

Ерік Фіхтеліус

НОВИНИ

**Складне мистецтво
роботи з інформацією**

Львів 2025

<https://doi.org/10.30970/ncwi.2025>

УДК [070:007](075.8)

*Рекомендовано до друку
(розміщення на сайті факультету журналістики)
Вченою радою факультету журналістики
Протокол № 8 від 26.06.2025 р.*

Фіхтеліус, Ерік (2006). Новини. Складне мистецтво роботи з інформацією / Пер. зі швед. Вероніки Менжун (2008) / Пер. та адаптація українською Мар'яна Житарюка (2025). Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2025. 190 с.

У книзі розглянуто важливі питання сучасної журналістики, відображено точки відліку та методи роботи журналіста, зокрема техніка інтерв'ю, питання драматургічної побудови радіо- та телесюжетів, аспекти журналістської етики, перспективи розвитку професії в майбутньому та ін.

Автор книги – один із найвідоміших і найдосвідченіших журналістів Швеції Ерік Фіхтеліус – протягом багатьох років поєднував журналістську роботу з викладацькою діяльністю.

Ця книга призначена для студентів факультетів журналістики, журналістів-практиків та всіх охочих освоїти ази професії журналіста.

Видання книги здійснено за фінансової підтримки Шведського агентства міжнародного співробітництва у сфері розвитку Sida.

Відтворення цього видання чи окремих його частин без дозволу автора/Інституту Fojo заборонено.

Дозвіл Мар'янові Житарюку на переклад та адаптацію українською мовою з некомерційною метою автор надав у 2024 р.

© Ерік Фіхтеліус, 2008

© Вероніка Менжун, переклад зі шведської, 2008

© Fojo, 2008

© Мар'ян Житарюк, переклад українською, 2025

© ЛНУ ім. І. Франка, 2025

Зміст

Передмова редактора	4
Передмова редактора видання українською	6
Від автора	8
Глава 1. Точки відліку журналістики	12
Завдання	34
Глава 2. Організація роботи в редакції	36
Завдання	49
Глава 3. Керувати редакцією	51
Завдання	67
Глава 4. Інструментарій журналіста	69
Завдання	93
Глава 5. Створювати нові версії	96
Завдання	102
Глава 6. Технологія інтерв'ю	104
Завдання	126
Глава 7. Законодавча база	128
Завдання	152
Глава 8. Принцип нейтрального ставлення до наслідків публікації	153
Завдання	170
Глава 9. Назустріч майбутньому!	171
Завдання	182
Глава 10. Десять «заповідей журналістики»	183
Завдання	186
Сайти з корисною для журналістів інформацією	187

Передмова редактора

Ви тримаєте в руках перероблене та доповнене видання підручника «Десять заповідей журналістики», відомого багатьом журналістам у країнах пострадянського простору.

Автор книги – один із провідних журналістів Швеції Ерік Фіхтеліус – щедро ділиться з читачами своїм досвідом роботи на радіо та телебаченні. У цьому навчальному посібнику не тільки подані практичні поради, як освоїти нелегке мистецтво роботи з новинами, а й розглянуті теоретичні засади професії журналіста. Розділи, які стосуються навичок роботи репортера, чергуються з роздумами про роль журналіста в сучасному суспільстві та взаємовідносинах між владою та медіа.

У книзі «Новини. Складне мистецтво роботи з інформацією» розповідається про організацію засобів масової інформації у Швеції та традиції демократичної преси, описано такі положення Основного закону, як принцип гласності, інститут відповідального видавця, захист анонімності джерела. В інших главах заторкнуті аспекти роботи керівника редакції; питання, що стосуються технології інтерв'ю, вміння побачити «велике в малому», та інші теми практичної журналістики.

Мабуть, найбільш неоднозначною в цій книзі є глава, присвячена принципу нейтрального ставлення до наслідків публікації. Хтось поставиться до цього принципу як до єдино правильного підходу до журналістської роботи, частина висловить іншу думку.

Кожен оцінює положення, розглянуті в цій книзі, з огляду свого досвіду і можливостей, вирішуючи для себе, що конкретно можна використати в повсякденній практиці. Працюючи над книгою, ми жодною мірою не претендували на створення всеосяжного посібника, що дає відповіді на всі питання, які виникають у роботі журналіста чи редактора. На нашу думку, основна мета цього посібника – дати поживу для роздумів, змусити замислитися над багатьма питаннями, що стосуються нашої професії, серед іншого, над тим, які вимоги висуває до професії та навичок журналіста сучасне суспільство, як протистояти

тискові ззовні, і чи наше, тобто журналістське, це завдання – "пером змінити суспільство"? Що важливіше – інтереси можновладців чи народу, кому належить прерогатива формулювань «інтересів нації» і чи можна покладати відповідальність за публікацію на того, хто зробив негідні вчинки надбанням гласності? Такі питання ставить автор книги, намагаючись знайти відповіді на них в історії шведської та зарубіжної журналістики.

Протягом багатьох років Ерік Фіхтеліус поєднував роботу журналіста з викладацькою діяльністю. Він брав участь у багатьох семінарах, які Інститут Fojo проводить у різних країнах світу, серед іншого – в Росії, Білорусі та Україні. Книга «Десять заповідей журналіста» була перекладена багатьма мовами світу, зокрема російською, арабською та в'єтнамською.

Шведський інститут підвищення кваліфікації журналістів Fojo, головний офіс якого розташований у місті Кальмар, існує вже понад 35 років. З 1993 р. Fojo почав здійснювати навчальні програми для журналістів країн Східної та Центральної Європи. За ці роки у всіх семінарах, проведених Інститутом Fojo, взяли участь близько трьох тисяч співробітників різних ЗМІ країн Балтії, Росії, Білорусі, України, країн Центральної Азії та Закавказзя.

Видання цієї книги стало можливим завдяки фінансовій підтримці Шведського агентства міжнародного співробітництва в галузі розвитку Sida.

Вероніка Менжун,

керівник проєктів Інституту Fojo

(Кальмар, вересень 2007 року)

Facebook: Fojo Media Institute

Web: fojo.se

Передмова редактора видання українською

Моє знайомство з творчістю відомого шведського журналіста і педагога Еріка Фіхтелюса, а також його перекладачкою зі шведської Веронікою Менжун відбулося у жовтні 2004 року. Тоді мені поталанило взяти участь у міжнародній Школі тренерів (викладачів журналістики) Університету м. Кальмар (Швеція), Інституту FOJO, у складі групи колег з Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Ще тоді звернув увагу, що, попри те, що в підготовці журналістів, роботі редакцій, крім спільного, є багато відмінностей. Крім інтенсивних тренінгів під керівництвом досвідчених шведських викладачів, була й цікава екскурсійна програма в редакції шведських газет, радіостанцій, телестудій.

З-поміж багатьох подарунків від гостинних господарів, учасники з України отримали надруковані посібники Е. Фіхтелюса «Десять заповідей журналістики» та касети з однойменним фільмом на 10 серій по 14-15 хв. кожна. По приїзді додому було з чим попрацювати, зробити відповідні нотатки, щоб розповісти своїм студентам про шведський досвід.

Пройшло два десятиліття, Ерік написав й інші праці, одну з яких, з дозволу автора, переклав українською. Попри певну віддаленість у часі, досвід автора як журналіста-практика і як викладача журналістики, який тривалий час співпрацює з університетами Швеції, країн Східної Європи, Закавказзя, Казахстану, на мою думку, дуже корисний і повчальний.

Звісно, у виданні 2007 року не могли бути враховані особливості журналістської праці під час агресії РФ проти України, хоча, звісно, погляд автора на екстремальні умови роботи під час воєнних дій нас дуже цікавить. Можливо, Ерік або його колеги і підготують рекомендації для українських або шведських медійників для ефективної роботи в «гарячих точках». У подальшому їх можна було б надрукувати й на сторінках наукового фахового видання «Вісник Львівського університету. Серія журналістика»

(<http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism>), за випуск якого відповідаю з 2016 року.

DIPLOMA

This is to certify that

Maryan Getaryuk

has completed
the International Programme

Training of Trainers

October 18 – 29, 2004, in Kalmar, Sweden

organized by the Institute for Further Education of Journalists, FOJO
Kalmar University, Kalmar, Sweden
under the auspices of Sida - Swedish International
Development Cooperation Agency



Lars Holm
Programme Manager
Kalmar University



Сподіваюся, книжка Е. Фіхтеліуса «Новини. Складне мистецтво роботи з інформацією» буде корисною українському читачеві в навчанні і практичній роботі.

Мар'ян Житарюк,

доктор наук із соціальних комунікацій, професор, професор кафедри зарубіжної преси та інформації Львівського національного університету імені Івана Франка, перекладач і упорядник україномовного видання, <https://orcid.org/0000-0002-5690-5701>

(Львів, червень 2025 року)

Від автора

Різні країни, різноманітні культури, різні умови роботи. Нас, журналістів, багато розділяє, але все-таки того, що нас об'єднує, більше.

Я пропрацював у журналістиці понад 40 років – репортером, політичним оглядачем та редактором. Ось уже майже 30 років я ділюся своїм досвідом із журналістами зі Швеції та інших країн, займаючись викладацькою діяльністю. Мені доводилося читати лекції не лише у навчальних закладах країни – у народних школах журналістики та університетах – а й у редакціях, перед топменеджерами шведського бізнесу, політиками та депутатами Риксдагу та керівниками оборонних структур.

Мені доводилося виступати перед колегами-журналістами України та Білорусі, перелазити через огороджувальні споруди на західному березі річки Йордан та в секторі Газа, щоби прочитати лекції в палестинському університеті Бер-Зейт, пробиратися крізь хуртовину засніженою Красною площею на факультет журналістики МДУ, виступати в Академії імені Хо Ши Міна в Ханой.

І робив я це, зізнаюся, із задоволенням. Не лише тому, що спілкування з колегами приносить радість, адже я сам дізнаюся щось нове, а й тому, що на лекціях і зустрічах я знову і знову змушений ставити собі важливі питання, які стосуються нашої професії, і шукати відповіді на них.

У чому сенс журналістики? Що таке новина? Чи може журналіст бути незалежним? Здається, прості питання, але відповіді на них дати не так легко.

Запитань багато, і відповіді на ці запитання шукають мої колеги у різних країнах світу. Згодом я переконався, що репортер – це не лише професія, а й належність до особливого роду людей.

Нами рухає допитливість. Ми прагнемо донести до аудиторії ті факти, які хтось намагається приховати, і зробити це так, як вважаємо за потрібне ми, а не владоможці чи сильні світу цього. Ми хочемо розповісти нашим глядачам, читачам, слухачам те, що важливо для них і для суспільства, в якому вони живуть.

На нашому шляху, звісно, виникають проблеми. Але у Швеції, Голландії, Данії це одні проблеми, а в Білорусі, Росії, В'єтнамі – зовсім

інші. При цьому відмінності в нашій професійній позиції не такі разючі, так само, як і вимоги до професійних навичок та якостей журналіста.

Сьогодні ми користуємося одними і тими ж (або аналогічними) монтажними установками, відеокамерами, мікрофонами та комп'ютерами, програмами верстки. Вимоги до організації редакції та критерії оцінки менеджменту теж універсальні, так само, як і критерії якості журналістської праці. Гарне інтерв'ю у Палестині будуть вважати таким і в Гельсінкі. Відрізняється найчастіше законодавча база діяльності журналістів та застосування законів на практиці.

Швеція має багаторічні традиції свободи слова та висловлювання думок, у нашій країні – стабільне і дієве законодавство. Незалежність журналістики не лише закріплена законом, а й діє на практиці. Це – одна із складових ліберальних традицій преси, частина світового демократичного розвитку. Організація роботи медіа-інститутів Швеції – країни, яка вже близько 200 років не бере участь у війнах, з високим рівнем добробуту – може становити інтерес для багатьох. Наша невелика країна має, що показати гостям, у нас є, чим пишатися.

У той же час участь шведських журналістів у міжнародних програмах, націлених на зміцнення демократії в інших країнах, дає можливість дізнатися про щось нове. Спілкування з колегами, які працюють найчастіше в досить складних умовах, змушує не лише знову зрозуміти цінність права і свободи нашої країни, а й важливість відстоювати їх і сьогодні. Джерелом натхнення є і приклади громадянської мужності наших зарубіжних колег, і вміння не здаватися, шукати інформацію та доносити її до аудиторії, не піддаючись на погрози та залякування.

Як можна прийти до журналістики в нашій країні? Ще кілька десятиліть тому у Швеції не було ні факультетів, ні відділень журналістики. Вчитися цієї професії було ніде, тому новачкам найчастіше доводилося безкоштовно працювати в редакціях, осягаючи таємниці ремесла на практиці та передаючи згодом отримані знання іншим. Лише у шістдесяті роки минулого століття у Швеції вперше з'явилася професійна освіта для журналістів, поступово отримавши статус університетської. Журналістика стала предметом досліджень, сьогодні багато народних шкіл та гімназії країни пропонують різні програми навчання в галузі засобів масової інформації та комунікації. І це зрозуміло, адже в сучасному світі для того, щоби стати журналістом, вже не достатньо мати лише практичні навички, необхідна також академічна підготовка, ерудиція та компетентність у різних сферах.

Звісно, й у наші дні до журналістики можна прийти по-різному. Я сам розпочинав професійну діяльність сімнадцятирічним практикантом у газеті свого рідного міста Упсали. Живучи на гонорари та гроші, які я заробляв, коли замінював співробітників редакції, я навчався в Упсальському університеті на факультеті суспільствознавства. Ази журналістської професії осягав у колег: операторів, звукооператорів, монтажерів, редакторів.

Більшу частину свого професійного життя я присвятив громадському радіо- та телемовленню Швеції. Я працював репортером загального профілю в загальнонаціональній редакції новин Шведського радіо (SR), потім спеціалізувався на журналістському розслідуванні, викривав економічні злочини, трохи згодом почав займатися питаннями споживчого ринку. Сім років я керував редакцією новин «Відлуння» Шведського радіо, потім став журналістом і коментатором Шведського телебачення (SVT) і висвітлював політичне життя країни. З 2003 року я очолюю редакцію каналу SVT 24 Direkt, який спеціалізується на прямих трансляціях подій із політичного життя Швеції, зокрема веде пряме мовлення із зали пленарних засідань у Риксдазі, а також розповідає про роботу уряду та Європарламенту. У 2007 році Шведське телебачення показало цикл документальних фільмів про колишнього прем'єр-міністра Швеції Йоране Перссоне. Над цим проектом я працював багато років, і він отримав неоднозначну оцінку журналістської спільноти країни. На базі зібраних фактів про главу шведського уряду, я написав книгу про той час, коли Йоран Перссон був біля керма влади.

Передавання досвіду початківцям, як і раніше, є важливою складовою вступу до спеціальності. Те, що я та мої колеги ділимося досвідом з молодими журналістами та колегами з інших країн – данина традиції. Рік викладання на відділенні журналістики і комунікації у Стокгольмському університеті дав мені можливість зібрати великий матеріал і написати книгу «Десять заповідей журналістики» – навчальний посібник, який містив не лише суто практичні поради про те, як працювати з новинами, а й теоретичні основи професії журналіста. Ця книга була перекладена російською, азербайджанською, грузинською, молдовською (румунською), арабською, в'єтнамською та іншими мовами. Сьогодні вона входить до переліку навчальної літератури у низці університетів різних країн світу.

Проте з того часу минуло вже понад 10 років – настав час оновити і змінити книгу, тим паче, що книга «Десять заповідей журналістики» написана насамперед для шведського читача. У книзі, яку ви тримаєте в руках, частина матеріалу запозичена з книги «Десять заповідей

журналістики», проте матеріал оновлений і змінений, тож можна говорити про перероблене видання.

