлення. У 90-ті роки прискорено опановувався верхній діапазон ультракоротких хвиль (87, 5 – 108 МГц), так зване FM-мовлення. На цій основі розбудували свої мережі потужні радіостанції, зокрема «НБМ» (освоєно 17 частот), «Гала» (12 частот), «Наше радіо» (20 частот). Станом на 2005 рік місцеві мовники освоїли 220 радіочастот [1, 4].

Особливістю системи телерадіомовлення в Україні є наявність в ній системи проводового мовлення. Цей найдешевший і найдемократичніший вид мовлення дуже популярний серед широких верств населення, зокрема сільського. Ним поширюють свої програми НРКУ (Національна радіокомпанія України), ОДТРК (обласна державна телерадіокомпанія), а також районі студії. Вартість послуги становить лише 50 коп. І не переглядається з часів СРСР.

Неформально український сегмент мережі Інтернет почав свій розвиток наприкінці 1990 році було створено перші три вузли доступи до мережі. Того ж року здійснено перші заходи щодо певної підтримки української частини доменного простору мережі Інтернет – домену.ua. А офіційно домен.ua був зареєстрований у грудні 1992 року (на цей момент в мережі були представлені лише 47 держав). Фактично з цього моменту починається повноцінне становлення і розвиток Інтернету в Україні. Цього ж року адміністрування домену.ua доручено ТОВ «Комунікаційні системи».

1997 року кількість хостів у національному домені.ua перевищила 10 тисяч, у 2001 – 50 тисяч, у 2004 – 90 тисяч. У жовтні 1999 року кількість веб-сайтів у домені.ua сягнула 2 тисячі, у 2002 – 10 тисяч, 2004 – 30 тисяч. В українському сегменті Інтернет функціонує більш ніж 45 тисяч хостів, а в зоні ua зареєстровано понад 11 тисяч доменів. За кількістю хостів, підключених до Інтернету, Україна посідає 28 місце в Європі та 45 в світі. Ці дані показують, що український сегмент Інтернету розвивається дуже динамічно: середньорічні темпи зростання мережі перебувають на рівні 50-55 %, загальна кількість користувачів Інтернет в Україні за останні два роки виросла більш ніж утричі.

Як зазначилося вище, після розпаду Радянського Союзу і «знищення» комуністичної ідеології, яка забороняла будь-які прояви плюралізму, в Україні, а зокрема й у Сумській області починає вибудовуватися власний, незалежний інформаційний простір. Радянська Україна мала досить розгалужену систему як друкованих, так і електронних ЗМІ: майже кожен район, а також великі міста та містечка мали свій друкований орган. У зв’язку з цим не виникало особливих труднощів при розбудові власної системи ЗМІ, досить було перепідготувати вже існуючі видання на новий, суверенний лад. На мою думку, зробити це не вдалося так як більшість друкованих ЗМІ все ж таки залишилось комунальними: «Вперед» (Сумського району), «Знамя труда» (Середено-Будського), «Народна трибуна» (Глухівського), «Будівник комунізму» (пізніше «Життя Лебединщини» Лебединського району), «Перемога» (Краснопільського), «Суми і сумчани» (м. Суми) загалом більш ніж 20 видань. Лише поява нових приватних газет таких як «Данкор. Сумское обозрение» (1992), «Ваш шанс» (1993) та інших свідчать про перші кроки демократизації суспільства.

Загалом приватні видання на початку 90-х ще не набули такої популярності яку ми можемо спостерігати сьогодні. Населення надавало перевагу комунальним районам та виданням міських рад, що напевно пов’язано з особливостями радянського менталітету.

Починаючи з 1994 року ринок преси в області постійно ущільнюється за рахунок появи нових друкованих і електроних ЗМІ. Лише за 1998 рік комітетом інформації зареєстровано 27 газет та журналів різної форми власності і сфери розповсюдження. В цілому по області свідоцтво про державну реєстрацію на середину 90-х видано 182 друкованих ЗМІ з них 103 постійно виходили у світ.

Аналізуючи результати передплатних кампаній початку-середини 1990-х, можна простежити такі головні тенденції:

1) різке зменшення обсягів надходження видань СНД;

2) подальше зростання обсягів передплати загальнодержавних газет;

3) відносна стабільність тиражів місцевої преси і зменшення її долі в загальному обласному газетно-інформаційному просторі;

4) відчутне зниження тиражів друкованих ЗМІ другого півріччя в порівнянні з накладами перших місяців року.

Протягом 1994-1998 років разовий загальний тираж усіх газет і журналів, які розповсюджуються на території області, зріс з 376 тисяч до 410 тисяч примірників. На 22 тисячі примірників збільшився разовий тираж і всієї місцевої преси. Доля видань, заснованих органами державної влади та самоврядування Сумщини, в загальному інформаційному просторі друкованих ЗМІ перебуває в межах 36-40%.

З усієї періодики, що видається в області, лише 26 видань заснованих органами влади (за даними 1998 року): 4 міськрайонних, , 15 районних, 6 міських і одна обласна газети. Тираж їх на початок 1999 року склав понад 148 тисяч примірників. Видань, заснованих комерційними фірмами – 16, газет, що видаються громадськими об’єднаннями – 5, приватними особами – 6, партіями та рухами – 4, журналістськими колективами – 3, в системі освіти виходить 12 різних видань, а для дітей і учнівської молоді – 5 газет.

На кожні дві сім’ї у середині 90-х надходила місцева державна (комунальна) газета в Липоводолинському, Недригайлівському, Тростянецькому, Путивльському районах та в м. Тростянець. У Середино-Будському, Білопільському, Сумському, Краснопільському районах, у Глухові таке видання одержували кожні три сім’ї в той же час в Шостці, Ромнах, Конотопі, Ямпільському та Конотопському районах – на 5-6 сімей.

Питома вага газет місцевих органів влади в усій пресі становить майже половину в Середино-Будському, Путивльському, Недригайлівському районах. Менше третини таких видань у загальному інформаційному просторі Ямпільського, Кролевецького, Краснопільського, Лебединського та Буринського районів. А на територіях Роменського, Сумського, Конотопського – їх лише четверта частина.

По деяких вузлах поштового зв’язку – Краснопільському, Буринському та Кролевецькому – всеукраїнської преси надходить більше, ніж місцевої. А в Ямпільському, Краснопільському і Лебединському районах загальний наклад обласних видань значно перевищує тираж місцевої періодики.

В той же час наклади недержавних газет «ДАІ Сумщини», «Діалог» (Суми) та «Шанс» (Шостка) зросли в 2-2,5 рази. На 500-1700 примірників вищі тиражі і приватних та комерційних «Ваш шанс», «Ахтирка», «Тандем-пресс» (Ромни), «Галина» (Конотоп), «Вісті Шостки», «Данкор. Сумское обозрение» та інших.

Процес насичення інформаційного простору все помітніше виходить за межі обласного центру: 7 газет випускається в Охтирці, 5 – Конотопі, по 4 – у Глухові та Шостці, по 3 – Ромнах, Кролевці та Лебедині, по 2 – в Білопіллі, Великій Писарівці, Путивлі та інших районах.

За даними 2006 року в Сумській області мають право виходу в світ 280 друкованих ЗМІ (у 2005 році було 263). З них більш менш регулярно видається 125 часописів, 24 газети є комунальними. Решта заснована підприємствами, організаціями, об’єднаннями громадян, приватними особами. Понад 40% періодичних видань виходять у світ українською мовою. За реєстрацією лише одна приватна інформаційно-рекламна газета – «Шанс+TV» – російськомовна. Решта часописів дво- та тримовні.

Через постійне наповнення медіа-простору новими виданнями, підвищення вартості часописів протягом останніх років спостерігається зменшення накладів районних, міських та міськрайонних комунальних видань. В порівнянні з кінцем 90-х їх разовий тираж зменшився більш ніж на 65 тисяч (з 148 у 1999 до 80 у 2006). В окремих часописах, таких як «Вишневий цвіт», «Тростянецький вісник», «Прапор перемоги», в ІІ кварталі 2006 року тиражі знизилися до 1400-1700 примірників.

На мою думку, серйозним чинником, що обумовлює нестабільність тиражів, є характерна для багатьох районів практика короткотермінової передплати місцевих видань – на місяць, два, квартал. Ці процеси вимагають посилення уваги з боку органів влади, координації ними всіх структур, причетних до інформаційної сфери.

Як ми бачимо, тиражі комунальних видань постійно зменшуються і це не зважаючи на те, що дотації таким газетам з кожним роком зростають. Наприклад, 2005 року з місцевих бюджетів для потреб комунальних газет було виділено понад 650 тисяч гривен, а за першу половину 2006 року ця цифра перевищила 350 тисяч.

То чому ж, не зважаючи на виділення грошової допомоги з боку держави, комунальні видання знаходяться на такому, на мій погляд, низькому рівні? Відповідь дуже проста і має кілька пунктів.

