

ro  
ro  
ro



**Wolf Schneider  
Paul-Josef Raue**

**Das neue Handbuch  
des Journalismus  
und des Online-  
Journalismus**

**Rowohlt Taschenbuch Verlag**



**Вольф Шнайдер  
Пауль-Йозеф Рауе**

**Новий посібник  
з журналістики  
та онлайн-журналістики**

**Академія Української Преси**



УДК  
ББК  
Ш

ISBN 978-966-2123-54-8  
ISBN 978 3 499 62825 2 (нім.)

Ш Вольф Шнайдер, Пауль-Йозеф Рауе  
Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / Перекл. з нім. В. Климченко; за загал. ред. В. Іванова — К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2014. — 358 с.

Friedrich Naumann  
STIFTUNG **FÜR DIE FREIHEIT**

Видання здійснене за підтримки Фонду Фрідріха Науманна за Свободу

ISBN 978-966-2123-54-8  
ISBN 978 3 499 62825 2 (нім.)

The copyright line shall be printed as follows:

Originally published under the title

DAS NEUE HANDBUCH DES JOURNALISMUS UND  
DES ONLINE-JOURNALISMUS

Copyright © 1996, 1998, 2012 by Rowohlt Verlag GmbH, Reinbek bei Hamburg

© Вольф Шнайдер, Пауль-Йозеф Рауе., 2012  
© В. Климченко, переклад, 2014  
© Академія Української Преси, 2014  
© Центр Вільної Преси, 2014  
© Ровольт Ташенбух Ферлаг, 2012

Нове видання – не проста переробка попереднього. Інтернет, блоги і твітер створили почасти абсолютно нові форми журналістики, а почасти так потіснили старе ремесло, що виникла необхідність у новій спробі, звичайно ж, спираючись на випробуване: чиста мова, ґрунтовний пошук і чітке бажання прокласти інформаційну просіку через джунґлі з мільярдів байтів. Задля цього книжка вперше презентує окремий розділ про роботу в та з відділами піар і прес-службами. Так посібник, який добре зарекомендував себе впродовж десятиліть, стає ще кориснішим, пропонуючи ідеальну орієнтацію для початківців, волонтерів і молодих редакторів. Та й досвідченим авторам не завадить завжди бути в курсі новинок.

Ще ніколи журналісти не були такі важливі для суспільства, ніж в епоху інформаційного вибуху. Ще ніколи не існувало такої нагальної потреби у компетентному, критичному та наочному вступі в цю складну і прекрасну професію. В книжці покроково розкриваються форми журналістики та проблеми журналіста – наочно, з використанням яскравих прикладів з практики.

Практика передбачає точну інформацію: що чекає мене в цій професії, чим відрізняється робота в газеті від роботи в журналі, на телебаченні, в онлайн-редакції, в інтернеті? Як виглядає повсякденна робота в редакції? Куди, власне, подавати заяву на навчання? Що потрібно вже знати, щоб не осоромитися? Книга дає відповіді на ці питання.

Інформація про авторів подана в кінці книги.



# ЗМІСТ

<b>Передмова від видавця .....</b>	<b>9</b>
1. Яка мета цієї книжки .....	30
<b>Журналісти .....</b>	<b>31</b>
2. Яких журналістів ми маємо на увазі, а яких – ні .....	31
3. Чому суспільство потребує кращих журналістів .....	32
4. Що повинні вміти такі журналісти .....	34
<b>Онлайн-журналістика .....</b>	<b>40</b>
5. Інтернет-революція .....	40
6. Тизер – старі правила, нова користь .....	44
7. Онлайн-редакція .....	46
8. Подкаст – писати для слухання .....	53
9. Відеожурналістика .....	55
10. Чого журналісти можуть повчитися у блогерів .....	57
<b>Написання та редагування .....</b>	<b>60</b>
11. Зрозумілі слова .....	60
12. Прозорі речення .....	62
13. Святий синонім .....	65
14. Конкретне важливіше за абстрактне .....	67
15. Редагування .....	69
16. Словник непотрібних слів .....	72
<b>Як розслідують журналісти .....</b>	<b>81</b>
17. Власне розслідування .....	81
18. Як організувати журналістське розслідування .....	89

<b>Як журналісти отримують інформацію</b> .....	96
19. Інформаційні агентства.....	96
20. Стислий виклад змісту та оприлюднення.....	107
21. Прес-конференція.....	110
<b>Як журналісти інформують читачів і слухачів</b> .....	114
22. Чому завжди складно доносити інформацію.....	114
23. Що таке новина?.....	116
24. З чого може вийти новина?.....	121
25. Як писати новину?.....	123
26. Інтерв'ю.....	129
27. Обережно, цифри!.....	136
28. Більшість журналістів некритичні.....	142
29. Багато журналістів вдаються до маніпуляцій.....	145
30. Аналіз – синтез – бекграунд.....	147
<b>Розважальна інформація</b> .....	152
31. Нарис.....	152
32. Репортаж.....	155
33. Як писати репортаж.....	159
34. Портрет.....	167
35. Бульварна журналістика.....	171
36. Журнальна журналістика.....	175
<b>Власна думка</b> .....	181
37. Коментар.....	181
38. Сатира.....	187
<b>Як завоювати читача</b> .....	193
39. Розбірливий суверен.....	193
40. Дизайн.....	194
41. Фото.....	199
42. Підпис під зображенням.....	203
43. Інфографіка.....	207
44. Заголовок.....	208
45. Лід, анотація, тизер.....	213
<b>Редакція</b> .....	219
46. У кого влада?.....	219
47. Ньюзdesk та відділи.....	221