У цьому варіанті книжки акцентовано на законодавчих аспектах діяльності журналіста та питаннях етичного характеру, порушені теми, пов'язані з дилемою роботи журналіста. Новою є глава про практичні питання керівництва редакцією. Також перероблено та розширено главу про техніку інтерв'ю, велике місце в ній приділено принципам роботи відомого канадського журналіста та дослідника, інтерв'юера Джона Саватські. Наприкінці кожного розділу зібрані завдання, які можуть бути запропоновані для обговорення та виконання студентам чи учасникам семінару для журналістів-практиків. Завершують книгу 10 правил – «заповідей» журналістики, які я сформулював у попередньому виданні, але які мають, на мій погляд, практичне значення і сьогодні.

Робота над цією книжкою велася у тісній співпраці з журналісткою та перекладачем Веронікою Менжун, з якою ми здійснили не одну подорож по Росії, Україні та Білорусі. Вероніка добре знайома з моїми підходами до журналістики, і мені здається іноді, що вона розуміє мої ідеї та погляди на журналістику краще за мене самого.

Я повністю покладаюся на перекладацьке і редакторське вміння Вероніки Менжун, і не здивуюся, якщо в перекладному варіанті книжка виявиться повнішою і кращою, ніж у шведському.

Наприкінці варто зазначити, що переклад книжки «Десять заповідей журналістики» російською в далекому 1999 р. та її видання було здійснено за фінансової підтримки Шведського агентства міжнародного співробітництва в галузі розвитку – Sida – у рамках проекту Шведського інституту підвищення кваліфікації журналістів – Fojo.

Сподіваюся, що ця книжка сприятиме розвитку та зміцненню контактів між шведськими журналістами та їхніми колегами у східноєвропейських державах. Для нас, шведських партнерів міжнародних проєктів, це співробітництво було надзвичайно корисним і надихаючим.

Ерік Фіхтеліус,

(Стокгольм, липень 2007 року)

Глава 1

Точки відліку журналістики

Що таке новина?

Щиро кажучи, відповісти на це питання з абсолютною точністю практично неможливо. Я пропрацював журналістом понад 40 років, але так і не знайшов відповіді, мабуть, тому, що новини більше стосуються емоцій, ніж теорії та науки. Однак, віддавши кілька років професії, ти починаєш відчувати «нутром», що є новиною, а що ні.

Перше, що я зробив, коли мене запросили викладати на відділенні журналістики та комунікації у Стокгольмському університеті 1996 р., – вирушив до бібліотеки і попросив видати мені всі книги, в яких є чітке визначення "новини". Однак бібліотекар делікатно пояснив, що таких книг не було і немає у природі.

Новини – це емоційне сприйняття і традиційні уявлення в рівних пропорціях. І ті, хто повідомляє новини, і ті, хто їх споживає, неодноразово намагалися дати визначення цього поняття. Але в кінцевому підсумку йдеться про ті спостереження, які веде кореспондент, фізично присутній на місці події, та які можливо переказати іншим людям. Вчені, які займаються дослідженням поняття «новина», намагаються зробити це через вивчення матеріалів перших шпальт видань. Те, що ми, журналісти, відбираємо для публікації,

перетворюється на матеріал для дослідження поняття «новина» з боку вченого світу. Для нас, служителів пера та мікрофона, це звичайно, приємне відкриття! Процес розпізнавання новини в такий спосіб тісно пов'язаний з інтуїцією журналіста, його досвідом та захопленістю своєю професією, тією чи іншою темою.

Сприйняття інформації та розуміння, що таке новина, може відрізнитись у різних країнах та різних культурах. Так, повідомлення у ЗМІ Індії про те, що хтось бачив привида, цілком можна розцінювати як новину, у Чилі багато журналістів із задоволенням описують містичні історії про НЛО, тоді як у Швеції така інформація могла б з'явитися хіба що під рубрикою «курйози». У деяких країнах в інформаційному потоці домінують повідомлення про переміщення в містах і селах перших осіб держави та проведені ними офіційні зустрічі. Але такі протокольні новини нудні і нецікаві для широкої публіки, якщо вони не мають прив'язки до чогось більш конкретного, що стосується повсякденного життя людей. Такі повідомлення публікують не тому, що вони мають значення для людей і є новинами, а тому, що "так потрібно". Такий підхід до інформації суперечить, на мій погляд, справжній цінності новин.

Подія – ключове слово у роботі репортерів. Подія – це *зміна*. Щось змінюється, і сам факт змін є новиною. Це зачіпка, або гачок, як кажуть шведські журналісти, на який можна «нанизати» оповідання чи сюжет.

Зміни можуть мати різний характер. Найочевидніша новина – подія, що раптово сталася: аварія літака, пожежа, відхід кабінету міністрів у відставку. *Подієва новина*, отже, це *раптова зміна*. Однак зміна може тривати у часі, і тоді мова вже піде про *новину-тенденцію*. Зміна спочатку непомітна, але поступово стає настільки очевидною, що перетворюється на новину. Крапля води, яка одна за одною наповнює склянку, не є сама по собі новиною. Але якщо вода почне вилитися, то це вже подієва новина.

Глобальні зміни клімату – типовий приклад новини-тенденції. Температура Землі повільно підвищується, градус за градусом, рік за роком. Унаслідок цього льодовики Арктики починають танути, глетчери стають дедалі меншими, на нашій планеті виникають шторми та урагани, аномальні кліматичні явища. Десь – страшна засуха, десь – повені, що стають результатом поступових та дуже повільних змін, які позначаються на житті всього людства, і цьому мають приділяти увагу

ЗМІ різних країн та політики на місцевому та загальнодержавному рівнях.

Для новини-тенденції найчастіше необхідна *зачіпка*, інформаційний привід, щоб вона потрапила на сторінки газет, у радіоефір або на екрани телевізорів. Ураган «Катріна», що обрушився на Новий Орлеан у США, або ураган «Гудрун», який завдав величезної шкоди власникам лісів у Швеції кілька років тому, стали тими подіями, які привернули увагу ЗМІ не лише до питання про готовність країн до подібних катастроф, а й до проблем клімату та глобального потепління. Прем'єра фільму про зміну клімату колишнього віцепрезидента США Альберта Гора також підштовхнула до глибоких роздумів щодо цієї теми. Без інформаційного приводу новини-тенденції абстрактні, відсутня і необхідна для цікавого оповідання драматургія. Звичайно, редакція може планувати висвітлення як подієвих новин, так і новин, які не мають прив'язки до актуальних подій, хоча, звичайно, їхня цінність значно вища, коли вони йдуть поряд із подієвими новинами на ту саму тему.

Уявіть собі, що інформаційний потік – це річка, а новини – великі рибини та маленькі рибки. Журналіст займається виловом риби. Він може робити це посеред річки, де можна спіймати корисні, але вже набридливі сорти риби, або в її каламутних притоках, де рибка менша, але зате і смачніша.

Для успішного вилову потрібно знати звички риби і підібрати відповідну снасть. Якщо ми вибрали сітку, то, швидше за все, спіймаємо багато риби одного виду, наприклад, тріски. Ловля на мушку вимагає більшої вправності, але й улов може бути смачнішим та «ексклюзивним».

Зі спеціальною наживкою вирушають на «полювання» за раками. З іншою снастю, іншою наживкою, в іншу пору року – за омарами.

Але це ще не все. Свіжість риби – один із найважливіших факторів її цінності, до того ж вона має бути тих сортів, до яких наша публіка вже звикла, навчилася готувати та їсти. Невідомі їй сорти будуть (або можуть бути) забраковані, адже навіть «хороші» новини, що стосуються абсолютно не знайомих раніше тем, можуть бути складними і для репортера, і для читача/глядача/слухача.

Спійману рибу потрібно очистити та обробити. Інформаційне повідомлення має бути записане, відредаговане, до нього потрібно підібрати «апетитний» заголовок. Рибу потрібно обробити,

приготувати, подати на стіл. Рибна страва, можливо, стане лише частиною меню. Інформаційне повідомлення також має бути включене до низки інших повідомлень у програмі чи на шпальті. Ми можемо говорити про ексклюзивні сорти риби, що подаються в розкішних і дорогих ресторанах, розрахованих на вишукану та вимогливу публіку, або про простеньку салаку з картопляним пюре в дешевій забігайлівці, відвідувачі якої не вирізняються вибагливістю. Риба може потрапити в суп, який роздають безкоштовно безхаткам, або на новорічну вечерю із шампанським!

Отже, щодня ми, журналісти, вирушаємо на рибалку, найчастіше в ті місця, які відомі й іншим, і найчастіше приносимо додому, тобто в редакцію, рибу, звичну для багатьох. І все-таки в один прекрасний день допитливий, талановитий журналіст раптом виявить, що мідії не просто їстівні, а й вишукані на смак. Інший у притоках річки виявить рідкісні, ласі сорти лососевих. Третій знайде під камінням у струмку потворну жабу. Одна з найцікавіших сторін нашої професії - побачити нове в повсякденному, роздивитися те, що непомітне для інших. Однак ніхто не може сказати заздалегідь, що нам вдасться спіймати саме сьогодні. Цінність улову стає очевидною тільки після того, як рибка оброблена, приготована і подана на стіл.

Ракурс

Репортер завжди повинен знайти кут, під яким хоче подати матеріал. Те саме питання можна висвітлити з різних поглядів. Тому дуже важливий ракурс подачі.

Скажімо, хорошу сонячну погоду можна описати як лихо для фермерів. Ту ж саму погоду можна зобразити як рай земний для тих, хто у відпустці. Яскраве сонце та спека допоможуть продавцю морозива та шведського туризму, але не вигідні агентствам, які спеціалізуються на турах до південних країн. Тож ракурс подачі матеріалу залежить від вибору самого журналіста. Врешті про гарну погоду можна розповісти і з погляду метеорологів, зацентрувавши увагу, наприклад, на тому, як важко зробити точний прогноз погоди.

Немає нічого поганого в тому, що репортер шукає певний кут подачі матеріалу, – так він може оживити оповідання і зробити його

більш зрозумілим. Це, однак, не означає, що можна чи потрібно спотворювати дані для досягнення цієї мети. Інформацію потрібно подавати настільки неупереджено й об'єктивно, наскільки це можливо.

Ми вже говорили про те, що не існує простого визначення поняття «новина». При оцінюванні та відборі новин редакції керуються більше практичними міркуваннями, ніж теоретичними формулюваннями. Новиною, зрештою, стає те, що публікують редакції.

Хокан Хвітфельдт, професор відділення журналістики та комунікації в Стокгольмському університеті, досліджував процес оцінювання новин, вивчаючи зміст перших шпальт різних газет. Він зробив висновок, що ймовірність публікації новини взагалі та її розміщення на першій шпальті зростає залежно від відповідності таким факторам:

- традиційний предмет обговорення;
- близькість до місця подій;
- подія має сенсаційний чи несподіваний характер;
- учасники події – приватні особи;
- доступність змісту аудиторії;
- має значення для людей;
- подія розігрується протягом обмеженого проміжку часу, будучи частиною загальної теми;
- вона водночас має негативний відтінок;
- традиційне джерело.

Зрозуміло, ці фактори не можна вважати директивами, вони лише впливають на оцінку новин під час відбору. Хокан Хвітфельдт зробив, зокрема, висновок про те, що цінність новини зростає і тоді, коли вона торкається питань політики, економіки чи розповідає про нещасні випадки та злочини. Отже, на першу шпальту може потрапити як інформація про дуже важливі події, так і другорядні повідомлення.

У сучасному світі новини – це товар. Їх виробляють і продають великі видавництва з багатими власниками, які нерідко дбають про свої інтереси у політичній чи економічній сферах. Новини стали предметом торгівлі на ринку, і вони, як інші товари, мають свою ціну. Це приховує у собі загрози для розвитку та незалежності журналістики.

Критерії оцінювання новини

Оцінювання новини – один із найскладніших аспектів повсякденної практики журналіста. Критика окремих рішень певних редакцій при відборі новин нерідко цілком виправдана. Нижче я спробував виділити низку критеріїв, якими можна керуватися в роботі.

Отже, новина має бути:

Свіжа. Чим актуальніша новина, тим вища її цінність. Чим більше часу минає з моменту події, тим менший інтерес до неї в аудиторії. Навіть не дуже важлива новина може затьмарити головну новину програми, якщо вона висвітлює подію, що сталася незадовго до дедлайну (крайнього терміну подачі матеріалу в номер, виходу радіо- або телепрограми в ефір). Однак, зазвичай, вже в наступному випуску новин вона «блякне», оскільки стає менш актуальною, другорядною.

Раніше невідома. Розповідь про явище, незнайоме широкому колу людей, – це, поза всяким сумнівом, новина, навіть якщо подія сталася трохи раніше. Виходячи з цього критерію, при оцінюванні матеріалу можна вважати новиною і відносно давні події та явища за умови, що вони чи обставини навколо них невідомі широкому загалу.

Близька аудиторія. Те, що близьке нам у географічному або культурному сенсах, завжди становить більший інтерес, ніж те, що відбувається десь дуже далеко. Цінність новини зменшується пропорційно до зростання відстані від аудиторії до місця події. Для індійського радіослухача повідомлення про катастрофу поїзда недалеко від Калькутти, в якій загинули двадцять осіб, більш важливе, ніж новина про пасажирський паром, який потонув у Балтійському морі, хоч у цій трагедії сотні жертв.

Незвичайна. Повідомлення про катастрофу літака – новина, а інформація про те, що літак прилетів, – ні. Розповідь, про людину, яка вкусила собаку, більш приваблива, ніж повідомлення про людину, яку покусала собака. Незвичайні, рідкісні, дивовижні події можуть стати гарними новинами, що мають певну розважальну цінність, навіть якщо врахувати той факт, що поняття «новина», як таке, нічого спільного з розвагою немає.

"Застійна". Нерідко ми сліпо фіксуємо увагу на різних змінах у навколишньому світі, забуваючи про те, що статичність (незмінність) або застій теж може бути важливою новиною. Завод або муніципальна очисна споруда, що рік за роком продовжує скидати отруйні відходи у водойми, – новина, актуальність якої не зменшується доти, доки порушення не припиняться. Нехтування владою та керівництвом установи результатами проведеної перевірки – факт, гідний розголосу.

Персоніфікована. Розповідь про цікаву, неординарну особистість набагато захопливіша, ніж про нудну і звичайну людину. Усі добре знають, що публічні люди викликають більше зацікавлення, ніж нікому не відомі. Але зовсім не обов'язково, щоб так було постійно. Шукайте нових яскравих осіб!

Цікава. Новина повинна викликати зацікавлення у тих, на кого вона розрахована. Розтягнута у часі подія може бути описана в міру отримання нових даних, щоб аудиторія мала можливість крок за кроком стежити за розвитком сюжету. Новина, результат якої невідомий до кульмінаційного моменту розв'язки, журналісти називають *cliff hanger* (несподіваний поворот у розвитку сюжету/розповіді).

Власна (редакційна). Редакція чи репортер, які «відкопали» свою новину, часто віддають їй перевагу з-поміж інших. Часто багато репортерів бажають бути першими і єдиними власниками якогось «ексклюзивного» інформаційного матеріалу. Багато редакцій вважають за краще надавати місце в телерадіоефірі або на сторінках своїх видань саме таким новинам, але гонитва за власними (редакційними) новинами не повинна закривати дорогу іншим повідомленням. На жаль, у багатьох редакціях має місце тенденція замовчування «чужих» новин і тому часом вони стають надбанням лише обмеженої групи читачів, глядачів, слухачів, а для широкого загалу залишаються практично непоміченими.

Важлива. При відборі новин репортер не повинен сліпо покладатися на свої почуття, він не повинен забувати про здоровий глузд. Для того, щоб журналістика могла виконувати покладені на неї демократичним суспільством завдання, репортеру варто прагнути до того, щоб висвітлювати ті події в

країні та світі, що дійсно є важливими для людей, умов їхнього життя, розуміння та тлумачення.