По-перше, специфікою районних газет є те, що основні кошти вона отримує за рахунок передплати, оскільки роздрібний продаж, особливо у сільській місцевості, не є поширеним явищем.

По друге, суттєвим джерелом фінансування будь-якої газети є реклама та оголошення. Але у комунальних виданнях є свої особливості. Найбільші надходження районної газети отримують від друку привітань та некрологів, а от звичайна реклама не є поширеною. І на це є декілька причин. Для великої фірми двохтисячні наклади районних газет не є цікавими і це зрозуміло. А от ситуація з малим бізнесом, який, здавалося б, має орієнтуватися на місцевого споживача не зрозуміла. Чомусь власники малих підприємств вважають це марним вкладанням коштів.

По-третє, чимало видань, які видаються місцевими радами, мають мало спільного із журналістикою та газетним бізнесом. Окремою проблемою є кваліфікація самих творчих колективів «районом» та їхніх редакторів.

Все ж головною проблемою комунальних газет є малі тиражі, які не дозволяють залучити серйозних рекламодавців. Однак, центр досліджень регіональної політики бачить вихід в створенні окремого інформаційно-рекламного проекту, у який об’єдналося б 10-15 районних газет. У сумі це може дати наклад 30 тисяч примірників, з яким вже можна розмовляти з серйозними рекламодавцями.

Як зазначилося вище, після розпаду Радянського Союзу Україні залишилося в спадок не погана система теле і радіомовлення: три гіганти українського телебачення УТ-1 (НТКУ), УТ-2 («Студія 1+1»), УТ-3 («Інтер»), а також розгалужена система проводового радіо. Протягом першої половини 90-х саме ці організації домінували як в українському, так і в сумському медіа-просторі.

На середину 90-х ліцензію на трансляцію своїх передач отримали вже 24 телерадіокомпанії, з них 10 – на трансляцію телевізійних передач, стільки ж – проводового радіомовлення і 4 – ефірного. З них 3 телекомпанії і 10 радіорганізацій засновано державними органами, інші різними підприємствами та приватними особами.

Кількість теле і радіорганізацій постійно збільшується. За даними 2006 року в Сумській області 43 телерадіоорганізації мають ліцензії Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення. В 16 районах і містах засновниками місцевого радіо (як проводового так і ефірного), а в Шостці і студії телебачення «Акцент» є органи виконавчої влади і місцевого самоврядування. Інші організації засновані підприємствами, організаціями, комерційними структурами, приватними особами.

У 13 містах і районах області створене кабельне телебачення, працюють 23 оператори. Найменше 8 каналів ретранслюється в кабельній мережі с. Рогинці Роменського району. Найбільше, 81 канал в місці Охтирка. Недержавні радіокомпанії працюють у Сумах, Конотопі, Охтирці та Шостці. Обсяги мовлення зазначених студій від 2,5 до 6 годин на добу. Ефірно-кабельне телебачення, яке ще називають «телеселе», є в містах Глухів, Охтирка, Ромни, Кролевецькому, Липоводолинському, Охтирському, Путивльському та Роменському районах. Сумським обласним радіотелевізійним передавальним центром обслуговується 34 телевізійні та радіомовні передавачі: 24 – належать цьому ж центру, по три – ТРК «Від ікон» і ICTV, два – СТБ. Радіус покриття більшості передавачів від 9 до 78 кілометрів [1, 6].

Сьогодні, питання реформування телебачення і радіо залишається актуальним. Плюралізм думок і поглядів при висвітленні подій в області відновлено, але це залишається чи не єдиним позитивним для мас-медіа в регіоні. Очевидно, що зміна ситуації в сфері електронних ЗМІ саме з допомогою законодавчих інструментів потребує скрупульозного підходу і часу, але не проглядається навіть серйозних спроб розпочати системне реформування. Першим кроком до цього можна назвати підписання угоди між СОДТРК, обласною державною адміністрацією та обласною радою. Передвісником підписання Угоди стала програма Засад Редакційної політики, яку трудовий колектив ТРК прийняв на загальних зборах. До речі, СОДРК розробила таку програму однією з перших серед. Її пріоритетами є саме журналістські стандарти: оперативність подачі, достовірність, збалансованість і повнота інформації, неодмінно – відокремлення фактів від авторських коментарів та будь-які оцінки. Також журналісти будуть відмовлятися від шокуючи, шкідливих для суспільної моралі матеріалів, незаконних методів збирання та оприлюднення інформації, плагіату, хабарів, дискримінації будь-якого за будь-якими ознаками, відстоювати конфіденційність джерела інформації.

**Список використаної літератури**

1. Аналітична записка Центру досліджень регіональної політики. Медіа-простір в Україні та на Сумщині: перспективи модернізації // Експерт. – 18 серпня 2006. – С.2-11.

2. Михайлин І.Л. Основи журналістики: Підручник. Вид. 3-е доп. і поліпш. – К.: ЦУЛ, 2002. – 284с.

3. Інформаційний простір Сумщини: реалії, оцінки, досвід. Станом на 1.03.1999 року. Сумська обласна державна адміністрація. Комітет інформації. – Суми. – 1999. – 32с.

4. http://journlib.univ.kiev.ua

Нарис на сторінках регіональної преси

Ця робота присвячена дослідженню функціонування жанру нарису на сторінках газет Сумщини. Вітчизняні журналістикознавців наголошують на важливості, значущості жанру. І. Михайлин, наприклад, упевнений: «Нарис – центральний жанр публіцистики» [5, 221]. Саме тому без вивчення особливостей, специфіки жанру не лише у загальнодержавних, а й регіональних виданнях, не можна скласти повну картину жанрового розмаїття на їх сторінках. Для характеристики загального рівня періодичного видання маємо звертати увагу на використання не лише інформаційних, аналітичних, але й художньо-публіцистичних жанрів, найрозповсюдженішим з яких є нарис. Багато хто з сучасних дослідників не оминають це питання, зокрема В. Здоровега, І. Михайлин, В. Галич, М. Воронова, З. Вайшенберг.

Об’єктом нашого дослідження стали публікації у жанрі нарису на шпальтах друкованих видань області. Досліджуваний предмет – номери Сумської районної газети «Вперед», обласної газети Сумщина, газет Тростянецького та Лебединського районів «Круглий двір» та «Життя Лебединщини» за перше півріччя 2007 року. Мета нашої роботи – на прикладі вищезазначених газет за вказаний період визначати, чи відповідають опубліковані у них нариси загальноприйнятим критеріям, який відсоток із них можна вважати якісними повноцінними нарисами, які внутрішньо жанрові різновиди є найбільш поширеним, яких змін і трансформацій зазнає жанр на шпальтах регіональної преси.

Для виконання поставленої мети ми насамперед надаємо найбільш поширені визначення жанру. Адже визначення, як зазначає М. Воронова, – це та система ознак і характеристик явища, яка повинна охоплювати всю його суть і всі види, аби жодна найдрібніша частка не залишилася поза увагою [3, 145].

Варто зазначити, що вітчизняні та закордонні дослідники жанр нарису визначають по-різному. Так, Вальтер фон Ла Рош вважає, що нарис – це особливо розлогий репортаж [2, 132], який дозволяє «ґрунтовно дослідити тему, долучивши всі можливі думки, результати досліджень та статистичні матеріали» [2, 132].

Звернімося до думки З. Вайшенберга: «Нарис – це жанр, не призначений для висловлення думки, але й не суто інформаційний [1, 161]. Журналістикознавець велику увагу приділяє деталям у нарисі: «Актуальні процеси можуть зображуватись у нарисі і через, на перший погляд, другорядні аспекти, що дозволяє досягти специфічного кута зору. Спостереження та окремі інформації створюють додаткові мотиви, а головна тема не мусить бути на першому плані» [1, 164]. Говорячи про типи нарисів, називає інформаційні (інформація «пом’якшується» способом зображення), супровідні (кореспонденції, що виступають як доповнення інформації), нариси-репортажі (близькі до дійсності та автентичні описи, які мають «ілюструвати» подію), тематичні нариси [1, 165].

Для вітчизняних науковців нарис – це, безсумнівно, художньо-публіцистичний жанр, який, звичайно, передбачає інформаційне начало, але й велику роль домислу, вимислу: «Головна особливість нарису – широке використання елементів художнього мислення: створення портретів героїв (причому не лише зовнішніх, а й психологічних), зображення їх у дії, за допомогою мовної характеристики, використання вимислу й домислу, зображення пейзажів, інтер’єрів, екстер’єрів, наведення красномовних деталей, подробиць. Автор створює сюжет, розбудовує публіцистичний конфлікт, вдається до психологічного аналізу» [5, 221]. І. Михайлин має інший підхід і до визначення типів нарис (не за методом відображення, як у попереднього науковця, а за предметом відображення: портретний, проблемний, подорожній, науково-популярний).