<b>Законодавство про пресу та етика</b> .....	229
48. Як журналісти ухвалюють рішення .....	229
49. Як мають вирішувати журналісти .....	231
50. Законодавство про пресу .....	234
<b>Прес-секретарі та піар</b> .....	239
51. Як працювати в піарі .....	239
52. Як інформують відповідальні за зв'язки з громадськістю .....	240
<b>Майбутнє газети</b> .....	243
53. Чого хочуть читачі .....	243
54. Нова сторінка 1 .....	246
55. Нова місцева журналістика .....	249
56. Сервіс та акції .....	252
57. Як вижити газетам? .....	255
<b>Освіта та характеристики професії</b> .....	259
58. Підготовка редактора .....	259
59. Журналістські професії .....	261
60. Вільний журналіст .....	263
<b>Яке майбутнє у журналістики?</b> .....	266
<b>Сервіс</b> .....	271
А. Література .....	271
Б. Медіакодекси .....	275
В. Важливі адреси .....	296
Г. Німецькі газети .....	299
Д. Найвідвідуваніші сайти новин в інтернеті .....	309
Е. Школи журналістики .....	310
Ж. Вища освіта .....	315
З. Лексикон журналістських термінів .....	318
<b>Автори</b> .....	356



# ПЕРЕДМОВА ВІД ВИДАВЦЯ

## Мас-медіа, журналісти, аудиторія

*Мас-медіа відіграють важливу роль у житті суспільства.*

Філософи вкажуть насамперед на ті можливості мас-медіа, які дозволяють вести дискусії в суспільстві, обмінюватися думками, формувати громадську думку. Або, навпаки, вивчають деструктивні можливості мас-медіа – ідеологічне навіювання, прищеплення потрібних думок і поглядів.

На думку українського філософа Є. Бистрицького, мас-медіа є « концентрованим виразом ідеї відкритого політичного дискурсу, соціальним інститутом з організації міжлюдського діалогу, громадянського консенсусу» [Бистрицький Є., 1995: 38]. Він також вважає, що мас-медіа – це медіатори, тобто посередники в суспільстві, засоби передання інформаційних потоків від однієї соціальної групи до іншої. Разом з тим багато хто з філософів не погоджується з тією думкою, що мас-медіа внутрішньо формують нашу свідомість. Вони вважають, що самі мас-медіа – це частина тієї реальності, в якій ми живемо, але потребують серйозного ставлення тому, що можуть привернути увагу людей до будь-якої проблеми.

Філософи виділяють умови, яким має задовольняти поняття медіа у філософсько-етичному дискурсі: 1) інформаційні засоби не можна раціонально розділити за його ідеальним і матеріальним складом (інакше це призведе до плутанини, в медіа нерозривно об'єднуються матеріальні та ідеальні компоненти); 2) вони повинні трансцендентувати просторову і тимчасову зв'язаність безпосереднього досвіду (розширюють можливості людини з передання знань, досвіду, інформації); 3) мають збирати і створювати громадськість (аудиторію); 4) передають відсутнє, але не як саме по собі (тобто відсутнє інтегрується в певну структуру); 5) створюють певний тип дистанції до предмета; 6) створюють особливий тип близькості (розширення горизонтів інформування; 7) висловлюють позицію до відсутнього; 8) завжди тримають відсутнє в своєму розпорядженні (зберігають, утримують і відтягують потік інформації); 9) інсценують передане; 10) передають сенс [Этика..., 2003: 14 – 18].

З філософського погляду, простежується також низка тенденцій в медійних змінах: «а) поліпшення здатності до накопичення; б) посилення впливу на

**Посібник**

**Новий посібник  
з журналістики  
та онлайн-журналістики**

**Вольф Шнайдер  
Пауль-Йозеф Рауе**

Загальне редагування	<i>В. Іванов</i>
Переклад	<i>В. Климченко</i>
Верстка	<i>Є. Цимбаленко</i>
Літературне редагування	<i>О. Телемко</i>

Підписано до друку 01.07.2014 р. Формат 70x90/16.  
Гарнітура Minion Pro. Папір офсетний. Друк офсетний.  
Обл.-вид. арк. 22,3. Ум.-друк. арк. 20. Наклад 1000 прим.