Критерії значущості

На питанні про значущість новин хотілося б зупинитися докладніше. Адже по суті йдеться про один із каменів спотикання у поглядах на завдання та місію журналістики у суспільстві. Про боротьбу між розвагами, спекуляціями, сексом і насильством на екранах та шпальтах газет і журналістськими матеріалами, що надають громадянам можливість виступати у ролі повноцінних членів суспільства, ухвалювати рішення і тим самим впливати на політику держави. Зрештою, йдеться про суть самої журналістики.

Більшість великих редакцій та відділів новин визначають власні критерії роботи з інформаційним матеріалом, щоб полегшити співробітникам щоденну процедуру відбору новин. Як приклад такого документа хотілося б навести Принципи роботи редакції новин "Відлуння" Шведського радіо. Документ був складений у 1968 році. Тут наводимо лише головне:

«Ми передаємо практично все, що є важливим. Тобто те, що може бути значущим і мати наслідки для багатьох. Інформація, яку ми повідомляємо, має бути правдива та важлива для суспільства.

Звертаючись до слухачів, ми повинні бачити в них не експертів у тій чи іншій сфері, наприклад, нумізматів, політиків, профспілкових діячів. Ми повинні відбирати новини на основі цінності матеріалу та його значущості для слухачів, які є громадянами своєї країни та зацікавлені в тому, що відбувається у світі.

Ми повинні послідовно висвітлювати і складні явища, часом незрозумілі для широкої аудиторії. Ми робимо це тому, що вони важливі для суспільства, а опис причин того чи іншого явища, етапів та процесів його розвитку просто необхідні для розуміння того, що відбувається в навколишньому світі»¹.

¹ Ekopolicy.

Цей документ, який визначає роботу редакції «Відлуння», існує в незмінному вигляді ось уже майже 40 років. Ключовим у ньому є слово *важливо*. Новини, які редакція відбирає для публікацій або подачі в ефір, повинні допомагати громадянам розуміти процеси, що відбуваються в країні та у світі. Репортеру не можна піддаватися спокусі вибирати легкі, приємні для всіх або сенсаційні новини; він повинен прагнути висвітлювати те, що має значущість для багатьох, зуміти простежити зв'язок між подіями та їхнім впливом на умови життя людей.

Як вплинуло членство Польщі у Євросоюзі на життя країни? Висвітлювати це питання важливіше, ніж писати про ДТП за участю велосипедиста у Варшаві. Як позначиться на економіці В'єтнаму підписання договору з СОТ про вільну торгівлю? Цілком очевидно, що ця тема має більше значення для країни, ніж черговий виступ секретаря партії на конгресі. Як впливає на ситуацію в Палестині та життя палестинців масштабна корупція у країні? Це питання висвітлювати складніше, але важливіше, ніж повідомляти в черговий раз про кидання каміння на західному березі річки Йордан. Чи є воєнні операції США в Іраку порушенням міжнародного законодавства та міжнародних договорів, чи вони легітимні? Ця тема є більш значуща, ніж черговий секс-скандал в палаті представників. Висвітлення того, як триває слідство у справі про вбивство Анни Політковської важливіше, ніж оптимістичний переказ виступу президента країни на черговому саміті.

Важливіше повідомляти про енергетичну політику Швеції, ніж зайвий раз смакувати подробиці кривавого злочину. Знати про участь країни в європейському монетарному союзі громадянам важливіше, ніж читати про пікантні подробиці з фестивалю Євробачення. Більш важливо порушувати питання якості освіти в країні, ніж розповідати про кошени, яке втекло від господарів.

Необхідний також аналіз того, як світові події чи тенденції позначаються на політиці держави та її мешканців. Як впливає на нашу країну глобалізація світової економіки? Як відображається зміна кліматичних умов на житті людства? Які кроки мають бути ухвалені на державному рівні та який внесок може зробити кожен із нас, щоб поліпшити ситуацію? Як дипломатичні війни між державами впливають на туризм, торгівлю та культурний обмін між країнами? Всі

ці питання мають більше значення, ніж розповідь про черговий скандал за участю Ксенії Собчак чи Брітні Спірс.

Критика журналістики

Останніми роками критика журналістики набуває гостріших форм, як у Швеції, так і в інших країнах. Вона викликана насамперед більш поверхневим та уривчастим поданням новин. Комерціалізація ЗМІ веде до переважання в них спрощених уявлень про різні явища та домисли. Новини – це часто насильство, секс, злочини, нещасні випадки та скандали за участю суперзірок. Інформаційні служби потрапляють до рук транснаціональних корпорацій, великого бізнесу, які далекі і від журналістики, і від її участі у демократичному суспільстві. Гроші стали важливіші, ніж місія.

Політичні оглядачі все частіше розповідають своїй аудиторії про інтриги та *закулісну боротьбу* і все менше аналізують справді важливі питання. Мишача метушня замінює серйозні проблеми, сенсації витісняють суть справи. Репортери, які висвітлюють питання економіки, нерідко, самі того не усвідомлюючи, допомагають великим підприємствам. Ведучі та їхні гості охоче виступають з поверховими, а іноді й просто неграмотними коментарями в теледебатах, чим тільки збивають з пантелику глядачів і заважають їм зрозуміти причини та наслідки різних явищ. Їхні неточні, необґрунтовані і популістські пояснення замінюють глибокий аналіз подій. Пильна увага з боку ЗМІ до боротьби між окремими «діячами» та смакування скандальних історій призводить до того, що людей позбавляють можливості вникнути у важливі питання, як-от: високий рівень безробіття в країні, проблеми енергетичного постачання, соціального забезпечення громадян, дефіцит держбюджету тощо.

До цієї критики, яка цілком обґрунтована, варто дослухатися. Нерідко її підтверджують факти. Комерціалізація ЗМІ таїть у собі чимало загроз, стає причиною багатьох негативних явищ у журналістиці. Ми, журналісти, *відповідальні* за те, щоб мешканцям країни була надана можливість бути в ролі громадян демократичного суспільства. Редакції зобов'язані компетентно та своєчасно розповідати своїй аудиторії про складні явища економічного та політичного життя країни. Громадськість повинна мати доступ до інформації про

ухвалення того чи іншого рішення чи закону, і саме ЗМІ мають бути тими каналами, з яких люди отримують відомості про погляди й аргументи різних сторін при обговоренні важливих питань.

Деякі редакції часто спрощують своє завдання. Сьогодні вони розповідають про протести, викликані скороченням коштів на шкільні обіди, а наступного дня показують розгніваних демонстрантів, які виступають проти закриття місцевої поліклініки. Описуючи події лише з позиції постраждалих, ми позбавляємо людей можливості дізнатися, що ж змусило інший бік вчинити саме так, які аргументи на захист певної позиції.

Завдання журналіста

Незалежні інформаційні служби необхідні для збереження або створення демократичних засад суспільства. Журналістам відведена в цьому процесі важлива роль, яка сягає корінням у традиції західної ліберальної преси.

У 1975 році на пропозицію Комісії у справах преси, підтриману Асоціацією газетних видавців, Спілкою журналістів та концерном Шведське радіо, шведський парламент – Риксдаг – затвердив відгук про роль та завдання ЗМІ країни в сучасному світі. У ньому названі чотири найважливіші функції засобів масової інформації у демократичному суспільстві.

Інформаційна функція

ЗМІ повинні надавати інформацію, необхідну для того, щоби громадяни країни могли визначити свою позицію у суспільно значущих питаннях. Народні обранці, у свою чергу, повинні мати можливість через ЗМІ регулярно отримувати інформацію про думку окремих людей або організацій із різних політичних питань.

Коментаторська функція

ЗМІ повинні коментувати те, що відбувається в країні та світі.

Контрольна функція

Засобам масової інформації варто контролювати роботу органів влади.

Сполучна функція

ЗМІ повинні сприяти комунікації всередині та між політичними, профспілковими та громадськими організаціями в країні.

Перелічені вище постулати важко назвати безперечними. Чи справді ЗМІ мають відігравати роль якогось каналу передачі інформації між організаціями та партіями, як це зазначено в останньому пункті? Звичайно, існують видання, призначення яких – поширювати інформацію серед працівників підприємств, членів партії, профспілок чи інших організацій, проте відносини редакцій таких газет і журналів із власниками дещо інші, ніж ті, у яких перебуває вільна преса. Та й функції та їхні завдання суттєво відрізняються.

Журналістика в суспільстві є противагою політичним структурам, промислового світу та організаціям. Недарма ЗМІ називають *четвертою державною владою* (після парламенту, уряду та судової системи).

Викриття зловживань владних структур йде на користь демократії. Це лише посилює її позицію. Скандали можуть послабити напруженість у суспільстві. Чималій кількості зловживань, махінацій і порушень допомагає запобігти страх чиновників або політиків потрапити на сторінки газет чи на телеекрани. Один із важелів демократії – можливість викрити заворушення у пресі, на радіо та телебаченні, зберігши, за потреби, анонімність. Скандали та викриття можуть викликати почуття ворожості і неприйняття у багатьох, але при цьому не можна забувати про те, що незалежний контроль за роботою різних інститутів суспільства становить основу демократії.

Засоби масової інформації повинні не тільки викривати, а й відображати події та явища життя країни та світу, звітувати перед аудиторією про те, що відбувається. Що сказав прем'єр-міністр під час виступу на парламентських дебатах? Як проголосували депутати парламенту? Що означає на практиці ухвалення нового законопроекту?

Журналіст, який доповідає про той чи інший захід, повинен прагнути донести інформацію про те, що трапилося або сказано, найбільш коректно. Ця важлива функція нерідко затінена амбіціями редакцій викривати та критикувати. Адже отримання звіту про різні події дає громадянам змогу стежити за тим, що відбувається в суспільстві.

Коментар – невід’ємна частина нашої роботи. Коментатор намагається простежити зв’язок між окремими явищами, пояснює, що ховається за тією чи іншою подією або рішенням. Але коментар – це не особиста думка журналіста, це спроба пояснити, *чому* та чи інша подія сталася. Проте часом репортер, аналізуючи події, своїми коментарями ризикує заслонити від аудиторії дійсність. Далеко не всім коментаторам вдається встояти перед спокусою вдатися до міркувань про те, *як мало б бути*, замість того, щоб аналізувати, *що* насправді сталося і *чому*. Один із способів зберегти баланс – дотримуватися суті обговорюваного питання.

Працювати на перспективу

Яка новина важливіша? Як не потонути у величезному потоці інформації? Багато журналістів намагаються самі визначити, що є актуальним і значущим особисто для них та їхньої аудиторії. Допомогти журналістам може проста методика.

Репортер, який працює з певною «галуззю» (географічною або тематичною), повинен знайти тему для кожного свого повідомлення і ту червону нитку, яка пройде через всі його повідомлення (у цій галузі). Важливо, щоб він не зав’яз у певному, колись визначеному, порядку оцінки новин, а систематично шукав інформацію, яка є значущою для багатьох.

Той, хто працює у місцевих/регіональних ЗМІ, повинен мати чітке уявлення про те, які питання є найголовнішими та насущними для мешканців району (міста, області). Що вони обговорюють? Які проблеми у сусідів? Чи очікують якісь важливі рішення? Що нового у цьому кварталі у великих підприємств міста (області, району)? Що відбувається у бюджетників? Чи вистачить школам виділених на навчальний рік грошей?

Як політичний оглядач я щорічно, незадовго до початку парламентського року, сам намагався спрогнозувати, які питання можуть стати найбільш важливими в майбутній період роботи Риксдагу. Я читав, розмірковував, обговорював важливі питання з іншими і так поступово визначав для себе тематику роботи.

Один рік я присвятив вивченню дефіциту держбюджету, насушного року мене зацікавила тема вступу Швеції до Європейського

Союзу. Зайнятість населення, енергопостачання, соціальне страхування громадян – приклади інших питань, які я виділяв як найбільш пріоритетні для себе. Визначивши їх, я намагався знайти зачіпки та ходи, щоби з різних позицій висвітлити ці великі та важливі теми.

Основа такого методу роботи – обдумати самому і обговорити з колегами питання: що саме, у певний період часу, скажімо в найближчі місяці, стане важливим для моєї аудиторії. Крок уперед у цьому напрямі зробили прихильники течії *Public Journalism* у США. Великі видавництва, теле- або радіостанції не раз організовували цивільні форуми або проводили власні опитування громадської думки, щоб виявити нагальні для американців питання.

Йдеться, отже, про те, що ми маємо право обирати складні і «втомливі» теми, але це зовсім не означає, що й повідомляти про них теж потрібно нудно. У цьому й полягає виклик нашої професії: захоплюю і цікаво описати, здавалося б, дуже нудну тему - наприклад, дефіцит держбюджету.

Висвітлення виборів

Висвітлення передвиборчої кампанії та виборів висуває особливі вимоги як до журналістів, так і до відділів новин редакцій, до редакцій загалом. День виборів – особливий і трохи святковий. Школи країни на якийсь час перетворюються на виборчі дільниці з кабінками для голосування, «одягненими» в зелену тканину. Біля входу на виборчі дільниці – представники різних політичних партій, що роздають виборчі бюлетені. Працівники виборчих округів суворо зазначають у списках імена тих, хто прийшов проголосувати за свого кандидата. Кожному виборцю вручають три конверти – для кожного своя урна, що символізує різні рівні влади – муніципальний, регіональний (Ландстинг) та загальнонаціональний (Риксдаг). Цього дня екзамнують владу. Хто отримає голоси, а отже, і довіру виборців? Хто стане біля керма?

Напередодні виборів нерви політиків на межі. Найменша неточність, будь-яке питання може викликати шквал емоцій. Засобам масової інформації країни під час виборчої кампанії доводиться працювати з особливою ретельністю. Кожна партія, кожен політик у передвиборний час намагається винести на обговорення питання,

важливі саме для його партії, прагне домінувати у засобах масової інформації. Водночас партії вимагають справедливого розподілу часу між провідними політичними силами в країні. Жодній із парламентських партій – навіть правлячій – не повинно надаватися більше часу, ніж іншим. Чим менше днів залишилося до виборів, тим голосніше лунають вимоги про справедливість – битва йде «за кожен міліметр» газетної площі, «за кожен секунду» ефірного часу.

Вперше мені довелося висвітлювати вибори в 1968 році, коли я тільки-но почав осягати ази журналістської професії в місцевій газеті свого рідного міста Упсали. Відтоді я займався цією темою не раз – як на місцевому, так і на загальнонаціональному рівні – спочатку як репортер місцевої радіостанції, потім співробітник служби новин загальнонаціонального радіомовлення, керівник служби новин на Шведському Радіо SR, коментатор Шведського телебачення SVT, пізніше керівник проекту нового каналу SVT, що висвітлює, насамперед, значні внутрішньополітичні події.

За ці роки багато що змінилося у шведській журналістиці: з'явилися нові форми подачі матеріалу, тон статей та сюжетів став жорсткішим, самостійність шведських ЗМІ зростає, проте головні питання, на які нам доводилося шукати відповіді 40 років тому, залишаються незмінними.

Що найважливіше в роботі журналіста, який висвітлює вибори? Як уникнути спокуси та ризику самому долучитися до політичної боротьби? За яким принципом вибудовувати відносини з різними партіями? Як відстежити не виконані (а, може, й нездійсненні взагалі) передвиборні обіцянки опозиції, і чи можна провести паралелі між обіцянками опозиції і політикою правлячої партії в мандатний період, що минає?

Як подати нудні, часом «ваговиті» новини політичного життя жвавіше і доступніше для аудиторії, як донести сенс складних і заплутаних явищ до кожного? Яку відповідальність несуть журналісти за те, щоб виборець взяв участь у виборах?