Аналогічне визначення знаходимо у М. Воронової: «Нарис – це самостійний жанр публіцистики, в якому на документальній основі досліджуються важливі суспільно-політичні факти, явища, розкриваються події, в центрі яких є зображення людини. Важливим для нарису є художнє бачення автора, тобто домисел навколо героя і кружляння фантазії навколо життєвої ситуації» [3, 145].

«Нарис ґрунтується на конкретних фактах, досліджує їх, містить елементи публіцистики, які тісно поєднуються із засобами художнього, образного живопису» [4, 44].

Таким чином, нарисом ми вважатимемо розповідь про людину, проблему, ситуацію, подорож, яка передбачає і документальну точність, і образність, елемент авторського бачення, домислу. Ми вважаємо, що таким є шість публікацій у газеті «Вперед» (за окреслений період), п’ять – у газеті «Життя Лебединщини», дві – «У круглому дворі», дві – у «Сумщині». Переважають портретні нариси (із 15 – 7, а якщо невеликими, але нарисами, вважати портретні замальовки – то 9). Такі матеріали присвячені відомим чи маловідомим, але чимось визначим землякам. Рубрики, під якими з’являються портретні нариси говорять самі за себе: «Життя наших дітей», «Штрихи до портрета», «Обличчя земляків», «Жіноче обличчя села», «Портрети земляків» («Вперед»); «Сучасниця», «Слово про вчителя, ветерана, журналіста» («Життя Лебединщини»); «Житейська історія» («Сумщина»).

Слід відзначити широку варіативність жанру портретного нарису в районній періодиці. Серед них зустрічаються повноцінні нариси, і за розміром, і за глибиною розкриття характеру, психологію, життєвих принципів головного героя, невеличкі портретні замальовки, які іноді просто окреслюють основні віхи життя людини, схожі на суху біографію. Так, варто зупинитися на публікації Марії Кулішенко «Душею завжди молодий» («Життя Лебединщини» від 23 червня 2007 року). На нашу думку, це справжній, класичний приклад портретного нарису. Він присвячений відомому журналісту, поету, письменнику, ветерану, заслуженій людині, яка довгий час працювала у газеті, – Володимиру П’янкову. Авторові вдається не лише познайомити читача з складним, багатогранним життям ювіляра (матеріал присвячено дев’яностому дню народження заслуженого журналіста), а й розкрити характер цієї непересічної людини, її моральні цінності та орієнтири. Власні спогади автора роблять розповідь більш інтимізованою, відвертою, довірливою. Інший приклад повноцінного нарису – матеріал Тетяни Бабинець «Я абсолютно щаслива людина» («Сумщина» від 11 січня 2007 року). Героїня нарису – дівчина, яка не може пересуватися без допомоги інвалідного візка. Але, незважаючи на це, отримала вищу освіту, створила сім’ю, народила дитину, мріє стати відомим кутюр’є. Нехай це не герой, який відзначився у баталіях, не визначний учений, але людина, яка варта того, щоб про неї писали, що її приклад викликав бажання жити. Вдалим портретним нарисом, на нашу думку, також можна вважати матеріал Наталії Сенько «За хліб з маслом» («Вперед» від 3 лютого 2007 року), присвячений колишньому очільникові Сумського району Володимиру Коломійцю. З нього дізнаємось не лише про життєвий шлях, риси характеру, необхідні для справжнього лідера, якими й володіє герой (вони розкриваються у знакових ситуаціях, які пригадуються авторові), а також про сьогоднішню його активну роботу, невичерпну енергію, нові ідеї.

Важко назвати нарисом публікацію Ігоря Дужого «Разом з громадою і для неї («Вперед» від 14 лютого 2007 року). Це лише коротка розповідь про секретаря селищної ради, її професіоналізм, особисту долю. Для районних засобів масової інформації саме такі матеріали здебільшого і характерні. На їх сторінках з’являються імена людей, які живуть поряд, які справді заслуговують на увагу, роблять свою, нехай маленьку, справу, але якісно. Такі публікації повинні з’являтись, але у більш досконалій формі того ж нарису, а не короткої біографічної довідки.

На сторінках районних газет також часто з’являються портретні замальовки невеликого обсягу, вони ніби вихоплюють головного героя з повсякденного життя, з виру подій і невідкладних справ, ніби зупиняють час саме на тому моменті, який для самого героя є важливим, який може розкрити особливості характеру та світогляду, який краще за довгу розповідь зможе розказати про людину. Такою є публікація «Рушники мої, рушники» («Вперед» від 7 березня 2007 року). Героїня саме вишиває рушник на весілля для онука, вкладає у нього всю свою любов. Не помічаємо тут жодних описів зовнішності, лише «тиху лагідність вихлюпують очі Ніни Григорівни». І цим усе сказано. Так само у кількох десятках рядків журналістського твору «Не сумуй, Семенівно» («Життя Лебединщини» від 7 лютого 2007 року) – уся трагічність ситуації: старенькій довелося доживати віку в чужій хаті, бо у неї немає дітей, її нікому доглянути. Про життя бабусі дізнаємося лише кілька фактів, але найважливіших. Образ одинокої старенької стає ще й обличчям проблеми самотності. Таким чином, невеликого обсягу замальовка стає ще й проблемною.

Якщо говорити про нарис проблемний, то у газетах за означений період ми не помітили проблемних нарисів, лише невеличкі проблемні замальовки, які ніби штрихами «накидають», окреслюють проблему, журналіст ділиться своїми переживаннями і враженнями з того чи іншого приводу. Такими є матеріали надії Баранюк «Село неначе Погоріло» («Круглий двір», №9, 2007 рік), В. Тертичного «Погладь мене, тату» («Життя Лебединщини» від 17 січня 2007 року). Окреслена проблема останнього – діти, що ростуть без матерів, котрі виїжджають працювати за кордон.

Мемуарні і подорожні нариси на сторінках районної преси зустрічаються набагато рідше. Мемуарні нариси, як правило, з’являються напередодні Дня перемоги, у травневих випусках газет («Таємниця командирської планшетки», «Життя Лебединщини» від 9 травня 2007 року), а також присвячується ювілеям, важливим датам, важливим навіть для однієї людини, а не всієї країни («Стара світлина», «Вперед» від 6 січня 2007 року). Знайшовся і приклад подорожнього нарису – «Буковинський триптих» («Сумщина», автор – Олександр Вертіль).

Таким чином, розглянувши публікації у жанрі нарису в районних та обласних газетах Сумщини, можемо стверджувати, що нарис посідає досить значне місце на їх сторінках. Нарис живе, розвивається, модифікується, відбувається контамінація жанрів, жанрових різновидів нарису. Найчастіше, як ми уже зазначали, зустрічаються портретні нариси, але не у їх звичній, «академічній» формі, а у вигляді невеликих замальовок із життя героїв. Такі матеріали мають право на існування, але вони не повинні перетворюватися на сухий виклад подій за датами. Героями портретних нарисів найчастіше стають відомі земляки, авторитетні в районах люди, прості, маленькі люди: вчителі, лікарі, бригадири, доярки. В цьому і полягає специфіка районних газет. Нариси в районках допомагають помітити людей, які живуть поряд, але приносять більше користі, ніж розрекламовані постаті сучасних кумирів, чиї обличчя так часто з’являються на сторінках загальноукраїнських ЗМІ. Проблемні нариси також набувають форми невеликих замальовок. А це уже можна назвати недоліком районної преси, адже проблема потребує широко розкриття, обговорення, аналізу, але не ескізності.

**Список використаної літератури**

1. Вайшенберг З. Новинна журналістика: Навчальний посібник / За загал. ред. В.Ф. Іванова. – К.: Академія української Преси, 2004. – 262с.

2. Вальтер фон ла Рош. Вступ до практичної журналістики: Навч. посібник / За загал. ред. В.Ф. Іванова та А. Коль. – К.: академія Української Преси, 2005. – 229с.

3. Воронова М.І. Сучасна портретистка. Проблема жанру // Наукові записки інституту журналістики. – 2002. – Т.8. – С.145-148.

4. Галич В.М. Художній нарис у жанровій системі публіцистичної спадщини Олеся Гончара // Наукові записки інституту журналістики. – 2003. – Т.12. – С.43-52.

5. Михайлин І.Л. Основи журналістики: Підручник. Вид. 3-е доп. і поліпш. – К.: ЦУЛ, 2002. – 284с.

Журналістське розслідування

на сторінках місцевої преси

Французька система журналістських жанрів розрізняє інформаційні та публіцистичні жанри. Розслідування вважається інформаційним жанром, оскільки його провідне завдання – дати максимально об’єктивне роз’яснення події або явища. Авторське бачення подій має підпорядковану, вторинну роль.

Основне повідомлення в розслідуванні має відповідати на п’ять запитань:

Хто? Що зробив? Де? Коли? В який спосіб? (або Чому?)

Основне повідомлення завжди ставиться на початку тексту. Але для розслідування воно містить висновок всієї проведеної роботи. Оскільки розслідування здебільшого великим за обсягом і традиційно мають складне графічне оформлення, основне повідомлення в них часто розміщене у врізі.