Завдання засобів масової інформації – озброїти громадян необхідними знаннями та «інструментами» для того, щоб вони могли діяти й ухвалювати рішення, як належить громадянам демократичної держави. Щоби зробити свідомий вибір, виборцям необхідно знати про те, як підходять до окремих проблем різні партії, які рішення вони пропонують, наскільки вони ефективні та скільки коштуватимуть платникам податків. Щоб дати відповіді на ці питання, журналістові

необхідно спочатку відповісти на інше питання: що ховається за кожним рішенням чи пропозицією політиків?

На це, здавалося б, більш ніж просте питання, відповідь знайти не так легко. У самому питанні є припущення, що за кожним рішенням, яке ухвалене або ще ухвалюється, щось справді приховане. На власному досвіді переконався, що найчастіше це саме так. Навіть у тих випадках, коли ідея виражена або сформульована дуже невиразно чи навіть незрозуміло.

У таких випадках цікаво дізнатися, як проходили обговорення, які аргументи були наведені та схвалені, а які відкинуті? Як дістатися до найпотаємніших коридорів влади, як дізнатися, хто і що говорив? Це цікаво не лише самому журналістові, але насамперед важливо з погляду захисту демократії. Багато редакцій, усупереч твердженням критиків теорій масової комунікації, прагнуть більш простого і зрозумілого викладу різних течій та явищ у політиці й житті суспільства. Містифікація або створення міфів навколо політичних процесів створює благодатний ґрунт для чуток і домислів, що ведуть до розквіту популізму або появи недовіри до політиків.

Якщо політику подавати людям як щось заплутане або надмірно розумне, не потрібно дивуватися, що люди починають сприймати депутатів і політичних діячів як самодурів, які прагнуть лише власного збагачення або отримання вигоди. Свої знання про політиків і політику звичайні громадяни черпають із повідомлень засобів масової інформації, і, насамперед, телебачення.

Саме з цієї причини на телебачення – найпотужніший канал передавання інформації – покладена відповідальність за дієвість демократії, адже засоби масової інформації великою мірою впливають на те, як сприймають і розуміють громадяни рішення політиків.

Ні для кого не секрет, що журналісти часто прагнуть запропонувати своїй аудиторії те, що виходить за рамки повсякденного, - помітні, яскраві та непевні епізоди з життя суспільства чи окремих особистостей. Що, загалом, зрозуміло – такі неписані закони драматургії, дотримання яких веде до того, що люди купують газети, слухають радіо, дивляться телебачення. Буденні звіти та “сухі” повідомлення про те, що сталося або відбудеться, нудні і не особливо цікаві навіть тим групам суспільства, на які безпосередньо впливають певні рішення. Проте гонитва за «родзинкою» у явищах повсякденного життя, надання пікантності інформаційним повідомленням з метою привернення уваги аудиторії пов'язані з ризиком, що приватне

заслонить загальне, тобто пікантні подробиці та деталі «з родзинкою» затьмарять собою суть того, що відбувається.

Я добре пам'ятаю розмову з одним із керівників Комісії датського парламенту з питань Європейського Союзу, який кілька років тому стверджував, що протягом двох десятиріч років данці отримували абсолютно неправдиву картину відносин між Данією та ЄС. Після кожного засідання комісії датських парламентаріїв чекав натовп журналістів, перше питання яких завжди звучало однаково: «І про що ви сьогодні сперечалися?». І справді, на окремих засіданнях комісії могли розгорнутися справжні баталії між представниками різних, полярних, політичних поглядів, але у 90 відсотках випадків у питаннях механізмів взаємовідносин Данії та ЄС між різними партіями країни панувала повна однаковість, запевняв мене мій співрозмовник. Однак оскільки засідання без сутичок і бурхливої полеміки не цікаві з погляду драматургії, то, зазвичай, про ці наради датські ЗМІ повідомляли рідко або більш ніж скромно. Тому протягом тривалого часу громадяни Данії отримували «перевернуту» картину політики Данії щодо Євросоюзу.

У зв'язку з цим неминучий висновок про те, що, висвітлюючи передвиборчу кампанію, іноді доводиться жертвувати законами драматургії, виділяючи час і місце для суто просвітницьких функцій журналістики. Все, що має відношення до політики та передвиборної агітації, не може мати характер сенсації. Для розуміння багатьох політичних чи економічних процесів необхідно демонструвати глядачеві або читачеві таблиці, графіки, статистичні дані та порівняльний аналіз ситуації в різних партійних організаціях. Традиційні форми інформаційної журналістики мають доповнювати специфічні форми подання матеріалів про виборчі кампанії, які більше нагадують повідомлення, що стосуються просвітництва широкого кола споживачів інформації. Важливо при цьому дотримуватися принципу «справедливого поводження» з різними партіями.

Опитування лідерів великих партій у прямому ефірі мають тривалу історію на Шведському телебаченні (SVT), і, по суті, інтерв'ю з лідерами партій є найважливішими телепередачами напередодні виборів. За кілька тижнів до виборів кожному із лідерів парламентських партій Швеції надається можливість протягом однієї години відповісти на питання ведучих програми та телеглядачів у прямому ефірі. Цим програмам виділений найкращий час у мережі мовлення SVT, ведучі фокусують увагу на ключових для виборів і

виборців питань. Численні опитування телеглядачів засвідчують, що багато виборців роблять свій вибір лише після таких опитувань усіх лідерів парламентських партій.

Вести такі передачі нелегко. Як відібрати питання за рівнем їхньої релевантності? Як дотримуватися принципу журналістської неупередженості? Як донести суть складних і заплутаних політичних і суспільних процесів до широких мас? Як встановити баланс між серйозним та розважальним у програмі? За результатами досліджень, багато світових телеканалів все більше прагнуть до популяризації передач, присвячених передвиборчим подіям, а це нерідко призводить до того, що висвітлення виборчої кампанії на телебаченні перетворюється на «розважання», якесь шоу, яке замінює інформаційну журналістику. Багато хто мотивує це тим, що так легше привернути увагу людей до політиків як до особистостей та до політики взагалі. Однак у передвиборчий період ЗМІ мають виконувати і функції «народного просвітителя». У Ліцензії на мовлення SVT, затвердженій шведським урядом та Риксдагом, записано таке:

- При виборі спектра програм необхідно враховувати такий аспект роботи ЗМІ як народне просвітництво. Підбір програм повинен здійснюватися з урахуванням різноманіття в суспільстві, тобто різних думок і позицій, що відображають різні передумови різних соціальних та етнічних груп у суспільстві.

- Шведське телебачення (SVT) має передавати новини, стимулювати дебати, коментувати, висвітлювати різні події та явища суспільного й політичного життя і в такий спосіб надавати багатогранну та багатосторонню інформацію для громадян для того, щоб ті могли орієнтуватися в подіях у країні та за кордоном і мали свою позицію в питаннях суспільного і культурного життя країни.

- SVT повинно контролювати роботу різних установ, організацій та компаній, які мають можливість впливати на ухвалення рішень, що зачіпають громадян, а також відображати діяльність подібних установ та інших об'єднань і громадських організацій.

Отже, наше завдання – відображати, але також контролювати та коментувати. Таке формулювання завдань та функцій засобів масової інформації не випадкове. Воно має глибоке коріння в історії шведського

суспільного радіо і телемовлення. Прості питання, що стосуються «буднів і сподівань» народу, потрібно ставити безпосередньо, без натяків і без загравання, як і питання про те, як саме та чи інша партія має намір вирішувати різні проблеми. Однак демократія на цьому не закінчується. Кольорові, завчені відповіді політиків мають бути продовжені питаннями журналістів про наслідки того чи іншого рішення, про складнощі, які можуть виникнути на шляху його реалізації. Чи буде від запропонованих заходів очікуваний ефект? Чи є у бюджеті кошти на реалізацію цих планів?

Доброзичливих і розлогих відповідей лідерів партій недостатньо для багатогранного висвітлення політичної та економічної ситуації у країні. Необхідні уточнення та роз'яснення, які, поза всяким сумнівом, ризикують перетворити телепередачу на «говорити ню». І все-таки «нудна» передача теж може бути зброєю, принаймні в тих випадках, коли ми свідомо віддаємо перевагу суспільно значущим проблемам, нехай не настільки пікантним, але пріоритетним.

Протягом двох передвиборних періодів у Швеції мені та моїм колегам довелося опитувати лідерів парламентських партій у прямому ефірі SVT. У своїй роботі ми прагнули до того, щоб кожен лідер партії мав можливість розповісти і про себе як про людину, і про ідеї своєї партії, окреслити найважливіші проблеми шведського суспільства, а також шляхи їхнього вирішення. При цьому ми ніколи не ставили собі за мету підтримати ту чи іншу партію або окремого політика. Кожному лідерові парламентської партії було надано час в ефірі у спеціальних передвиборчих телепередачах (усім однаковий). Кожну таку передачу проводили за стандартним сценарієм, щоби створити паритетні передумови для висвітлення роботи різних партій. Радіо і телебачення, включаючи те, яке деякі називають державним (що не так, оскільки громадське теле- і радіомовлення фінансується з ліцензійного фонду, а не з держбюджету), незалежні від держави у своїй ролі публіцистів. Ця незалежність означає, зокрема, що ні уряд, ні окремі міністри або депутати не мають права втручатися у зміст теле- і радіопрोगрами.

Кожен репортер, природно, має особисті уявлення про життя та політику, свої симпатії та антипатії. Проте професійний підхід до роботи означає, що кожен із нас повинен старатися звільнитися від вантажу власних прихильностей і пристрастей. Неприпустимо відбирати новини так, щоб допомогти або нашкодити окремим політичним силам у суспільстві чи конкретним політикам. Автори передовиць, звичайно ж, більш вільні у своєму виборі тієї чи іншої

політичної позиції, але для редактора відділу новин або продюсера передвиборчих телепроектів незаперечною повинна бути вимога до неупередженого висвітлення подій.

Отже, напередодні кожних виборів у Швеції (а вони проходять раз на чотири роки одночасно у всі рівні влади – загальнонаціональний, регіональний та місцевий) кожному лідеру партії надають годину прямого ефіру на SVT. Напередодні виборів 2002 року ми вирішили спробувати таку форму проведення цього годинного ефіру, яка дозволила б варіювати темп передачі. Червоною ниткою у програмі проходила постановка суспільно важливих питань, однак під час передачі ми двічі змінювали напрямок. Протягом кількох хвилин голові партії, що перебував у студії, пропонували відповісти на низку питань, що допускають лише односкладні відповіді, – так чи ні. Іншим відходом від основної теми була пропозиція керівнику партії вирішити дилему морального характеру. Кожному гостю в студії пропонували сценарій вигаданої ситуації, яка, проте, цілком могла б статися в реальному житті. Лідер партії мав безпосередньо в студії вирішити, як він або вона вчинили б у цій ситуації. Хід сценарію залежав від відповідей, отриманих ведучим від співрозмовника. Такий підхід дозволяє глядачам створити собі враження про лідера партії як про людину, а відхід від основної лінії – конкретних політичних питань – мав частково розважальний характер.

Ми також апробували більш вільну форму подачі теледебатів, які за традицією відіграють дуже важливу роль для виборців, які все ще не визначилися у своєму виборі. У цих дебатах увага приділена, насамперед, основним питанням політики і суспільного життя. Для участі в них були запрошені лідери всіх семи парламентських партій Швеції, які мали провести у великій студії близько двох годин у присутності запрошеної публіки. Редакція заздалегідь підготувала для учасників теледебатів перелік із 10 центральних для виборів тем, які були озвучені буквально за кілька хвилин до початку ефіру. Ми не пропонували головам партій виступити з короткими тезами, так само, як не говорили і про обмеження в часі. Проте продюсер програми ретельно замірив хронометраж кожного виступу з метою збереження паритету у розподілі часу між різними політичними силами у студії. Кожну нову тематичну частину програми відкривало питання одного з її ведучих, після чого опоненти могли коментувати/реагувати на ці висловлювання. Слово ораторам надавали ведучі програми. Хвилини, «поглинені» кожним керівником партії, підраховували в центральній апаратній, звідки продюсер міг повідомити через навушники ведучим

програми про те, що хтось із лідерів партій «не добрав» кілька хвилин, а хтось уже перевищив свій ліміт часу. Ця інформація давала ведучим можливість регулювати черговість виступів та їхню тривалість, роблячи це природніше, але зберігаючи принцип рівного розподілу часу між усіма партіями.

Хотілося б підкреслити, що саме SVT, а не політики і не партії задавали тон теледебатів. Раніше під час передвиборчої кампанії партії нерідко висували власні вимоги, і дуже жорсткі, для своєї участі в подібних телепроєктах. Зокрема, вони самі брали участь у складанні правил проведення дебатів, а також вимагали, щоб голова кожної парламентської партії виступив на початку програми зі своєю «ідеологічною» промовою. Проте затягнуті промови та підготовлені, завчені виступи нерідко призводять до того, що жодних дебатів у студії не виникає і не може виникнути саме тому, що кожен прагне видати підготовлені заздалегідь аргументи, унеможливаючи тим самим передумови для полеміки та імпровізації.

Крім теледебатів в ефірі загальнонаціонального телебачення, SVT реалізувала й низку регіональних проєктів, у яких брали участь місцеві депутати та кандидати, які відповідали на питання, що стосуються політики, економіки та права. Організуючи та проводячи подібні дебати й опитування представників різних політичних сил, засоби масової інформації самі перетворюються на акторів на сцені передвиборної боротьби, виконуючи цим найважливішу функцію ЗМІ, яка не обмежується лише інформуванням населення. Які ж вимоги до *відображення* виборчої кампанії, яких повинні дотримуватися автори і ведучі спеціальних програм та випусків новин напередодні виборів?

Безперечно, одне з найважливіших завдань ЗМІ у передвиборчий час – бути там, де відбуваються виступи політиків, зустрічі кандидатів із виборцями. Новини відбирають на основі їхньої інформаційної цінності та значущості для громадян, однак і в інформаційних випусках у період, що передує виборам, потрібно прагнути до справедливого розподілу часу між партіями країни чи регіону. Проте коротких інформаційних повідомлень та репортажів з місця подій недостатньо для багатогранного відображення політичного життя країни.

Ось чому новим проєктом SVT стало створення каналу, що працює в режимі прямого ефіру, на якому різні події політичного та суспільного життя передають у повному обсязі. Тобто цей цифровий канал транслює зустрічі з виборцями та інші події політичного життя «від і до» – у прямому ефірі. В основі створення нового каналу SVT –

прагнення відкрити народу двері в зали, у яких ведеться політична робота. Канал *SVT 24* транслює всі важливі дебати депутатів із зали пленарних засідань Риксдагу. У прямому ефірі – опитування міністрів і депутатів, які проводять конституційна чи інші депутатські комісії Риксдагу. Транслюють з'їзди всіх парламентських партій Швеції, семінари, дебати та важливі пресконференції. Вся ця робота здійснюється силами невеликої редакції, що відповідає за форми подання та відбір матеріалу. Питання технічного забезпечення вирішують за рахунок наявних у Риксдазі Швеції та Європарламенті ресурсів, а також найманих для проєкту виїзних команд, які висвітлюють події політичного життя в різних регіонах країни.

Пряма трансляція виступів політиків та їхніх зустрічей із виборцями належить до відображальної функції журналістики та доповнює, але аж ніяк не замінює контролюючу функції журналістики у передвиборчій період. Проте подавати те, що говорять провідні політики країни на арені передвиборної боротьби, теж потрібно і важливо. Це один із способів підходити до висвітлення виборів відповідально та серйозно.

А в тому, що вибори – це більш ніж серйозно, не варто сумніватися. Журналісти, які висвітлюють вибори в демократичному суспільстві, не ризикують після виборів залишитися без роботи. Незалежно від того, хто займе своє місце біля керма влади, ми – репортери, коментатори та оглядачі – залишимося на своїх робочих місцях. А ось для політиків під час виборів на карту поставлена не лише кар'єра, а й спосіб життя та доходи. Не варто, напевно, дивуватися, що політичні діячі під час виборів особливо нервово ставляться до всього, що відбувається, накидаються іноді і на журналістів.

У Швеції провідні політики усвідомлюють, що їм не личить втручатися в роботу ЗМІ, та й реальної влади над журналістами у них немає. Саме з цієї причини журналістам не можна самим перетворюватися на політиків. Той, хто всерйоз хоче займатися політикою та впливати на людей або політичний устрій суспільства, повинен отримати на це повноваження від народу. Не журналіст формулює проблеми суспільства та пропонує шляхи їхнього вирішення. У демократичному суспільстві це завдання покладене на депутатів, людей, яких обирали громадяни, і обранці народу повинні виконувати це завдання, дотримуючись певних правил. У день виборів ми обираємо не журналістів, а депутатів Риксдагу та муніципальних рад. У цьому й полягає суть виборів – хто керуватиме країною, вирішують громадяни.

Однак їхнє рішення має бути ухвалене обґрунтовано, з розумінням справи, за що відповідальними є ЗМІ. Вони відповідають за те, щоб ті, хто вирішує долю країни у день виборів, могли сказати своє слово, ґрунтуючись на справедливому і всебічному висвітленні діяльності всіх політичних сил країни.

ЗАВДАННЯ

Студентам:

1. Вивчіть номери місцевої або центральної газети за певний проміжок часу (тиждень, два тижні, місяць). Яка інформація розміщена на першій шпальті в цій газеті? До яких категорій можна зарахувати ці новини? Які повідомлення домінують на першій сторінці, яких занадто мало? Погано це чи добре? Обговоріть результати з колегами.

2. Виберіть 10 повідомлень інформаційного агентства за сьогоднішній день. Разом із товаришами по групі зробіть ранжування новин за ступенем їхньої важливості. Порівняйте результати роботи вашої групи з результатами інших груп. Поясніть своє рішення.

3. Перегляньте сьогоднішній випуск щоденної суспільно-політичної газети. Виберіть 10 найважливіших, на вашу думку, повідомлень, незалежно від того, на якій шпальті вони надруковані. Не ігноруйте інформашки та короткі статті! Зробіть ранжування матеріалів за ступенем їхньої важливості. Поясніть своє рішення та обговоріть результати з іншими групами/колегами.

4. Обговоріть зі своїми колегами/одногрупниками, які функції притаманні сьогодні ЗМІ? Які з них домінують? Чому? Добре це чи погано?

5. Вивчіть зміст газет за тиждень. Знайдіть приклади подій та новин-тенденцій.

Журналістам-практикам:

Визначте три найважливіші, на вашу думку, теми для аудиторії вашого видання/радіостанції/телеканалу. Подумайте над тим, як ці теми можна висвітлювати протягом тривалого часу. Як можна подати їх читачеві/слухачеві/ глядачеві – у формі репортажу, статті, коментаря, інтерв'ю? Продумайте графічне рішення для матеріалів на вибрані вами теми. Обговоріть пропозиції у мінігрупах.

Глава 2

ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ В РЕДАКЦІЇ

Звідки беруться новини?

Дійсно, звідки ми отримуємо новини? У часи нових технологій інформаційний потік часто стає невидимим. Колись багато редакцій і відділів новин Швеції та інших країн світу отримували повідомлення агентств телетайпом. Звичайний телетайп, зазвичай, видавав один оригінал і три копії. У ті часи процес надходження новин до редакції можна було не тільки побачити, але й почути. Сьогодні навіть факс редакції використовують все рідше.

Тепер новини надходять, говорячи образно, «дротами» безпосередньо на комп'ютери журналістів. Співробітники центральних ЗМІ Швеції постійно «підключені» до Мережі, оперативно отримують зведення та новинні стрічки як шведського агентства *TT*, так і закордонних агентств *AP*, *AFP*, *Reuters*. Ці великі та відомі всім агентства, в свою чергу, співпрацюють з іншими інформаційними службами різних країн світу. Повідомлення надходять через супутниковий зв'язок безпосередньо на комп'ютерні термінали і завдяки так званім «розумним» системам сортуються за темами та змістом. Тож у певному сенсі сьогодні ми справді можемо говорити про

електронні новини. Але опис процесу фізичного надходження новин до редакції не дає відповіді на питання, звідки вони беруться.

Політологи часто використовують термін «емпіричне болото». У реальному житті постійно щось відбувається. Події, зміни, явища реального життя ми традиційно називаємо новинами. Але як нам все-таки вдається дізнаватися про все, що відбувається навколо нас?

Десь на початку інформаційного потоку перебуває журналіст, який уважно спостерігає за тим, що відбувається, спілкується з людьми, записує свої спостереження і передає їх по інформаційному ланцюжку далі. Тож, новини (з усіма проблемами, спотвореннями чи упущеннями) – результат спостережень репортера та/або очевидців, зроблених безпосередньо на тому місці, де щось сталося.

Журналіст – постачальник новин

Перші повідомлення про авіакатастрофу в Іркутську з'явилися у повідомленнях великих інформаційних агентств досить оперативно, насамперед завдяки роботі місцевих журналістів та кореспондентів російських агентств, які працюють у Сибіру. Вони виїжджали на місце події, розмовляли з очевидцями, з тими, хто вижив у цій катастрофі, брали інтерв'ю у фахівців та родичів загиблих. Результати їхньої праці після оприлюднення стали надбанням мільйонів людей. Тобто, якщо «немає журналіста, немає новин».

Який вигляд має ланцюжок передачі новин? Давайте спробуємо це з'ясувати.

Припустимо, що в ліні Скараборг, на заході Швеції, зійшов з рейок поїзд. Першими про це, найімовірніше, розкажуть журналісти місцевої редакції Шведського радіо. У Швеції поліція в таких випадках, як правило, звертається на радіо, щоб оперативно донести інформацію до громадськості, і лише потім у редакції місцевих газет. У випадку, якщо йдеться про велику аварію, з постраждалими та людськими жертвами, редакція радіостанції негайно відправить на місце події журналістів із переносною станцією, які вийдуть в ефір безпосередньо з місця події. Ефір буде перервано екстремними повідомленнями про подію.

Співробітники місцевої редакції Шведського радіо, напевно, сповістять про подію і загальнонаціональну редакцію новин «Відлуння» Шведського радіо, а також інформаційне агентство *ТТ* (Tidningarnas Telegrambyrå). Чим важливіша чи трагічніша новина, тим більша ймовірність того, що ефір національного радіо буде перерваний екстремними випусками новин.

Глобальне у локальному

На місце події того ж дня буде відправлено співробітника регіонального відділення інформагентства *ТТ*, репортерів центральних телевізійних та радіоканалів. У разі великої кількості жертв новина, швидше за все, набуде і міжнародного розголосу. Але першими «гонцями», які принесли цю звістку і висвітлювали її в перші години після події, будуть місцеві та регіональні журналісти.

Отже, за дві години після пригоди на місце події прибувають журналісти з Гетеборга (найближчого великого міста), а також столичні репортери. Розсилання відеоряду та тексту інформації за кордон координує *ЕВУ* – Європейський мовний Союз.

Отже, у глобальному інформаційному потоці є лівова частка роботи місцевих журналістів. У Швеції місцеві новини набувають розголосу на загальнонаціональному рівні завдяки роботі журналістів регіональних редакцій Шведського громадського радіо (*SR*) та Шведського телебачення (*SVT*). Центральні щоденні газети Швеції скоротили до мінімуму кількість кореспондентів у країні, вони, зазвичай, працюють у корпунктах найбільших міст країни. Однак той факт, що кореспондент регіональної редакції *SR* та *SVT* повинен забезпечувати інформацією і свою станцію, і столицю, нерідко стає джерелом конфліктів, оскільки йдеться не лише про переслідування інтересів, а й про подвійне навантаження на репортерів. Є і своя специфіка у поданні інформації, розрахованої на всю країну чи місцеву аудиторію.

Служби новин Шведського радіо та Шведського телебачення свідомо прагнули збільшити потік повідомлень із «глибинки». Інтерв'ю зі звичайними людьми краще знімати в невеликих містах країни, ніж на центральній площі Стокгольма.

Завдяки розгалуженій мережі контактів та постійній взаємодії між службами новин центральних та регіональних редакцій може бути забезпечене всебічне висвітлення подій, що відбуваються в країні. Важливо розуміти, однак, значення та розподіл ролей кореспондентів мережі загальнонаціонального радіо та телебачення і репортерів регіональних відділень *SR* і *SVT*. Журналіст загальнонаціонального каналу радіо або телебачення, що працює в регіоні, намагається звернути увагу аудиторії, перш за все, на глобальні/загальнонаціональні аспекти висвітлюваної місцевої події. Його репортаж будуть дивитися жителі всієї країни, яким підґрунтя або окремі деталі події місцевого рівня не відомі. Журналіст регіональної редакції загальнонаціонального телебачення працює насамперед на «свого глядача», для нього навіть у глобальній події важливіша прив'язка до місцевих проблем.

Не можна забувати і про те, що часто публікації або новини, «викопані» журналістами місцевих газет, отримують широкий розголос завдяки Шведському радіо та Шведському телебаченню. Значення журналістів регіональних газет величезне, але без капілярної мережі репортерів *SR* і *SVT*, які працюють у різних куточках країни, служби новин загальнонаціональних редакцій потерпали б від недокрів'я.

Шведське радіо і телебачення мають кожне свою базу даних, яка є містком між центральною та регіональними редакціями. Це значно спрощує та пришвидшує комунікацію.

Таємниця досвідченого журналіста

Редакції всіх загальнонаціональних інформаційних програм Швеції (та й, мабуть, усього світу) працюють за одним принципом: журналісти спеціалізуються на різних темах і в їхні функціональні обов'язки входить відстеження того, що відбувається у сфері їхньої діяльності. Так само, як репортер регіональної редакції *SVT* чи регіональної газети щодня зв'язується з поліцією, рятувальною службою чи відвідує місцеві органи влади, журналіст центрального телебачення або газети має щодня відстежувати, що відбувається у його «угіддях». Я хотів би поділитися з вами простим секретом зі своєї практики щодо політичного оглядача.

Найдієвіший спосіб оперативно дізнатися про те, що відбувається в політичному житті країни – вирушити до Риксдагу. Спілкування з депутатами, яким доводиться багато їздити країною, брати участь у конференціях, семінарах, зустрічах із виборцями та інших заходах, дає мені, журналісту, який працює в столиці, уяву про те, що відбувається у країні. Будівля шведського Риксдагу відкрита для журналістів, які мають акредитацію. Зовсім не заплановано тут можна зустрітися з представниками влади – і не тільки депутатами Риксдагу та членами шведського уряду, але й з представниками промислового та фінансового світу, а також різних державних установ.

Такі «променади» за Риксдагом, звичайно, не моє «ноу-хау». Цей метод роботи використовували журналісти і десятки років тому, але в останні роки багато хто гребує цією роботою, вважає такі прогулянки несерйозною справою або просто лінується зайвий раз пройтися коридорами парламенту. Я знімаю плащ, вішаю його в роздягальні біля журналістської гальорки зали пленарних засідань і одразу ж проходжу кілька кіл навколо дверей, що ведуть до зали засідань. Біля входу для міністрів часто товпляться журналісти, які прагнуть отримати коментар про актуальні на політичній сцені країни події або ухвалені рішення. Щоб отримати такий коментар, журналістам не потрібно попередньо домовлятися з міністром, кожен може поставити своє питання, єдине обмеження – час, який має міністр чи глава уряду.

По ескалатору я спускаюся вниз, до читального залу для депутатів, а потім заходжу в будівлю колишнього Центробанку, відданого у розпорядження Риксдагу в минулому столітті. Я із задоволенням обідаю в їдальні парламенту, де теж можна почути, про що говорять обранці народу, або поспілкуватися неформально з кимось із них. Звісно, заходжу і до того корпусу, де розташовані секретаріати різних парламентських партій, і до «східного корпусу», де працюють депутатські комісії.

Політики, яких зустрічаю по дорозі, впевнені в тому, що я прийшов у якійсь справі. Найчастіше це, проте, не так.

Мета моєї прогулянки коридорами влади – спілкування з «мешканцями» Риксдагу та його гостями, можливість зібрати власні спостереження та висновки, які допомагають мені проаналізувати ситуацію.

Зустрічі під час «променаду» парламентом допомагають мені зав'язати нові знайомства; спілкування з тими, хто зустрічається під час таких, здавалося б, безцільних прогулянок, дає насправді цінну

інформацію політичному оглядачеві, до функцій якого входить не тільки висвітлення подій, а й їхній аналіз та коментування. Крім того, так я маю й іншу мету – дати можливість багатьом «анонімним» депутатам висловитися у ЗМІ, оскільки переважно на телебаченні та радіо виступають одні й ті самі політики, насамперед лідери партій. Відкритість Риксдагу для журналістів – питання життєво важливе для стійкості демократії. Адже «мешканці» Парламенту – це насамперед обранці народу, які мають бути доступні як для тих, хто їх обирає, так і для журналістів. Йдеться не про заздалегідь сплановані зустрічі, пресконференції та брифінги, а про спонтанне спілкування з депутатами. Це важливо не лише з практичної точки зору, а й взагалі для демократії.

Контакти між журналістами, які висвітлюють політичне життя країни, і політиками важливі, причому як формального характеру, так і неформального. Такі зустрічі не повинні обмежуватися пресконференціями. Звичайно, що журналісти в коридорах Риксдагу можуть викликати роздратування та невдоволення політиків. А проте, нерідко таке живе спілкування вигідне і самим депутатам. В обранців народу та журналістів – різні ролі в демократичному суспільстві. Відкритість Риксдагу в такий спосіб допомагає зміцненню демократії та сприяє прозорості суспільства.

Іноді політики роблять спроби заховатися від натиску журналістів. Висуваються пропозиції, мета яких – «залишити депутатів у спокої». Секретаріати кількох партій намагалися звести барикади навколо себе, забороняючи журналістам вільний доступ до будівлі, де розміщені офіси партійних фракцій. Хтось із представників помірної-коаліційної партії (шведські консерватори) запропонував заборонити відвідувачам та репортерам доступ до так званого депутатського клубу - кафе, інші запропонували закрити вхід «стороннім» до їдальні Риксдагу. В умовах сучасного світу, звичайно, необхідні підвищені заходи безпеки, проте сама ідея Риксдагу як відкритого для людей форуму повинна зберігатися в інтересах демократії.

Досвід відвідування парламентів різних країн світу дав мені розуміння того, що фізичний доступ журналістів до будівлі парламенту та можливість вільного спілкування з депутатами є своєрідним лакмусовим папірцем для визначення рівня демократії в країні. Можливість зустрічі та спілкування журналістів та обранців народу у

будівлі, де вони працюють, – ознака здорового суспільства. При цьому ніхто не применшує значення заходів безпеки у самій будівлі.

Мої прогулянки коридорами Парламенту дають мені можливість не тільки дізнатися про те, що сталося, а й зрозуміти, *що приховує* те чи інше рішення чи подія політичного життя країни. Для журналіста, який висвітлює питання політики, і для політичного оглядача можливість побачити, зрозуміти та розібратися у підґрунті, мотивах та можливих наслідках того чи іншого рішення – одна з найважливіших передумов у роботі. За кожним ухваленим рішенням – копітка праця, кожне рішення має якусь мету. Виявлення їх безпосередньо належить до найважливішої функції журналістики у суспільстві. Для цього потрібні журналісти, які методично і планомірно збирають інформацію, зокрема в коридорах влади.