Провідний метод роботи над розслідуванням – не шукати підтвердження чи спростування того, що видається очевидною причиною подій. Як правило, складні явища не мають дуже простих пояснень, помітних неозброєним оком. Тому завдання журналіста – знайти справді нову, ще невідому інформацію, яка змушує побачити ситуацію під новим кутом зору.

При роботі над розслідуванням необхідно використовувати якомога більшу кількість джерел інформації: від людей до різноманітних документів. Чим більше точок зору буде подано і чим краще інформація буде перевірена, тим краще і для матеріалу, і для самого журналіста.

Журналістське розслідування – суміш майже всіх інформаційних жанрів.

Елементи репортажу методом прямого свідчення надають цінності розслідуванню, переконують читача, що журналіст насправді відвідав місце події й має право на власну її трактову.

Елементи інтерв’ю також надзвичайно важливі та бажані в тексті. Це мають бути недовгі цитати або навіть обмін репліками, які підтверджують загальну аргументацію тексту, додають важливих деталей.

Якщо розслідування стосується діяльності певної особи або групи людей, не зайве вміщувати портретні замальовки. Вони розмаїтять текст і, якщо добре виписані, сприяють його загальній читабельності.

Як і всі інші журналістські матеріали, розслідування має бути лаконічним і змістовним. Головною помилкою є прагнення переповісти всі деталі розслідування, усі ходи й виходи, всі нюанси. Журналіст зобов’язаний робити вибір, повинен щось залишати, а щось прибирати. Взагалі, писати означає вибирати. Краще сказати мало, але чітко, ніж нічого не сказати, викладаючи безліч роздумів, вагань, тез і антитез.

Готуючи матеріал, автор має визначити цікаві моменти, які не увійдуть до головної оповіді, але можуть стати основною для виразів, здатних привернути увагу до головного матеріалу. Найчастіше до такого виду інформації відносять різноманітні графіки, таблиці, статистичні дані, малюнки, фотографії, історичні довідки. Якщо ці врізи подають просту, але цікаву інформацію, читач, якого не цікавить тема вашого головного розслідування, може звернути на нього увагу після прочитання врізів.

Розбивка матеріалу часом підштовхує до висновку, що не все варто публікувати в одній подачі. Це може пояснюватися небажанням змішувати різні кути в межах однієї подачі або прагнення заінтригувати читача.

Українська преса останнім часом все частіше вдається до журналістського розслідування, але історія його в сучасній періодиці не така довга, як хотілося б. Тому і якість матеріалів залишає чекати кращого. У регіональній пресі цей жанр майже взагалі відсутній. Саме тому це питання потребує ретельного вивчення.

Предметом нашого дослідження стали сумські міські газети «Ваш шанс» та «Панорама». Були вивчені випуски за 2007 рік. У другому півріччі обидві газети проводили розслідування і темою обох була корупція у Сумській лікарні №5. Не зважаючи на спільну тему, матеріали в обох газетах мають суттєві відмінності. Проведемо їх порівняльний аналіз.

Розслідування у «Вашому шансі» починається з листа до редакції однієї із співробітниць самої лікарні, в якому вона говорить про свавілля головного лікаря. «Панорама» ж розпочинається історією пенсіонерки, яка відносить у лікарню ледь не всі свої гроші. Кожен з поданих початків є вдалим, адже наближає матеріали до читача. Відмінним є те, що «Панорама» проводить власне розслідування і наводить різні історії пацієнтів як приклад, як ілюстрацію до своїх матеріалів, тоді як «Ваш шанс» бере листи від невдоволених пацієнтів за основу свого розслідування. Навряд чи можна говорити про правильність чи хибність кожного з методів – вони обидва мають право на існування.

Варто сказати про час, протягом якого проводиться розслідування. У «Панорами» вся оповідь розбита на три частини і вміщена у три номери, що виходили один за одним. Це є вдалим ходом, адже читач слідкуватиме за публікаціями і його увага не втратиться. Розслідування «Вашого шансу» починається в кінці серпня і закінчується аж в кінці жовтня. Розтягнувши оповідь на такий довгий час, автор ризикує бути непочутим. Навіть якщо перший матеріал зацікавить читача, він може покинути слідкувати за серією, адже інформація подається нерегулярно.

Щодо графічного оформлення матеріалів, то «Панорама» використовує не тільки фотографії «з місця події», але й різноманітні графіки, малюнки та виділення. Натомість редакція «Вашого шансу» обмежилась лише зображеннями будівлі лікарні, щоправда в різних ракурсах.

Журналіст «Панорами» використала елементи репортажу та інтерв’ю у своєму матеріалі: вона подала коментарі пацієнтів, взяті саме в лікарні. Ці коментарі вдало підкреслюють подані поряд фотографії. Основою ж для матеріалів у «Вашому шансі» є лише листи до редакції.

«Панорама» подає коментар щодо всіх основних лікарняних закладів міста. Це дещо «розпорушує» структуру всього матеріалу, а відтак і увагу читачів. Можливо, було б доцільно зробити тематичну розбивку матеріалу, а не просто подати три частини.

Розглянувши лише деякі аспекти запропонованих матеріалів, можна зробити висновок, що жанр журналістського розслідування в нашій періодиці знаходиться лише на стадії свого становлення.

ЗМІ і влада: діалог чи протистояння

Актуальність теми: Тема влади на сторінках ЗМІ розвинена дуже широко. Вона є провідною у виданнях, як приватних, так і державних. Ставлення політиків до журналістів неоднозначне. Саме тому ці питання в центрі уваги таких вчених як М. Литвинова, І. Гузиря, В. Шкляр та ін.

Мета нашої статті: на прикладі газет «Панорама» та «Суми і сумчани» з 1999 по 2004 року (вибіркові матеріали) описати відносини ЗМІ і влади.

Об’єктом дослідження є регіональна періодична сучасна преса.

Предмет: вибрані матеріали, в яких, на нашу думку, найповніше розвиваються діалог або протистояння засобів масової інформації і влади.

«Однозначного визначення дефініції влада немає, що пояснюється складністю та неоднозначністю її тлумачень» [5, 158].

Політологічний енциклопедичний словник-довідник визначає владу як «здатність і можливість здійснювати свою волю, чинити вирішальний вплив на діяльність, поведінку людей за допомогою певних засобів, зокрема авторитету, права, насильства» [6, 87, 88]. Інші вчені дотримуються такої точки зору: «влада – багатогранне суспільно-політичне і правове поняття. Існують різноманітні його визначення: 1) відносини між людьми, коли одні командують, а інші підкоряються; 2) здатність досягати поставленої мети; 3) спроможність соціально-політичної системи забезпечувати виконання прийнятих нею рішень; 4) спосіб самоорганізації людської спільноти, заснованої на розподілі функцій управління і виконання; 5) можливість і здатність проводити свою волю» [9, 489-490].

У своїй статті ми використовуватимемо поняття державна влада – «спеціально організована система державних органів, організацій та установ створена для управління всіма сферами суспільного життя» [5, 159]. Вона поділяється на законодавчу, виконавчу й судову.

«Журналісти виступають як посередники між політикою і суспільством» [3, 26]. Тому в більшості ЗМІ політична тема є якщо не домінуючою, то дуже важливою. Одні журналісти критикують владу, інші є «служанками політичної системи» [2, 16], треті просто подають факти, не коментуючи. Яка ж із позицій є правильною? Кодекс етики українського журналіста проголошує: «Служіння інтересам влади, а не суспільства, є порушенням етики журналіста» [7, 59].

Розглянемо відносини ЗМІ та влади на шпальтах сумських видань приватної газети «Панорама» та органу міської ради «Суми і сумчани». Нами було відібрано по 36 матеріалів за період з 1999 по 2004 рік.

Спочатку спробуємо показати діалог у відносинах ЗМІ – влада. Він виражається у спілкуванні політиків з пресою, у присутності журналістів на апаратних нарадах, проведені політиками брифінгів, прес-конференцій тощо.

«Депутаты горсовета, заседавшие 24 февраля, приняли 38 решений. Жаркие дебаты развернулись по проблемам подростковой преступности и повышения тарифов на горячую воду» (Алла Гулая «Народ в состоянии погубить себя сам» // Панорама. – 1999. – №10. – 5-11 марта, – С.2).

«24 лютого відбулася ІV сесія Сумської міської ради ХХІІІ скликання, на розгляд якої внесено понад 40 питань. ...Тривалим і напруженим було обговорення інформації В.Б. Лаврика про підсумки діяльності тимчасової комісії, що займалася докладним вивченням обґрунтованості прийняття виконавчим комітетом міської ради рішення від 15.09.98р. за №421 «Про тарифи на теплову енергію, водопостачання» (Тетяна Титаренко «Сесія міської ради» // Суми і сумчани. – 1999. – №9(18). – 4 березня. – С.1).