У Франції культура взаємовідносин політиків та журналістів зовсім інша, ніж у Скандинавії. Провідні політичні діячі Франції не дуже доступні журналістам. Однак у будівлі парламенту в Парижі також є спеціальні місця та бари, де журналісти можуть поспілкуватися з обранцями народу.

Зустрічі працівників ЗМІ з депутатами у В'єтнамі відбуваються нерідко в саду внутрішнього двору парламенту, проте тон таких розмов задають політики, і саме вони визначають порядок денний, оскільки всі засідання депутатів відбуваються за зачиненими дверима.

У будівлю британського парламенту входять в основному лише акредитовані кореспонденти, яким доводиться «підпирати» стіни коридору біля нижньої палати. Журналістам, однак, не дозволено голосно задавати своє питання членам парламенту, які проходять повз них. Для того, щоб поговорити з політиком, журналісту необхідно рухом руки або в інший спосіб показати, що він хоче поставити питання.

Підвищені вимоги до безпеки призвели до того, що сьогодні для того, щоб відвідувати шведський Риксдаг, журналіст також має отримати акредитацію. І хоча процедура її отримання не така вже складна, проте, багато журналістів сприйняли запровадження акредитації як спробу обмежити доступ до інформації.

To cover a beat (Патрулювати ділянку)

Отже, без репортерів, які дізнаються про те, що і де сталося, та описують події, і редакцій, які організують збір інформації та її розповсюдження, новини немає.

Часто в журналістиці мова йде про досить звичайну практику контролю та відстеження подій. На жаргоні американських репортерів заведено говорити, що у кожного журналіста є свій *beat* – ділянка, яку він тримає під контролем, так само, як це робить наряд поліції, що патрулює свій район. *To cover a beat* – означає патрулювати свою ділянку.

To cover a beat – це, по суті, синонім планомірної роботи. Типовим прикладом такого методу роботи є щоденний телефонний контакт із поліцією. Зазвичай у шведських редакціях цю роботу доручають новачкові, хоча, щоб успішно впоратися з нею, потрібно бути достатньо досвідченим журналістом. Планомірний пошук новин, прикладом якого є телефонний контакт із поліцією, забезпечує щоденний приплив інформації в редакцію. Це не потічок, а старанно проритий, глибокий канал.

Працівник місцевої газети, так само, як міжнародний кореспондент, повинен мати чітке уявлення про географічні межі ділянки, яка перебуває у сфері його уваги. Що це за ділянка – місто чи муніципальний округ? Країна чи цілий континент? Демаркація кордонів – часткове відображення політики редакції: де наші слухачі, глядачі, читачі та потенційні рекламодавці? Але визначення зони роботи не менш важливе і для самого репортера. Не варто применшувати значення такої позиції: «Не чіпай! Це моє!». Мабуть, ніхто не охороняє «свої» межі так ревно, як кореспонденти, які працюють за кордоном. Навіть досвідчені міжнародники, в полі зору яких цілий континент, часом сприймають приїзд репортера з його рідної редакції з завданням у «свою» зону як серйозну загрозу.

Інший спосіб окреслити межі своєї діяльності – визначити теми роботи чи спеціалізацію. У кожній редакції робота так чи інакше розподілена за тематичними інтересами та знаннями репортера або групи журналістів.

Знайти джерела

Коли процес визначення географічної зони дії репортера або тематики його роботи завершений, настає час встановити можливі джерела. Йдеться як про усні, так і про письмові джерела інформації, що мають значення для суспільства.

Редактор місцевої газети, теле- або радіостанції має визначити, які інстанції чи окремі особи можуть володіти інформацією про те, що відбувається в місті чи області. Йдеться не лише про місцеве поліцейське управління та пожежну охорону, а й про цілий ряд організацій та установ. *Коли* відбудеться засідання членів міської ради та різних комітетів, *де* воно буде, *як* проходять дебати, *хто* конкретно обізнаний у цих питаннях, *що* будуть обговорювати, *чому* було ухвалене саме це рішення? Які контактні особи є на різних підприємствах, в організаціях та асоціаціях? З якими чиновниками варто було б встановити регулярний контакт, щоб отримати можливість слідкувати за розвитком подій у судових інстанціях, школах, лікарнях, дитячих дошкільних установах? На всі ці питання необхідно знайти відповіді, щоб далі скласти списки можливих джерел.

Порядок відслідковування новин

Якщо редакція та репортер мають чітке уявлення про те, де є інформація, залишилось лише отримати її. Цього можна досягти двома способами: систематичним обдзвоном чи відвідуванням можливих джерел, або таким організуванням роботи, коли інформація надходить систематично і більш-менш регулярно. Письмові документи можуть надходити поштою (звичайною чи електронною) або факсом.

Велика частина інформаційного потоку в друкованій формі надходить до редакцій відповідно до встановленого порядку. Редакції можуть слідкувати за тим, щоб вони були представлені в списках адресатів, яким пресрелізи та інформація державних і муніципальних установ, а також підприємств, надсилають автоматично. Колосальна інформація нині ховається в Інтернеті. Практично всі відомства і організації у Швеції мають свої сайти, інформація на яких постійно оновлюється.

Значно складніше організувати надходження усних повідомлень. Жоден журналіст не може вимагати від своїх уже чинних та перспективних джерел, щоб вони за власною ініціативою регулярно телефонували йому. Їх потрібно шукати відповідно до розробленого тимчасового плану. Саме тому в «дисциплінованих» редакціях є традиції систематичного телефонного контакту з поліцейськими відділеннями:

– Що нового сьогодні?

Зазвичай, відстеження та пошук вимагають часу, але вони окупляться сторницею. Журналіст, якому вдалося створити розгалужену мережу джерел, зазвичай досягає успіху в полюванні за новинами.

Притік інформаційного матеріалу вимагає від редакцій організованого прийому, який нескладно забезпечити. Все, що для цього потрібно, – телефон, блокнот і щоденник подій, який може бути звичайною записною книжкою або папкою з аркушами формату А4. У Швеції цей щоденник називають «совістю» редакції. Є багато різних способів сортування та зберігання даних щоденника.

Задум щоденника полягає в тому, що всі запрошення, пресрелізи, «наводки», записані зі слів інформаторів, можна відсортувати за актуальними для подій датами. Тому щоденник повинен мати реєстр за місяцями і числами. Комуś це може здаватися наївним, але, проте, сортування матеріалів, що надходять у підшивку, для щоденника – важлива робота, яка вимагає від того, хто нею займається, відмінного «нюху» на новини.

Незважаючи на те, що ми живемо в епоху всебічної комп'ютеризації, класичний варіант щоденника у формі паперового документа залишається одним з основних інструментів роботи з новинами в редакціях. Коли порядок денний засідання в Парламенті, Думі або Сеймі надходить до редакції, він негайно має бути розміщений у розділі з актуальною датою. У щоденнику зберігаються і класичні редакційні *пам'ятки*, джерелами яких можуть бути ідеї співробітників, газетні вирізки, пресрелізи, запрошення, чиїсь «наводки» тощо. Суть пам'ятки в тому, що хтось із співробітників редакції постійно перевіряє, що відбувається із вказаною у цьому папері подією, стежить за її розвитком. Така пам'ятка в ідеалі повинна супроводжувати новину протягом усього періоду її актуальності. Ця робота не забирає багато часу. У повідомленні телеграфного агентства йдеться про те, що на розгляді ухвалення рішення про якесь важливе питання. Через деякий час хтось із співробітників редакції написав від руки, що вже

призначена комісія з розгляду цього питання. Інший журналіст приклеїв вирізку з газети на ту ж тему, вказавши ім'я секретаря комісії та номер телефону, і зазначив: «Зателефонувати через місяць!».

Пам'ятка буде заповнюватися записами багатьох репортерів щоразу, коли новина отримує новий розвиток. Система відстеження новин стає своєрідною колективною пам'яттю редакції.

Сьогодні, звичайно ж, з'явилися й електронні щоденники. Так, у редакції новин каналу Шведського телебачення *SVT 24* успішно використовують систему електронного календаря *Lotus Notes*. Усі запрошення, що надходять у редакцію, копіюють та вклеюють до актуального розділу електронного органайзера, в якому відведені спеціальні поля для редакційних записів або коментарів. Тут також фіксують інформацію про те, кому доручено зробити репортаж, хто входить до складу знімальної групи, хто запрошений для участі, роблять запис про те, транслюватимуть подію у прямому ефірі чи в записі. Можливості цієї системи великі. Однією з суттєвих переваг є те, що одним клацанням «миші» інформація про захід може бути перетворена на текст, який редакція телебачення розсилає для публікації програми передач.

Контрольні дзвінки та редакційні нагадування – позбавлена блиску повсякденність журналістської професії. Однак без припливу новин, які вони забезпечують, бурхливий інформаційний потік обміліє і поступово вичерпається зовсім.

Структура редакцій

Те, що було описано вище, - основа функції *input*. У кожній редакції або відділі новин є *приймальний (input)* та *випусковий (output)* редактори. Звичайно, ці посади можуть називатися по-різному, але їхня функція, незалежно від організації редакції, одна, і полягає вона у збиранні інформації та її публікуванні/видачі в ефір. У країнах Заходу багато що в структурах редакції та назвах посад на радіо і телебаченні запозичене з англосаксонських традицій організації роботи ЗМІ.

У Швеції, як і в багатьох інших країнах світу, сьогодні використовують терміни *input*, *output*, *desken*.

Приймальний редактор (input) – керівник, який планує роботу. Він займається запрошеннями, пресрелізами, газетними вирізками, стежить за тим, що відзначене в пам'ятках. Він також розподіляє роботу між репортерами, враховуючи їхні інтереси, компетенцію чи спеціалізацію. У телевізійній редакції приймальний редактор займає центральну позицію, оскільки безліч номенклатури використовуваної техніки вимагає ретельного планування.

Редактор випуску (output) – це той, хто відповідає за вихід програми новин. У деяких редакціях цю людину називають відповідальним секретарем, або *desken*. Випусковий редактор розпочинає свою зміну, коли приймальний, зазвичай, уже пішов додому. Він обговорює з репортерами остаточну версію кожного сюжету. Він також вирішує, які сюжети потрібно показати, які телеграми прочитати, а також розробляє план програми. Під час ефіру випусковий перебуває в центральній апаратній, стежить за ходом випуску і, якщо необхідно, вирішує, доповнити, чи, навпаки, скоротити сюжет. До штабу випускових у редакції входять також журналісти-ведучі програми, всі режисери монтажу, технічні редактори, режисер та його асистенти.

Більшість спеціалізованих груп репортерів, як-от політичні оглядачі, міжнародники, спецкори та інші, зазвичай, мають своїх приймальних редакторів, які не тільки розподіляють завдання, а й активно працюють творчо. До штабу прийому входять і *researchers* – співробітники редакції, які розшукують факти та готують платформу для сюжетів, репортажів і програм.

Центральна редакція

Desk (центральна редакція, деск) – місце, де перебувають керівники, це «серце» редакції, центр, куди стікаються всі новинні потічки. Саме тут приймальний і випусковий редактори стежать за тим, щоб матеріал, який редакція отримала, журналісти фахово опрацювали і подали аудиторії у формі новин. У газетах приймального редактора називають редактором відділу новин, або відповідальним секретарем.

Ранковий редактор – це той, хто планує та розподіляє завдання на самому початку робочого дня в ранковій газеті. *Вечірній (нічний)*

редактор – це той же випусковий, який ввечері та вночі повинен вирішити, що увійде до завтрашнього номера газети.

Такий розподіл відповідальності далеко не завжди безконфліктний. У реальному житті всі редакції новин потерпають від напружених відносин або навіть від відкритої боротьби за владу між приймальними та випусковими редакторами. Репортери, фотографи, оператори вимушені догоджати одночасно двом керівникам, а вище керівництво редакції постійно намагається встановити і підтримувати баланс між цими двома силами.

Ситуація, коли приймальний роздає завдання за темою, яка не цікава для випускового редактора, який знімає їх із верстки або змінює в процесі напрям сюжету, стає врешті-решт нестерпною для співробітників редакції. Дратує і те, коли імпульсивний випусковий терміново дає завдання тим репортерам, які в цей момент працюють над іншими сюжетами. З іншого боку, робота з новинами пов'язана зі стресом, поспіхом і несподіванками, тому нам часто доводиться приймати порушення планів. Однак не варто забувати й про те, що виробництво новин – цілодобове. Різним категоріям співробітників доводиться працювати позмінно. Така схема роботи вимагає від кожного не тільки гнучкості, а й поваги до встановлених розкладів і планів.

Конфлікт між цими силами практично нерозв'язний, але його можна зменшити, якщо кожен у колективі сприймає себе як частину цілого, а редакція ставить перед собою спільні цілі і має чітко вироблену політику. Оптимальних результатів можна досягти лише тоді, коли приймальний і випусковий редактори не перешкоджають один одному в роботі, а, навпаки, разом прагнуть до однієї мети. Репортер повинен мати бажання передати розпочату ним роботу іншому в цій постійній і безконечній естафеті. Вовк-одинак у редакції новин приречений на невдачу.

Чим менша редакція, тим більше повинно бути гнучкості в підходах. У місцевих редакціях кожен репортер повинен бути готовий підмінити хворого або колегу у відрядженні, навіть якщо він спеціалізується в іншій галузі.

У редакціях інформаційних програм центральних каналів журналісти, зазвичай, поділені на групи за спеціалізацією – шведські новини, закордонні новини, економіка, група журналістів загального профілю. У кожній такої групи є свій керівник, що планує роботу.

Журналісти прийому інформації та випуску

Один журналіст із досвідом керівної роботи колись з іронією зауважив, що є дві категорії репортерів: репортери прийому та репортери випуску. Питання в тому, хто з них гірший?

"Приймальний" репортер незамінний, коли потрібно тримати ситуацію під контролем, у нього колосальна кількість контактів і джерел, прекрасно організований архів. Жодна новина не вислизне від його пильного ока. Проблема лише в тому, що він рідко видає на-ура готову новину для аудиторії. Його знання – це тільки його знання, увесь свій час він витрачає на пошук відомостей і полювання за ними, на творчість немає жодної хвилини. Іншим рідко вдається довідатися про те, що відомо йому.

"Випусковий" репортер працює також з одержимістю, з однією лише відмінністю – він творить безперервно. Його голос звучить у всіх випусках новин на радіо, він постійно на телевізійних екранах, встигає писати одну за одною книжки, фейлетони та колонки коментатора. Публіка обожнює його. Напрошується лише одне питання: коли ж він встигає здобути інформацію для своїх повідомлень, якщо він постійно у прямому ефірі?

Золота середина, баланс між "приймальним" і "випусковим" журналістом – це той ідеал, до якого повинен прагнути кожен журналіст.

ЗАВДАННЯ

Студентам:

1. Виберіть тему для статті, радіо- або телесюжету. Вирішіть, для якого засобу масової інформації буде створено цей матеріал (тип, рівень, аудиторія). Виберіть ракурс. Обговоріть у своїй групі, як ви будете збирати матеріал для статті/сюжету. Визначте джерела інформації

– усні та письмові. З ким вам потрібно провести інтерв'ю? Скільки часу знадобиться на роботу – від заявки теми до публікації?

2. Складіть організаційну схему редакції, в якій ви проходите практику або співпрацюєте. Опишіть коротко кожен функцію в редакції та сферу відповідальності. Всі співробітники редакції/відділу повинні бути представлені в цій схемі. Не забувайте про себе! Чи можна виділити слабкі ланки в організації редакції?

3. Складіть організаційний план ідеальної, на вашу думку, редакції. Обговоріть у своїй групі умови, необхідні для існування такої редакції.

Журналістам-практикам:

Складіть організаційну схему редакції, в якій ви працюєте. Опишіть коротко кожен функцію в редакції та сферу відповідальності. Всі співробітники редакції/відділу повинні бути представлені в цій схемі. Не забудьте про себе! Чи можна виділити слабкі ланки в організації редакції?

Глава 3

КЕРУВАТИ РЕДАКЦІЄЮ

Я займав керівні посади більше половини свого професійного стажу. Однак у шведському журналістському суспільстві не заведено відкрито демонструвати своє бажання стати начальником. І тут, так само, як і в інших сферах життя, діє так званий «закон Янте», сформульований датсько-норвезьким письменником Акселем Сандемосе в книзі «Втікач перетинає свої сліди». Цей неписаний закон стверджує: «Не думай, що ти дуже важливий!». У скандинавських країнах не заведено «висовуватися», намагатися показати, що ти знаєш і вмієш більше, ніж інші – відкрити демонстрацію бажання стати начальником багато хто сприймає вороже. У Скандинавії до недавнього часу не було ні традицій, ні компетентних фахівців у сфері навчання менеджменту. Ось чому багатьом доводиться починати виконувати обов'язки керівника без достатньої підготовки і знань і діяти «на інтуїції». Іноді такий підхід приносить успіх, іноді закінчується повним фіаско.

Редакція – це організація, що складається з експертів. Так само, як і в багатьох подібних організаціях, на посаду керівника часто призначають одного з фахівців – лікар стає головним лікарем, інженер – виконавчим директором заводу.

Несподівано фахівець опиняється у складній ситуації, він може досконало знати свою справу, але не мати жодного уявлення про те, як керувати колективом. З іншого боку, немає й альтернативи такому підходу, адже було б абсурдно запрошувати керувати лікарнею талановитого менеджера, якщо у того немає найменшого уявлення про медицину. Також неможливо було б призначити на посаду редактора людину, яка нічого не знає про журналістику. Не може керувати редакцією і поганий репортер. Призначення на керівну посаду гарного журналіста пов'язане зі сподіванням на те, що він впорається зі своїм завданням.

Цього почуття невпевненості в результаті «експерименту» можна було б уникнути, якби у працівників редакцій чи інших організацій був шанс підготуватися до ролі менеджера заздалегідь. Сьогодні керівник – це не просто посада, а й професія, причому складна, що вимагає серйозних знань і підготовки. Я добре зрозумів це, коли був призначений на посаду шеф-редактора програми «Відлуння» Шведського радіо. Єдиний шанс підготуватися до майбутньої ролі мені дали у формі дводенного семінару «Як планувати робочий час». Усьому іншому – навчатися особливостям роботи керівника мені доводилося самому, у вільний від роботи час. Однак знання, отримані тоді, допомагають мені й сьогодні.

І все ж я й досі вважаю абсурдом те, що я працював багато років головним редактором, не пройшовши жодного тренінгу в сфері менеджменту. Я відповідав за редакцію з річним бюджетом у 100 млн крон (приблизно 10 млн євро), у штаті якої працювали близько 150 співробітників. Корпункти програми «Відлуння» тоді були у всіх великих містах країни. Мені доводилося відповідати за кадри, технічне оснащення редакції, курси підвищення кваліфікації для співробітників, економіку та бюджет, приміщення, і, звичайно ж, за зміст та наповнення наших програм, тобто безпосередньо за інформаційну діяльність редакції.

Я успадкував редакцію, що перебувала в досить занедбаному стані, з повною відсутністю будь-яких адміністративних уявлень, хаосом у бюджеті, без чіткої структури в розподілі обов'язків. Мій попередник поспіхом покинув свою посаду. Він був чудовим репортером, але не зміг впоратися з роллю керівника. Тепер через це горнило потрібно було пройти і мені – хорошому журналісту, який не мав жодного досвіду керівної роботи. Не дивно, звичайно, що на тему призначення на

керівні посади у сфері засобів масової інформації у Швеції тривають суперечки, і один шеф приходить на зміну іншому.

Свій досвід керівної роботи я узагальнив у п'яти пунктах, які пропоную вашій увазі:

1. Хочу стати шефом!

Журналісти, фотографи, оператори, режисери відеомонтажу або інші творчі працівники редакції – це люди, які мають багато переваг у порівнянні з іншими професійними групами на ринку праці. Зазвичай, працівники редакції володіють більшою свободою вибору та дій, мають більше можливостей і більше відповідальності. Пригадайте, як часто головним героєм фільмів або книг є журналіст – благородний, сміливий і невідкупний. Прохідний бал на факультетах журналістики часто вищий, ніж на інших факультетах вишів. Професія журналіста є престижною, телерепортерів глядачі знають в обличчя і впізнають їх при зустрічі на вулиці або в магазині. Журналіст може бачити і чути результат своєї праці практично щодня – на сторінках газет, у радіоэфірі або на екранах телевізорів. Сьогодні ми можемо говорити про зіркових журналістів, які мають ім'я, статус і досить пристойну зарплату.

У такому випадку резонно поставити собі питання: навіщо ж тоді хорошему журналістові прагнути стати шефом? Щоби змінити одну з найпрекрасніших професій у світі, потрібні справді вагомі підстави.

Той, кому належить очолити редакцію, повинен не лише *бажати* стати керівником, а й також знати, *чому* він чи вона хочуть це зробити. Прагнення зайняти керівну посаду повинно виходити від самої людини, а не від її начальників, друзів або родичів. Той, хто став керівником поза своїм бажанням, рідко стає хорошим шефом. Перед тим, як прийняти пропозицію зайняти керівну посаду, потрібно обов'язково відповісти на питання: чому я хочу стати шефом?

Один із мотивів, звичайно ж, матеріальний аспект. Пристойне підвищення зарплати може стати вагомим аргументом, незважаючи на те, що рівень відповідальності стає вищим, а робочий день ще довшим, ніж раніше. Однак бажано, щоб, окрім матеріального фактора, були й

інші, наприклад, прагнення зробити кар'єру, підвищити свою компетентність, внести позитивні зміни на своєму робочому місці тощо.

Моє бажання стати шефом редакції багато років тому можна пояснити розгубленістю. Коли я працював журналістом, у мене завжди були ідеї та теми для репортажів і програм. Їх було так багато, що реалізувати їх усіх наодинці було нереально. Щоразу, коли я приходив у редакцію з десятком різних тем, я розумів, що здійснити їх мені не під силу, адже статус репортера не дозволяє мені давати вказівки та завдання іншим колегам. Поява вакансії керівника групи репортерів загального профілю дала мені надію на те, що в ролі головного в невеликій групі журналістів, я зможу змінити чинний порядок розподілу завдань. Дізнавшись про вакантне місце, я пішов до шеф-редактора редакції «Відлуння» і сказав про своє бажання зайняти вакансію.

– Ах, ти хочеш керувати?! – здивувалася начальниця. – А я й не підозрювала, що в тебе є такі амбіції. А ти впевнений, що станеш хорошим керівником?

Скептицизм моєї начальниці не завадив їй підтримати мою ініціативу, вона повірила в мої сили, дозволила мені втілити в життя багато ідей.

2. Стань шефом!

Той, хто мріє стати менеджером, повинен довести, що він/вона може керувати людьми. Керівна посада означає новий статус, однак часто керувати своїми колегами, з якими ти працював як рівня ще вчора, значно складніше, ніж це може здатися.

На початку виконання своїх обов'язків, багато хто переконає себе, що він, мовляв, не стане зазнаватися, як інші керівники. «Я буду на дружній нозі зі своїми колегами, адже ми стільки років працювали разом», – міркує собі новоспечений шеф. – „Вони так добре ставляться до мене і ніколи не стануть критикувати мої рішення за моєю спиною“.

Уже через кілька тижнів стає очевидним, що це – ілюзія, і чим швидше ви її позбудетесь, тим ліпше як для вас особисто, так і для ваших підлеглих. Хоча слова керівника і важливі, але його рішення не завжди приймають з ентузіазмом і часто ставлять під сумнів співробітники. Розмова в кімнаті відпочинку може раптово

перерватися, щойно у дверях з'являється шеф. Начальника вже не так охоче запрошують на вечірки, з іншого боку, навколо нього/неї в'ються підлабузники. Все це може призвести до почуття розгубленості у шефа-новачка, що ставить собі питання: чим пояснити нову поведінку колег – його особистими якостями чи його стилем керівництва?

Чим чіткіше визначена ваша нова роль, чим природніше ви її сприймаєте, тим більш безболісним буде перехідний період. Не треба соромитися бути керівником. Добре відомо, що журналісти не визнають авторитетів, і все ж, саме служителі пера і мікрофона часто вимагають авторитарності від своїх керівників. Хтось має сказати їм: «Це добре, це погано, це ми зробимо, а от це робити не будемо». Завдання керівника – допомогти ухвалити рішення творчим і самостійним людям. Це, звичайно, не означає, що шеф вирішує за них, але він/вона повинні слухати і чути своїх підлеглих, бачити їхній потенціал і допомагати їм знаходити оптимальні рішення.

Не потрібно соромитися бути керівником, але й не варто переоцінювати свою роль, надягати маску вельможі. Найкраще бути самим собою. Не варто дивуватися з того, що оточення ставиться і сприймає тебе по-іншому, також не варто загравати з підлеглими у намаганні здобути їхню прихильність. Найкраще окреслити чіткі межі допустимого у стосунках із співробітниками.

Сформулюйте цілі своєї роботи. З'ясуйте, що очікує від вас найближче керівництво. У відкритому і прямому діалозі з начальством з'ясуйте: чому на посаду керівника призначили саме вас і яких результатів чекають від вашої діяльності? Важливим є і питання відповідальності – які рішення можна ухвалювати вам, а які є прерогативою керівництва? У яких випадках ви можете діяти самостійно, а в яких вам необхідно радитися з керівництвом? Відповіді на ці питання необхідно отримати в найперші дні виконання своїх обов'язків. Нечіткість або розмитість функцій призведе, з одного боку, до невпевненості, з іншого – може стати причиною невдоволення вищого керівництва, якщо ви через незнання своїх обов'язків опинитеся на «чужій» території.

Для мене найскладнішим у питаннях керівництва була боротьба з власною спонтанністю. Мені доводилося продумувати на кілька кроків уперед наслідки кожного рішення або розпорядження. Звичайно, в окремих ситуаціях нічого поганого в спонтанних рішеннях немає, проте шеф повинен передбачити, який наслідок матиме те чи інше рішення у колективі. Уявімо собі: у редактора з'явилася тема для репортажу, він

прямує до редакції, але дорогою зустрічає Анну, зупиняє її і, не в силах стриматися, розповідає про свою ідею і тут же доручає їй розпочати роботу над цією темою. Не можна сказати, що Анна виявляє бурхливий ентузіазм від отриманого завдання, вона і так завантажена роботою, але слово керівника – закон, тому вона не сперечається. Трохи пізніше до редактора підходить Калле і говорить, що йому нічим зайнятися, оскільки він щойно завершив роботу над циклом сюжетів. Після розмови з журналістом редактор розуміє, що тема, яку він запропонував Анні, варто було доручити Калле. Редактор поспішив і ухвалив поспішне рішення. Звичайно, цю ситуацію можна вирішити, але вона б не виникла, якби керівник не поспішив.

Поспішне рішення з призначенням репортера на посаду керівника групи теж може обернутися проблемою для керівника, який не продумав всі наслідки заздалегідь. Це може стати і джерелом пліток.

– Уявляєш, – розповідає шеф журналістці редакції Агнеті за чашкою кави, – Курт, наш стажист, пропустив повідомлення про аварію літака в Сконе. Він планував попрацювати у нас влітку, але після такого промаху йому не бачити цієї роботи! Ми щойно порадилися і ухвалили рішення про це...

Ця новина миттєво поширюється по всій редакції, хоча редакторів, звичайно, варто було проінформувати про рішення керівництва спершу самого Курта.

Бездумне і поспішне рішення шефа може обернутися проблемою як для нього самого, так і для його співробітників. Однак в одному випадку поспішність не тільки виправдана, а й необхідна, коли йдеться про створення «власної команди», щойно керівник приступив до виконання своїх обов'язків. Моя колишня колега Ева Хамільтон нещодавно була призначена на посаду виконавчого директора Шведського телебачення (SVT). Відразу після цього вона зробила низку перестановок в організації роботи редакції. Ева працювала на телебаченні багато років і точно знала його слабкі та сильні місця.

Лише за кілька днів перебування на посаді виконавчого директора Еви Хамільтон відбулися величезні зміни, що допомогли більш чітко структурувати і розподілити функції в редакції.

3. Будь керівником!

Отже, ми підійшли до самої суті питання. Той, хто вирішив стати керівником і отримав це призначення, повинен ним бути. Керівник повинен мати сміливість ухвалювати рішення, зокрема незручні для інших.

– Я вважаю, що це зроблено добре, а ось це – погано. Давайте вчинимо так-то і так-то з такої-то причини.

Рішення, які ухвалює шеф, повинні бути чіткими та обґрунтованими, однак це не означає, що вони завжди повинні бути або будуть правильними.

Сформулюйте свої рішення чітко, не давайте підстав для інтерпретацій. Проте, потрібно бути готовим до того, що ваші рішення будуть по-різному тлумачити підлеглі. Уявіть собі, що редактор, присутній на нараді, лише мовчки киває головою й усміхається, не висловлюється щодо запропонованих пропозицій. Відсутність однозначної реакції керівника призведе до того, що присутні на засіданні будуть трактувати її неоднозначно.

Репортер Фредрик звернувся до редактора з вимогою підвищити йому зарплату. Керівник дружелюбно усміхається співбесіднику і, не бажаючи його засмучувати, відповідає: «Ну, що ж, подивимося». Якщо Фредрик найближчим часом справді не отримає надбавки до зарплати, він буде почуватися обманути. Чітка і щира відповідь редактора, навіть негативна, буде сприйнята краще, ніж намагання пом'якшити гіркоту відмови хибними обіцянками в надії відтягнути неприємний момент.

– Фредрику, у багатьох працівників редакції є підстави претендувати на підвищення зарплати, зізнаюся тобі відверто, у деяких з них більш вагомі, ніж у тебе. На жаль, я нічого обіцяти не можу, у найближчі місяці підвищення не передбачається.

Думаю, що тактика «обіцяти менше, ніж можеш зробити» працює більш ефективно. Краще відмовити спочатку, щоб потім дати добро, ніж щедро роздавати обіцянки, які ніколи не будуть виконані. Це біда багатьох керівників.

Добрий спосіб уникнути різних тлумачень або непорозумінь між керівником і підлеглими – детальні протоколи засідань, на яких обговорюють та ухвалюють рішення, а в окремих випадках й розсилка

листів учасникам наради, в яких підтверджена досягнута угода. Підсумовування наради/обговорення у формі листа корисне і для подальших розмов із вищим керівництвом.

Ніщо не втомлює співробітників, завантажених роботою, більше, ніж безкінечна участь у різних нарадах і зустрічах, на яких вирішують безліч дрібних і великих питань. Якщо врахувати, що журналістам також доводиться брати участь у “летючках” і офіційних заходах, то бажано проводити наради в певний час раз на тиждень і заздалегідь повідомляти співробітників про порядок денний, щоб максимально ефективно використовувати час. Питання, що не потребують тривалого обговорення, можна вирішуватися в коридорі або за чашкою кави.

У сучасній медіакомпанії керівник повинен уміти слухати і чути своїх співробітників. Авторитарний стиль керівництва не приживається в традиціях шведського суспільства, де протягом багатьох десятиліть було заведено дослухатися до думки працівників і враховувати їхні інтереси. Завдання менеджера в редакційному середовищі – донести до кожного співробітника сформульовані завдання діяльності і зробити все, щоб організація загалом доклала зусиль для досягнення мети. У творчому колективі важливо, однак, залишати співробітникам певну свободу дій. Керівник повинен окреслити цілі і шляхи їхнього досягнення, але він не повинен постійно втручатися в роботу підлеглих і контролювати її, як і вказувати колегам, яку стежку обрати. Це дратує і вбиває ініціативу.