Інтерв’ю з політиками на сторінках газет теж зустрічається досить часто: у «Панорамі» під рубриками: «Точка зрения», «Лидер», а на шпальтах «Суми і сумчани» – «Депутатська орбіта», «Імідж влади», «Особливість», «Актуальне інтерв’ю», «Самоврядування».

Але подача матеріалів про владу різна в цих виданнях. У «Панорамі» вони є іронічними («Іронія» – іносказання, яке виражає насмішку або лукавство» [4, 74], а нерідко й саркастичними («Сарказм» – зла й уїдлива насмішка, вищий ступінь іронії» [4, 84]. Мабуть, у цьому й проявляється протистояння у моделі «ЗМІ і влада». «В общем сессия прошла тихо. Депутаты не подрались и не поругались, вероятно, проявляя тем самым уважение к председателю. Из фотографии, сделанной нами в зале заседания видно как народные избиратили болеют душой за людей» ( на фото: депутати сплять на сесії і підписано «Сессия облсовета в самом разгаре») (Анна Гулая «Бюджет, выстраданый и напряженный» // Панорама. – 1999. – №10. – 5-11 марта. – С.2)

Такі ж думки нерідко зустрічаються і в «Подвальчике редактора», автор якого головний редактор «Панорами» Євгеній Положій. Влада ставиться до цієї газети неоднозначно. То хвалить, то на апаратні наради не пускають. «На день журналиста…первыми поздравляли сумские власти. Хвалили «Панораму» и другие независимые издания…» (Евгений Положий «Игра в классики» // Панорама. – 2002. – №24. – 12-19 июня. – С.А5) «Журналистов газет «Ваш шанс», «Данкор» и «Панорама» не пустили на аппаратное совещание в мерии» (Инна Стасова «Код допуска» // Панорама. – 2002. – №24. – 16-23 июля. – С.А2).

Зовсім інший характер публікації газети «Суми і сумчани». Це видання міської ради, то ж чимало місця відведено висвітленню її роботи. Наприклад, під рубрикою «Офіціоз» друкується повністю рішення з сесії.

Якщо «Панорама» критикує владу то вищезазначене видання робить компліменти депутатам у рубриці «Депутатська орбіта». «У депутатському корпусі міської ради Валерій Олексійович Журба вигідно вирізняється професіоналізмом, державним мисленням, глибоким баченням проблем, об’єктивністю у їх вирішенні» (Ігор Бондаренко 2Валерій Журба: «Мій головний критерій – працювати на професійному рівні» // Суми і сумчани. – 1999. – №16(25). – 22 квітня. – С.3).

То як можна визначити на яких засадах співпрацюють «Суми і сумчани» та міська влада. Це діалог чи служіння ЗМІ політичним структурам. Про це на сторінках видання висловлювалися самі представники влади – депутати. Думки розділялися: «Якщо ми не будемо мати власної газети, ТРК, на кого ж ми зможемо покластися? Хіба ми зможемо покластися на комерційні ЗМІ? Рекламувати себе в них, наймати когось... Хто нас назве у такому випадку владою?» – такою є думка Олександра Ткаченка.

«Не сможет газета освещать объективно до тех пор, пока она будет выявлять чью-то волю», – має протилежний погляд Борис Рондель (Зінаїда Ралійська «Сесія міської ради у два етапи» // Суми і сумчани. – 2002. – 344 (209). – 31 жовтня. – С 1, 3).

В ідеалі «Журналістика дбає про суспільний інтерес до політичних питань і тому є важливим елементом демократії» [3, 26]. А ключ до демократії – вільні вибори. «Влада народу» залежить від поінформованого вибору, саме тому роль ЗМІ у висвітленні виборів є такою важливою» [3, 27].

Редактор «Панорами» в інтерв’ю на сторінках видання наголосив: «Когда меня спрашивали: «Вы за кого?» – я отвечал: «Мы не «за кого», мы «за сколько». Вот наши расценки на рекламу». (Евгений Кузьменко «Особенности размещения политической рекламы» // Панорама. – 2002. – №24. – 10-17 апреля. – С.А6).

У газеті є «оди» політиками, але всюди стоїть значок R або PR.

Натомість у виданні «Суми і сумчани» трапляється відверта агітація, без вказівки, що це реклама. Наприклад, «Звернення асамблеї» блоку політичних партій «Наш вибір – Леонід Кучма до виборців України».

Висновки: Не завжди стосунки ЗМІ і влади існують на умовах діалогу. Розглянувши матеріали приватного й державного (комунального видань), можна зробити висновок, що ні «Панорама», ні «Суми й сумчани» не є в цьому плані досконалими виданнями. Перша з газет інколи шукає скандали, своєю іронією приваблює читача. Оскільки журналістика для цієї редакції – бізнес. Інша газета служить, але частіше, мабуть, владі, ніж суспільству. Ідеальний варіант, на нашу думку, золота середина. «Журналісти повинні усвідомити свою роль – роль посередника між владою і суспільством. Роль душоприкажчика, котрий не має права бути лакеєм» [2, 54].

**Список використаної літератури**

1. Гузиря С.І. Незалежна преса і нова влада // Наукові записки Інституту журналістики. – К.: Інститут журналістики, 2006. – Т.22. – С.40-44.

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

3. Литвинова М.К. Політична журналістика в Україні: деякі аспекти теорії і практики // Наукові записки Інституту журналістики. – К.: Інститут журналістики, 2003. – Т.11. – С.26-29.

4. Піча В.М., Хома Н.М. Політологія: Навч. посібник для студентів вищих навчальних закладів освіти І-IV рівнів акредитації. – 2-ге видання, виправлене і доповнене. – К.:»Каравела», Львів: «Новий світ – 2000», 2001. – 344с.

5. Політичний енциклопедичний словник / упорядник В.П. Горбатенко; За ред. Ю.С. Шемшученка, Бабкина, В.П. Горбатенька, 2-ге вид., доп і перероб. – К.: Генуя, 2004. – 736с.

6. Шкляр В.І. Формування моделі «влада – преса – суспільство» в період легітимації політичної системи // Наукові записки Інституту журналістики. – К.: Інститут журналістики, 2004. – Т.17. – С.116-118.

7. Юридична енциклопедія: в 6 т. / Редкол.: Ю.С. Шемшученка (відп. ред) та ін. – К.: «Українська енциклопедія», 1998. – Т.1.: А – Г.672с.

Аналітичні жанри на сторінках районної газети

Розпочати нашу роботу хотілося б з визначення головного поняття нашої наукової розвідки – це «аналітичні жанри». Є досить багато визначень цього поняття. Найбільш вдале визначення, на мою думку, дає провідний вчений журналістикознавства Здоровега В.: «аналітичні жанри – це жанри, завданням яких є не просто повідомити про щось, а проаналізувати явище, сукупність фактів, суспільні процеси, поставити ту чи іншу підказану життям проблему» [1, с.158]. Співставивши декілька визначень вчених журналістики щодо цього поняття, я зробила для себе такий висновок, аналітичні жанри – це жанри, що на підставі розгляду та зіставлення значної групи фактів чи ситуацій ґрунтовно й глибоко, з науковою точністю трактують, осмислюють й теоретично узагальнюють проблеми соціальної дійсності, Містять в собі, навіть, прогнозування того чи іншого явища.

Аналітичні жанри мають свої родові ознаки, які допомагають нам розрізнити їх у потоці різноманітних матеріалів. Ось основні особливості аналітичних жанрів, що виділяє вчений журналістикознавства Михайлин І.Л.:

встановлення журналістом однотипності фактів і явищ і об’єднання їх в логічний ряд;

 узагальнення їх, співставлення з іншими, встановлення зв’язку між ними;

оцінка ситуації і явища;

постановка проблеми і виявлення всіх її аспектів;

висловлення пропозиції про своє бачення розв’язання проблеми [3, с.219-220].

А які ж саме жанри відносять до аналітичних? Українські вчені журналістики – Здоровега В., Кузнєцова О. та Михайлин І. Говорять про такі аналітичні жанри як, кореспонденція, стаття, коментар, рецензія, огляд, лист, журналістське розслідування. Російський вчений Тертичний О.О. також виділяє жанри, породжені сучасністю: сповідь, версія, прогноз, моніторинг, рейтинг, аналітичне опитування, експеримент та ін. Я вважаю, що найпоширенішими аналітичними жанрами, які можна зустріти на сторінках газет є стаття, рецензія, лист, огляд. Саме ці жанри використовують більшість журналістів.

Районна газета дещо відрізняється від інших своєю специфікою і має свої особливі ознаки, які і виділяють її серед міських газет, приватних тощо. На прикладі районної газети «Вісті Роменщини» розглянемо основні аналітичні жанри, що зустрічаються в районних газетах, проаналізуємо чи дотримуються журналісти родових ознак аналітичних жанрів та основних, притаманних тому чи іншому жанру, особливостей.

Дослідивши номери районної газети «Вісті Роменщини», спершу хотілося б відмітити таку тенденцію – аналітичні жанри присутні в меншій кількості на сторінках газети, на відміну від жанрів інформаційних.

На мою думку, це можна пояснити таким чином:

по-перше, газета невеликих розмірів, але її основне завдання вмістити велику кількість інформації, повідомити жителів міста про всі події, явища, процеси, що відбулися в їхньому місті. Найзручніший та найлегший спосіб – це написання невеликих матеріалів, тобто використання інформаційних жанрів;

по-друге, газета виходить двічі на тиждень, тому вміщає в себе інформаційні жанри, оскільки аналітичні потребують більшої уваги до себе, обробки, опрацювання. А так як в газеті працює лише в сфері аналітичних жанрів;

по-третє, аналітичні жанри – це жанри серйозні, пишуться на важливі теми, порушують важливі проблеми – це не завжди можна спостерігати на територіях маленьких містечок, і тому журналісти віддають перевагу інформаційним жанрам: замітка, репортаж, звіт, іноді художньо-публіцистичним у вигляді нарису;

і нарешті, у місті виходять чотири газети, серед них є приватні, міські, районні, кожна має свою територію, своїх читачів, аудиторію, специфіку, і, звичайно, вони розподіляють між собою теми висвітлення, що випливає у певний жанр журналістики. Районна газета «Вісті Роменщини» має схильність до інформаційних жанрів.

Не зважаючи на те, що газета «Вісті Роменщини» спеціалізується в основному на інформаційних жанрах, на її сторінках зустрічаються також аналітичні, які є досить вдалими, цікавими, важливими. Ось деякі приклади таких матеріалів. Це: «Змагання нафтовиков України і Грузії» Григорій Гарячу («Вісті Роменщини», субота, 8 вересня 2007 року, №№ 69-70(13166 – 13167)), «Роменській нафті – 70» Григорій Діброва («Вісті Роменщини», спецвипуск №6, серпень 2007 року), «На часі – інвентаризація» Микола Цецюр («Вісті Роменщини», спецвипуск №6, серпень 2007 року), «Власна ділянка – це надійно» Тетяна Агєєнко («Вісті Роменщини», спецвипуск №6, серпень 2007 року), «Допекли «вогненна вода» та п’ятдесят перша стаття» Денис Мягкович («Вісті Роменщини», середа, 12 вересня 2007 року, №71(13168)), «Опалювальний період – своєчасно» Володимир Беседа («Вісті Роменщини», середа, 26 вересня 2007 року, №79(13176)), «Завтра – день машинобудівника. Не іспанський чи німецький, а роменський» Павло Ключник («Вісті Роменщини», субота, 22 вересня 2007 року, №№ 77-78(13174 – 13175)), «Навчання – це стрес» Тетяна Величко («Вісті Роменщини», спецвипуск №7, вересень 2007 року), «Здобутки – це добро, але має бути фахова програма розвитку» Дмитро Правдюк («Вісті Роменщини», середа, 2 серпня 2007 року, №59(13156)), «Книга – джерело мудрості» Лідія Гвоздь, методист з бібліотечних фондів («Вісті Роменщини», спецвипуск №7, вереснь 2007 року), «Тисяча і одна вчителька. Серед освітян Ромен найбільше жінок» Алла Митрофанова, методист по кадрам («Вісті Роменщини», спецвипуск №7, вереснь 2007 року), «Туберкульоз прогресує, та запобігти хворобі можна» Володимир Тетірко («Вісті Роменщини», середа 8 серпня 2007 року, №61(14158)), «Скільки коштує першокласник» Юлія Барабаш («Вісті Роменщини», 5 вересня 2007 року, №68(13165)), «Юрій Луценко: Добро не тільки має бути з кулаками. Ще й зло має носити синці» Олександр Черевко («Вісті Роменщини», субота , 22 вересня 2007 року, №№ 77-78(13174 – 13175)), «Юні таланти. Мріє про велику сцену» Юлія Андрєєва («Вісті Роменщини», субота 28 липня 2007 року, №58(13155)), «БЮТ розраховує на 226 місць у Верховній Раді» Петро Карабут («Вісті Роменщини», субота 22 вересня 2007 року, №№ 77-78(13174 – 13175)), «Перевізники і Базарний спуск» Анатолій Холявко («Вісті Роменщини», середа 12 вересня 2007 року, №71(13168)), «Партія Регіонів – партія конкретних справ» Володимир Крижанівський («Вісті Роменщини», субота, 22 вересня 2007 року, №№ 77-78(13174 – 13175)), «Жди мене: історія кохання» («Вісті Роменщини», середа, 12 вересня 2007 року, №71(13168)).

Детальніше зупинимося на декотрих з цих матеріалів, покажемо їхні теми, ідеї, основні завдання, специфіку написання, доведемо, що це дійсно є аналітичні жанри, вкажемо на їх основні ознаки, особливості.

Метеріал «Допекли «вогненна вода» та п’ятдесят перша стаття» Денис Мягкович («Вісті Роменщини», середа, 12 вересня 2007 року, №71(13168)). Поданий матеріал знаходиться під рубрикою «нарада». На мою думку, це є звіт з елементами аналітики. Російський вчений журналістикознавства Тертичний О.О. в своїх працях виділяє такийжанр, як аналітичний звіт, тому я вважаю, що цей матеріал є саме аналітичним звітом. Від звіту, як інформаційного жанру, в матеріалі присутні такі елементи – це звітність, виступ тих чи інших осіб про певну діяльність. У нашому випадку – це нарада голови райдержадміністрації В.О. Білохи, за участю співробітників міліції, успіхи та недоліки в професійній сфері, про плани на майбутнє. Зокрема, В.О. Білоха наголошує на недосконалості правоохоронного законодавства, а саме в сфері дрібних злочинів. Журналіст певним чином констатує хід наради, повідомляє про те, хто виступив, що сказав, навіть те, як той чи інший виступ був прийнятий аудиторією. Як аналітичний жанр, поданий матеріал ніби показує внутрішній зв’язок цих виступів, докладів. По-перше, журналіст Денис Мягкович подає свої роздуми щодо наради, яка відбулася, говорить про деякі недоліки і недоробки виступаючих. Також журналіст проводить паралель з минулими нарадами, наголошує на обіцянках, які звучали з вуст докладчиків, таким чином аналізує роботу правоохоронного законодавства, його обіцянки, їх невиконання. По-друге, журналіст не просто подає звіт виступів, він відбирає, на свій погляд, найбільш вдалі, підходящі виступи. Це вже є суб’єктивно, і свідчить про аналітичність. По-третє, Денис Мягкович показує взаємозв’язок суджень, висновків, що містилися у виступах, реальними проблемами, з дійсною ситуацією, що склалася в даний момент в житті міста. Журналіст трактує, аналізує, пояснює виступи докладчиків, і таким чином показує і свою точку зору на те, що відбувається, про що говориться. Навіть, заголовок матеріалу містить в собі певну аналітику. Журналіст газети «Вісті Роменщини» не просто повідомив, що відбулася нарада, а наголосив на 51 статті Кодексу України про адміністративні правопорушення –«Дрібне розкрадання державного або колективного майна». І ще хотілося б відмітити, що журналіст заголовком зацікавив більшу частину читачів газети, згадавши про 51 статтю Кодексу України, але не сказавши відразу, що це за стаття. Мало хто з читачів районної газети добре знає Кодекс України, і тому, прочитавши в заголовку про це, відразу зацікавився даним матеріалом, відразу захоче знайти в матеріалі те місце, де пояснюється, що ж це за стаття, і в результаті прочитає весь матеріал. Даний прийом мало використовується в інформаційних жанрах, це привілегія саме аналітичних. Для інформаційних жанрів характерні прості, лаконічні заголовки, без натяків. Ретельно дослідивши матеріал «Допекли «вогненна вода» та п’ятдесят перша стаття», можна точно сказати, що журналіст газети «Вісті Роменщини» Денис Мягкович дотримується головних особливостей аналітичних жанрів, які виділяє Михайлин І.П. – це узагальнення фактів, оцінка ситуації, висловлення своєї думки.

Наступний матеріал «Завтра –День машинобудівника. Не іспанський чи німецький, а роменський» Павла Ключника («Вісті Роменщини», субота, 22 вересня 2007 року, №№ 77-78(13174 – 13175)). Дослідивши поданий матеріал, я визначила, що це такий аналітичний жанр, як стаття. Кузнєцова О. дає таке визначення цього поняття: «стаття – синтетичний жанр публіцистики, в якому журналіст використовує палітру інформаційних, аналітичних, досліджує актуальну соціальну проблему, щоб показати явище, його причини і наслідки для вдосконалення життя» [2, с.46]. Приводом для написання статті стало свято – День машинобудівника. Відразу кидається у вічі заголовок, на перший погляд дещо незрозумілий, але прочитавши матеріал, можна дійти висновку, що він несе в собі дві думки і має певний підтекст. Перша думка – це повідомлення про те, що роменці будуть святкувати День машинобудівника. Друга – йдеться про нову розробку ТОВ «Техно-Маш-Сервіс» – багатострунний різальний автомат. І тут журналіст наголошує на тому, що це автомат саме роменський, а не іспанський чи німецький. У матеріалі журналіст Павло Клячник не просто стандартно повідомляє про свято, про те, коли воно виникло тощо, він також говорить про заслуги та недоліки роменського ТОВ «Техно-Маш Сервіс» щодо нової розробки, затрогує також тему іноземних інвестицій та перспективність самого підприємства. Журналіст аналізує, коментує і в решті решт робить висновок, що підприємство, не зважаючи на проблеми, недоробки, недоліки, знаходиться в стадії розквіту і має великі перспективи в майбутньому. Також можна сказати , що матеріал «Завтра – День машинобудівника. Не іспанський чи німецький, а роменський» має основні елементи такого аналітичного жанру, як стаття: ціль матеріалу – аналіз актуальних, суспільно значимих подій; прочитавши матеріал, тема заохочує читачів до певних роздумів, висновків; факти відіграють службову, допоміжну роль в матеріалі, головне – проблема; журналіст використовує синтез інформаційних, аналітичних та художньо-публіцистичних методів при написанні матеріалу; також показує причини та наслідки того чи іншого явища. Вчений журналістикознавства Тертичний О.О. виділяє такий вид статті, як практикоаналітична. На мою думку, розглянута стаття відноситься саме до цього виду. Як визначає Тертичний О.О., практикоаналітична стаття – це стаття про розвиток країни, про актуальні проблеми промисловості, сільського господарства, культури, науки, спорту тощо. У цих статтях аналізуються конкретні проблеми, дії, пов’язані з практичними завданнями та їх розв’язання [4, с. 165]. Автор такої статті, як говорить Тертичний, оперує такими словами – елементи, зазначені вище, можна спостерігати в нашому матеріалі, які чітко простежуються протягом всього розкриття теми, головної думки. Тому робимо висновок – матеріал «Завтра – День машинобудівника. Не іспанський чи німецький, а роменський» Павла Ключника – це стаття, а саме практикоаналітична, тобто це аналітичний жанр.

Опрацьовуючи сторінки газети «Вісті Роменщини», можна зустріти такий вид статті, як рекламна. Ці статті були написані в період передвиборчої агітації, і тому їх основна тема – це вибори, політика. На сторінках газети за суботу, 22 вересня 2007 року, №№ 77-78(13174 – 13175) можна зустріти три рекламні статті про три головні сили на виборах – НУ-НС, БЮТ, Партія Регіонів. Це: «Юрій Луценко: Добро не тільки має бути з кулаками. Що зло має носити синці» Олександра Черево, «БЮТ розраховує на 226 місць у Верховній Раді» Петра Марабута, «Партія регіонів – партія конкретних справ» Володимира Крижанівського. Всі ці матеріали відповідають жанрам аналітичним, мають всі головні ознаки аналітичної статті, журналісти використовують аналітичні методи дослідження при написанні матеріалу. Але, як і характерно для рекламної, замовної статті, можна спостерігати таку тенденцію – підтримка журналістом однієї точки зору, одного боку проблеми, мале, використання інших думок. На мою думку, журналіст при написанні будь-якого матеріалу – інформаційного, аналітичного, художньо-публіцистичного, повинен займати нейтральну позицію в будь-якій ситуації і не підтримувати жодну з сторін. Такої думки притримуються такі вчені, як Здоровега В., Москаленко А., Михайлин І., Кузнєцова О. – митці в сфері журналістикознавства. На жаль, в поданих вище рекламних статтях, ця думка не береться до уваги. Журналісти займають одну сторону і тримаються її протягом всього матеріалу. Після прочитання статей, складається думка, що журналісти підтримують саме цю політичну силу, певним чином агітують читачів до такої ж думки.

Матеріал «Навчання – це стрес» Тетяна Величко, методист психологічної служби(«Вісті Роменщини», спецвипуск №7, вересень 2007 року). Поданий матеріал – це стаття. Розповідає про те, що іноді навчання в школі викликає великі стреси. Автор матеріалу пояснює чим це може бути викликане, до чого призводить. А також говорить про те, як подолати проблеми та кризи в школі, і яку роль в цьому відіграють шкільні психологи. Досить велика частина матеріалу розповідає читачам про таку науку, як психологія і нелегку працю психолога. Тетяна Величко заторгує й тему психологічних служб, повідомляє про їх роботу. Головна проблема, на якій наголошує автор статті – це шкільні стреси, що є досить актуальним в даний період, а саме з початком шкільного року. Можна сказати, що автор статті дійсно дотримувався основних її особливостей при написанні. Предметом дослідження матеріалу є соціальна проблема, яка стосується багатьох людей, у нашому випадку – це мільйони школярів, їх батьки, вчителі. Можна простежити і основне завдання: автор показує проблему, і на основі аналізу фактів, деяких подій, вказує на причини даної проблеми, наслідки, дає певні прогнози. На мою думку, автор має на меті поліпшити життя основного об’єкта статті, щось вдосконалити, зробити кращим. Автор багато узагальнює, робить висновки на основі приведених ним фактів. Також можна помітити, при аналізі поданого матеріалу, що автор апелює до осіб, про які йдеться в матеріалі, спонукає їх до прийняття потрібних та правильних рішень і дій. Одночасно повідомляє та аналізує, виявляє свою позицію, дає певну оцінку, робить висновки. Такі особливості притаманні аналітичним жанрам, а саме такому їх різновиду, як стаття. Щодо виду поданої статті, то, на мою думку, це є проблемна стаття, завданням якої, по словам Кузнєцової О., є осмислити на основі аналізу системи фактів, подій якусь актуальну соціальну проблему сучасності, виявити суперечності, що виникають у житті, пояснити їх причину, а також показати шляхи розв’язання проблеми [2, с.48]. Все вище сказане, можна спостерігати у нашій статті «Навчання – це стрес» Тетяни Величко. Хотілося б ще звернути увагу на те, що автор статті – це не журналіст, це професіонал, компетентна особа у сфері розглянутої теми. Я думаю, компетентна особа краще може подати, показати ту чи іншу сторони поставленої проблеми, на відміну від журналіста, який не завжди може розібратися, зрозуміти, відчути розкрити суть висвітлю вальної ним проблеми. Я вважаю, читачі з більшою довірою будуть читати подану статтю.

«Книга – джерело мудрості» Ліді я Гвоздь, методист бібліотечних фондів («Вісті Роменщини», спецвипуск №7, вересень 2007 року) «Тисяча і одна вчителька. Серед освітян Ромен найбільше жінок» Алла Митрофанова, методист по кадрам («Вісті Роменщини», спецвипуск №7, вересень 2007 року). Це статті, проблемні, стосуються теми освіти. І взагалі весь спецвипуск №7 газети «Вісті Роменщини» за вересень 2007 року присвячений темі освіти, її проблемам, недолікам, досягненням. Автори статей вибирають вдалий вид – проблемна стаття, де показують всі сторони тієї чи іншої проблеми, аналізують ситуацію, роблять висновки як компетентні особи, в даній сфері, прогнозують, подають свою точку зору. Крім того, вони спілкуються з об’єктами своїх матеріалів, тобто особами, що причетні до даної проблеми, які є героями цих явищ, процесів. Хочеться також відмітити, що подані матеріали мають усі компоненти статті – це тему, ідею, предмет дослідження, постановка проблеми.

«Скільки коштує першокласник» Юлія Барабаш («Вісті Роменщини», середа, 5 вересня 2007 року, №68(13165)). Журналіст у даному матеріалі застрогує важливу тему як для вересня. Багато школярів йдуть до школи, дехто в перший раз, і тому автор матеріалу розмірковує про те, а скільки ж потрібно грошей, щоб відправити першокласника до школи. Це є досить актуальна тема, що цікавить безліч людей. Проаналізувавши цей матеріал «Скільки коштує першокласник» Юлії Барабаш, я дійшла висновку, що це аналітичний жанр, на мою думку, це стаття, вид – постановча. Постановча стаття дуже схожа на проблемну, в ній так же осмислюються, аналізуються факти, події якоїсь актуальної соціальної проблеми, сучасності, пояснюється їх причина, наслідки, але різниця в тому, що проблемна стаття – ще й показує шляхи розв’язання проблеми, а постановча, на жаль, цього не подає. Автор статті, хоч і розмірковує, висловлює власну думку, але робити висновки залишає самим читачам. Журналіст оцінює, коментує, але питання залишає відкритим, не вирішеним. Журналіст Юлія Барабаш при роботі над статтею, спілкується з людьми – це батьки школярів, працівники магазинів шкільних товарів тощо. Вона збирає, перевіряє дані, осмислює їх, дає їм оцінку, навіть, спирається на статистичні дані, осмислює їх, дає їм оцінку, навіть, спирається на статистичні дані попередніх років управління статистики у Роменському районі. Хочеться відмітити, що журналіст використовує найголовніші джерела інформації при написанні аналітичного матеріалу – це документи, люди, власні спостереження. На мою думку, подана стаття ще дещо схожа на журналістське розслідування – популярний аналітичний жанр, тобто має деякі його елементи. Журналіст проводить маленьке розслідування щодо поставленої ним проблеми, але річ у тім, що дана проблема не є настільки суспільно значимою і тому, випливає у форму лише постановчої статті. Хотілося б відмітити, що журналіст знайшла оригінальний, читабельний стиль статті, матерал досить вільно і швидко читається, і залишає слід в думках читачів. А те, що журналіст не подає рішення проблеми, примушує читача замислитися і знайти це рішення самому.

Серед аналітичних жанрів у газеті «Вісті Роменщини» також присутній такий жанр, як листи. Наприклад: «Юні таланти. Мріє про велику сцену» Юлія Андрєєва («Вісті Роменщини», субота, 28 липня 2007 року, №58(13155)); під рубрикою листи-подяки можна зустріти такі –«З хлібом і сіллю» Людмила Дудка, бабуся першокласника («Вісті Роменщини», субота 8 вересня 2007 року, №№ 69-70(13166-13167)), «Допомогла міська влада» Надія Лазаренко, Надія Свірська, Валентина Мальцева («Вісті Роменщини». субота 8 вересня 2007 року, №№69-70(13166-13167)); «Вдруге врятували життя» родина Литвиненків («Вісті Роменщини», субота, 8 вересня 2007 року, №№ 69-70(13166-13167)); «Герой з робітничої академії» Василь Криша («Вісті Роменщини», субота, 8 вересня 2007 року, №№ 69-70(13166-13167)); «Жди мене: історія кохання» («Вісті Роменщини», середа, 12 вересня 2007 року, №71(13168)); під рубрикою позиція цікавим є такі листи – «Колодязі «оновлюються» Софія Демченко («Вісті Роменщини», середа, 12 вересня 2007 року, №71(13168)); «Нащадки героїв» Артем Голуб («Вісті Роменщини», середа, 12 вересня 2007 року, №71(13168)), «Дяка – меценатам, шана – героям» Алла Бабенко («Вісті Роменщини», середа, 12 вересня 2007 року, №71(13168)), «Перевізники і Базарний спуск» Анатолій Холявко («Вісті Роменщини», середа 12 вересня 2007 року, №71(13170)). Як визначає Кузнєцова о., лист – аналітичний твір зі зверненням до широкої аудиторії автора або групи авторів зі своєю думкою, оцінкою актуальних соціальних проблем [2, с.31]. Дослідивши та проаналізувавши листи, мета яких поставити певну проблему, що має суспільне значення, привернути увагу до неї читачів, закликати до дії, а також листи, які є просто відгуком на деякі події, явища, процеси, або листи-подяки. У всіх представлених листах чітко, яскраво виражена індивідуальність автора, його оцінка порушеної проблеми, ставлення – це характерно для аналітичних жанрів. Досить велика сила емоційного впливу присутня у більшості листів, вони апелюють до почуттів читача, а не до роздуму. Щодо видів листів, то присутні – за формою: малі форми листа – це епістолярні листи, листи-запитання, листи-подяка, листи-пропозиція; за адресатом – звернені до широкої групи людей, до тих, кого цікавить та чи інша проблема; за авторством – від одного автора, в основному читача газети. Стиль усіх листів – розмовний, багато питальних, окличних, динамічних речень, звертання нагадують усну мову. Я вважаю, що такі газети, як «Вісті Роменщини», потреби своєї аудиторії, і в цьому їй допомагає саме епістолярний жанр, листи в редакцію, де читачі можуть висловити свої думки, пропозиції тощо.

Висновки

1. Є досить багато визначень такого поняття, як аналітичні жанри. Найбільш вдалим є визначення вчених журналістикознавства Кузнєцової О. та Здоровеги В.

2. Основні особливості аналітичних жанрів, що виділяє Михайлин І.Л.: встановлення журналістом однотипності фактів і явищ і об’єднання їх в логічний ряд; узагальнення їх, співставлення з іншими, встановлення зв’язку між ними; оцінка ситуації і явища; постановка проблеми і виявлення всіх її аспектів; висловлення пропозиції про своє бачення розв’язання проблеми.

3. До аналітичних жанрів належать такі: стаття, аналітична кореспонденція, рецензія, огляд, лист, коментар, журналістське розслідування, та жанри породжені сучасністю – сповідь, моніторинг, рейтинг, прогноз, версія, аналітичне опитування, соціологічне резюме, експеримент, рекомендація.

4. Проаналізовано матеріали газети «Вісті Роменщини» за липень-жовтень 2007 року. Газета виходить 2 рази на тиждень, також має спецвипуски, присвячені одній конкретній темі.

5. Газета в основному спеціалізується на інформаційних матеріалах, але присутні досить вдалі по своїй темі, проблематиці, специфіці написання аналітичні жанри.

6. Серед аналітичних жанрів присутні статті, аналітичний звіт, листи. Щодо оглядів, коментарів та рецензій, то вони відсутні. Журналістські розслідування теж відсутні, але в деяких матеріалах присутні елементи журналістського розслідування. Це в основному спостерігається в статтях проблемного типу.

7. При написанні статей витримано підходи до їх створення, присутні предмет, завдання, мета, тема, ідея матеріалу. Також, як характерно для аналітичних жанрів, в матеріалах містяться оцінка, аналіз, коментування, прогноз. Журналісти подають певну проблему, показують її причину, наслідки тощо. В текстах відчувається власна оцінка журналістів.

8. Серед статей є такі види: проблемна, постановча, рекламна. Це найбільш поширені її види.

9. Щодо листів, то газета вміщає в себе різні їх види, як за формою, за адресатом, так і за авторством.

**Список використаної літератури:**

1. Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Львів: ПАІС, 2004. – 268с.

2. Кузнєцова О. Аналітичні методи в журналістиці: навчал. Посібник. – Львів, 1997. – 110с.

3. Михайлин І.Л. Основи журналістики: Підручник. Вид. 3-е доп. і поліп. – К.: ЦУЛ, 2002. – 284с.

4. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. Учебное пособие. – М.: изд-во Аспект-пресс, 2000.

Зміст

Переднє слово 3

*ЛЕКЦІЯ 1* Поняття журналістикознавства.

Українська школа журналістикознавства

та теорії масової комунікації 4

*ЛЕКЦІЯ 2* Основні етапи розвитку української науки

про журналістику. Журналістикознавчі засади Івана Франка 6

*ЛЕКЦІЯ 3* Методологія наукової діяльності 11

*ЛЕКЦІЯ 4* Технологія наукової роботи 17

*ЛЕКЦІЯ 5* Загальна схема наукового дослідження 20

*ЛЕКЦІЯ 6* Основні прийоми викладу наукових матеріалів 23

*ЛЕКЦІЯ 7* Мова й стиль наукової роботи 25

*ЛЕКЦІЯ 8* Загальні правила цитування та посилання

на використані джерела. 29

Список літератури 31

ДОДАТОК 33

Жанрова палітра газети «Панорама» 35

Питання економіки на сторінках районних газет 37

Національна ідея на сторінках сумської преси 39

Аналітичні жанри на сторінках районних газет 43

Жанрова палітра газети «Сумщина» 45

Жанрова палітра газети «Ваш шанс» 48

Проблеми соціального захисту на сторінках районних газет 52

Емоційна аргументація на шпальтах сучасної періодики 55

Жарова палітра газети «Суми і сумчани» 59

Журналістське розслідування на сторінках української преси 60

Жанрова палітра на сторінках газети «В двух словах» 62

Аналітичні жанри на сторінках районних газет 66

Формування та розвиток мас-медійного простору України 69

Нарис на сторінках регіональної преси 76

Журналістське розслідування на сторінках місцевої преси 80

ЗМІ і влада: діалог чи протистояння 82

Аналітичні жанри на сторінках районної газети 85

Навчальне видання

основи журналістикознавчих досліджень

конспект лекцій

для студентів IV курсу гуманітарного факультету

спеціальності 6.030301 «Журналістика»

денної форми навчання

Відповідальний за випуск А. О. Євграфова

Редактор Н. А. Гавриленко

Комп’ютерне верстання В. О. Садівничого

Підп. до друку , поз.

Формат 60х 84/16. Папір офс. Гарнітура Times New Roman Cyr. Друк офс.

Ум. друк. арк. 5,6. Обл.-вид. арк. 5,65.

Тираж 100 пр. Собівартість вид.

Зам. №

Видавництво СумДУ при Сумському державному університеті

40007, м. Суми, вул. Римського-Корсакова, 2

Свідоцтво про внесення суб’єкта видавничої справи до Державного реєстру

ДК № 3062 від 17.12.2007.

Надруковано у друкарні СумДУ

40007, м. Суми, вул. Римського-Корсакова, 2.