Один із найвідоміших редакторів у сучасній історії шведської преси Турбйорн Ларссон, який колись очолював такі великі видання, як *Aftonbladet* та *Expressen*, працював редактором на телебаченні, нещодавно був призначений на посаду головного редактора однієї з найбільших щоденних ранкових газет Швеції *Dagens Nyheter*. На відміну від багатьох інших редакторів, він не витрачав свій час і газетну площу на публікацію гучних програм видання та обіцянок читачам. Перші місяці, проведені Турбйорном Ларссоном на посаді головного редактора великої газети, були витрачені на індивідуальні бесіди з численними співробітниками газети (а їх в *Dagens Nyheter* кілька сотень). Під час таких співбесід редактор ставив своїм підлеглим питання про те, як вони бачать майбутнє газети, як відчують себе на своїй роботі та в редакції загалом, чого вони очікують від нового головного редактора.

На мій погляд, такий підхід значно ефективніший, ніж загальні збори працівників редакції, на яких новий редактор проголошує свої плани стосовно очолюваного видання. Те, що в кожного нового редактора є свої плани щодо газети, радіо чи телестанції, поза сумнівом. Але, щоб ці плани з часом були реалізовані в реальному житті та стали успішними, необхідна підтримка з боку співробітників, а підтримки можна досягти лише тоді, коли колектив знає, до чого ведуть зміни.

Кожен співробітник, навіть, здавалося б, найбільше впевнений у собі і самовдоволений, хоче заслужити похвалу начальника. Важлива частина роботи керівника полягає саме в тому, щоб хвалити і лаяти за необхідності. Керівник повинен проявляти щире зацікавлення до того, чим займаються його співробітники, читати їхні статті, слухати і дивитися сюжети. Гарний керівник не скупий на похвалу і критику. Без критики панегірики будуть здаватися нещирими, але критика повинна бути конструктивною. Журналісти можуть бути безжальними один до одного, критикуючи колегу, вони можуть підвищувати голос і переходити на особистості. Часто критик проходить по сюжету/статті, як коток. Така критика тільки ображає автора і не є конструктивною. Для редактора стиль котка неприйнятний. Під час аналізу статті/сюжету редактор/керівник відділу повинен сказати, що їй/йому сподобався цей матеріал, який виявився менш вдалим. Автор матеріалу теж повинен мати можливість висловитися. Важливо пам'ятати, що аналіз статті/сюжету – це не лінчування, і не варто зациклюватися на критиці. Зазвичай, автор матеріалу сам здогадується, що було зроблено не так, редакторові важливо підкреслити, що редакція не байдужа до результатів роботи співробітників, але і починати полеміку з журналістом не варто. *Конструктивна критика* дає редакторові або колегам автора сюжету можливість підказати йому, як можна було б підготувати матеріал краще.

Не варто скупитися на похвали, які, до речі, найкраще подавати в письмовій формі. Значення картки *Post it* зі словами похвали на адресу репортажу, який прозвучав у ранковому блоці передач, залишеного шефом на столі автора сюжету, важко переоцінити. На жаль, мушу визнати, що значення конструктивної критики для працівників редакції під час мого керівництва редакцією «Відлуння» я зрозумів занадто пізно.

Керівник повинен налагодити зворотний зв'язок із співробітниками, що можна робити у формі коучингу (наставництва) – індивідуальних бесід із співробітниками, в рамках яких у них є

можливість оцінити і, можливо, переоцінити свою роботу та її якість. Тон і настрої в редакції задає редактор. Відповідальна за роботу редакції людина повинна докласти всіх зусиль, щоб вона особисто або керівництво середньої ланки постійно відстежували якість журналістської праці, висловлювали свою думку та коментарі, створювали творчу атмосферу. Коучинг, проте, передбачає не стільки критику, скільки пропозиції щодо того, як можна покращити стиль або методи роботи, це також і спроба в діалозі знайти спільне рішення тієї чи іншої дилеми або проблеми.

Керівник часто є щитом редакції, людиною, що приймає в конфліктній ситуації вогонь на себе. Навіть найбільш маститим журналістам нелегко витримати шквал критики і нападів, викликаних публікацією статті або виходом у світ сюжету. Шеф повинен відвести удар від співробітників редакції, навіть якщо він у відпустці, при цьому мова, звичайно, не про те, щоб захищати помилкові дані або некоректну публікацію. Мова про те, що керівник повинен взяти відповідальність на себе, незважаючи на те, що він особисто не причетний до цієї публікації.

Гарний керівник прислухається до порад та ідей співробітників. Часто їхні ініціативи заслуговують на увагу. Він також повинен вірити в те, що його працівники можуть впоратися з тим чи іншим завданням самостійно, без його вказівок. Робота з редакторами, які можуть дозволити журналістові зробити інакше, ніж запропонував редактор, набагато цікавіша. Добрий редактор, окресливши тему, не втручається в те, як вона буде розкрита і представлена аудиторії. Поганий начальник вимагає переробити сюжет, керуючись стереотипними моделями, і робить це в останній момент. Керівник повинен уміти взяти на себе відповідальність і дозволити зробити це іншим журналістам.

Моє прагнення стати начальником було викликане бажанням розкрити багато тем, які я не міг охопити, коли працював просто журналістом. Але коли я став начальником, я був змушений змиритися з тим, що мої ідеї іноді втілювалися в життя зовсім інакше, ніж я хотів чи припускав. І результати праці часто були нічим не гірші. І це головне.

4. Забезпечити невичерпний потік ідей!

Мені робота редактора була до вподоби. Я перебував у центрі уваги, люди – як підлеглі, так і вище керівництво – прислухалися до моєї думки, я мав можливість керувати своїм робочим часом. Я ухвалював рішення і був обізнаний про все, що відбувається в редакції. Але ця робота висуває строгі вимоги до тебе як до людини і як до фахівця. Як поєднати в одній людині функції приймального і випускового редактора? Де знайти сили на постійний саморозвиток і свою організацію? Робота керівника вимагає притоку ідей, якими він повинен щедро ділитися зі своїми підлеглими. Тобто виходить, що керівник повинен постійно підкидати теми іншим, і при цьому мати в запасі нові. Звідки ж черпати натхнення і нові ідеї? Як відомо, той, хто ділиться своїми напрацюваннями з іншими, повинен час від часу поповнювати «склад» ідей.

Керівник має забезпечити собі постійний приплив знань і ідей, мати можливість «підзарядити батарею». Шеф повинен прагнути обертатися в різних колах і не замикатися лише на спілкуванні зі своїми підлеглими. Важливо не забувати своїх давніх знайомих і друзів та вести власне полювання на новини.

Надзвичайно важливо зустрічатися з іншими керівниками, і не лише в межах свого видавництва чи телекомпанії. Особисто мені в роки керівництва редакцією «Відлуння» дуже допомагало спілкування з моїми колегами з країн Північної Європи. Нерідко зустрічі та спілкування зі скандинавськими редакторами були потужним джерелом енергії та натхнення. Під час таких зустрічей ми могли ще раз переконатися, що нам часто доводиться вирішувати одні й ті ж проблеми, хоча ми живемо в різних країнах.

«Закон Янте» і заздрість інших не повинні стримувати керівника в прагненні підвищувати компетентність через знайомства з досвідом інших регіонів і країн. Важко переоцінити можливість на власні очі побачити ці досягнення. Участь у виставках, фестивалях і міжнародних конференціях також важлива, оскільки дає змогу, з одного боку, розширити коло своїх знань, а з іншого – завести нові знайомства. Керівникові необхідно виділяти час і на читання як довідкової літератури, так і на відстеження того, що відбувається в країні та у світі.

Ніхто і нічого не заважає редакторові писати самому. У редакції «Відлуння» вже давно заведена традиція, за якою редактор у екстрених ситуаціях стає ведучим програми або час від часу виконує роль продюсера радіопередач. Зазвичай, редактор, який не залишає назавжди журналістську практику, заслуговує на більшу повагу з боку свого колективу.

Шеф повинен вміти виділяти час і на себе – щоб поміркувати, оцінити свої рішення, отримати нові знання. Коли я працював редактором «Відлуння», то час від часу залишався вдома, щоб мати можливість у спокійній обстановці почитати або подумати, розмірковуючи над вирішенням якоїсь проблеми. Це давало мені можливість складати плани на майбутнє, оскільки у щоденній рутині, коли доводиться постійно працювати, ніби білка в колесі, у котлі буденних турбот, ми рідко маємо можливість планувати свою роботу на більш віддалену перспективу. Звичайно, щоб мати таку можливість, редактор повинен забезпечити надійний тил, тобто підготувати в колективі ґрунт для своєї можливої відсутності. Гарний керівник – не той, який постійно «пасе» своїх підлеглих або доступний їм 24 години на добу. Справжній керівник – це той, хто підготував свою організацію до того, що він може і повинен іноді бути відсутній через відрадження, відпустку, хворобу або з інших причин, і бути впевненим, що його організація не розвалиться без нього. Іноді в Швеції кажуть, що хороший керівник виховує таких заступників, які зможуть замінити його хоч завтра, якщо йому доведеться піти.

Це, звичайно, не означає, що редактор під прикриттям красивого поняття «делегування повноважень» намагається «втекти» від своїх обов'язків. Є і такий тип керівників, або, швидше, босів, які проводять більше часу в поїздках та на конференціях, представницьких вечереях і виставках, ніж на робочому місці. Такий бос посилається на те, що у нього є хороші заступники, які чудово справляються з роботою, а йому, мовляв, потрібно знайомитися з передовим досвідом. Керівник, який рідко присутній на робочому місці і якого підлеглі практично ніколи не бачать у їдальні чи кімнаті персоналу редакції, швидко перетворюється на приймального редактора, реальної віддачі від якого дуже мало або немає зовсім.

5. Піти вчасно!

З керівної посади потрібно йти «на білому коні», тобто на піку успіху. Коли редактор залишає свій пост у період економічних труднощів в редакції, падіння накладів або втрати глядацької аудиторії, це неодмінно буде сприйняте як втеча. У складні чи невизначені часи керівник повинен залишатися «на кораблі» разом зі своєю командою. З іншого боку, поганому керівникові краще самому піти з посади, ніж дочекатися моменту, коли рада директорів вирішить його звільнити, хоча умови контракту, як правило, передбачають щедрю компенсацію звільненому редактору.

Отже, найкраще звільнитися в стабільний для редакції період, коли в бюджеті немає дірок, а в колективі є кілька людей, які бажають зайняти вакантне місце. Знайти людину, готову взяти на себе відповідальність за редакцію, яка переживає нелегкі часи, складніше. Можливо, багато хто скаже, що мені дуже пощастило, оскільки я пішов з посади редактора «Відлуння» у повній злагоді як зі своїм колективом, так і з вищим керівництвом. Хоча вирішити піти було дуже нелегко. Злиття загальнонаціональної редакції інформаційної служби «Відродження» і мережі кореспондентських пунктів пройшло безболісно, я знайшов своє місце в редакції, мої співробітники були задоволені мною і своєю роботою. Водночас я розумів, що не можна затримуватись у редакторському кріслі. Біля керма редакції «Відродження» я провів шість років. До цього майже вісім років я виконував різні керівні функції в редакції. Я знав, що настав час йти далі.

Посада редактора – не життєва місія. Коли ти починаєш розуміти, що затримався на одному місці, перестав розвиватись як фахівець і прагнеш чогось нового, настав час подумати про зміни. Це корисно як для тебе самого, так і для колективу, яким ти керуєш. І це стосується всіх рівнів керівництва. У цьому плані американська конституція геніальна – вісім років на чолі влади і прощайте!

Звичайно, знайти часові рамки для обмеження терміну діяльності редактора складно. Колись на Шведському радіо це практикували, але від цієї моделі з часом відмовилися, оскільки щоразу, коли «мандатний період» редактора завершувався, в редакції виникала досить нервова атмосфера. “Чи залишать, чи не залишать?” – мучився цим питанням редактор. Чим ближче дата завершення терміну керівництва, тим

більше підлеглі ставлять під сумнів рішення редактора, менше зважають на його авторитет. Це створювало додатковий фактор стресу. На практиці жоден із редакторів не залишив своє крісло в призначений термін. Когось звільнили, не дочекавшись призначеної дати, хтось пішов сам у приступі люті або через отримання нової роботи. Спроба заздалегідь обмежити термін перебування редактора на посаді не увінчалася успіхом. Найкраще найняти редактора на необмежений часом термін, але здоровий глузд і здатність тверезо оцінювати ситуацію повинні підказати керівнику, коли ж потрібно піти зі сцени.

Ще на самому початку своєї роботи редактором «Відлуння» я планував працювати на цій посаді від 6 до 8 років, не довше. За щасливим збігом обставин, саме на шостому році керівництва мені запропонували роботу на телебаченні кореспондентом інформаційної програми. Психологічно мені було б складно працювати журналістом у редакції «Відлуння» при новому редакторі, тим паче, що професія радіорепортера вже не була такою привабливою – я володів усіма її премудростями. Тому я сприйняв пропозицію стати кореспондентом інформаційної програми *Aktuellt* Шведського телебачення як подарунок долі.

Журналістська професія, напевно, належить до унікальних. Статус журналіста майже такий же престижний, як і в керівника. Багато редакторів повертаються на свою попередню стежу, що в журналістському середовищі сприймають цілком нормально.

Я думаю, що той керівник, який знає, що він може піти сам, не чекаючи, коли його «попросять», який знає, що він завжди може повернутися на своє попереднє місце, відчувається більш впевнено. Загалом ротація в межах однієї або різних редакцій є корисною для людей нашої професії. Хоча, звичайно, перехід може бути болісним. Тому журналістові, який ще недавно був редактором, важко змиритися з ситуацією, коли на посаді репортера він може керувати лише самим собою, та й то не завжди, без втручання в роботу інших.

Складно звикнути й до того, що ти черпаєш свою інформацію не з первинних джерел в ешелонах вищого керівництва, як це було під час роботи редактором, а раз на місяць на сторінках корпоративного видання. Сумує за минулим і гаманець, який суттєво спорожнів по закінченню редакторських повноважень. Робота редактора не лише відповідальна, а й надзвичайно цікава, оскільки дає тобі змогу розвивати організацію, керівником якої ти є, і розвиватися самому. Людина, яка пропрацювала журналістом усе своє життя, заслуговує на

всяку повагу. Але той, хто колись був керівником, навряд чи уникне спокуси керувати і надалі. Так сталося й зі мною. Пропрацювавши 10 років на телебаченні, я з задоволенням прийняв пропозицію очолити проєкт *SVT 24* – канал, який транслює важливі події політичного та суспільного життя країни. Звичайно, редакція *SVT 24* значно менша, ніж редакція «Відлуння», і навантаження на керівника тут не таке велике, що дає мені можливість час від часу виступати в ролі ведучого програми або журналіста, який проводить інтерв'ю в студії.

Найголовніше для мене те, що я не «зациклювався» на чомусь одному. Щоразу, змінюючи місце роботи або посаду, я вчився чогось нового. Це допомагає мені розвиватися як журналістові, як фахівцеві, який не боявся набути раніше. І це, мабуть, головне: я зберіг свободу!

Підвищення кваліфікації

Щоби співробітники могли розвиватися та рухатися службовою драбиною, в редакції повинна існувати чітка політика *підвищення кваліфікації*. Важливо не лише декларувати, що вона існує, але й сформулювати конкретні та зрозумілі завдання цієї політики, яка повинна базуватися на потребах співробітників, редакції та компанії загалом. Складаючи план навчальних заходів, необхідно виявити індивідуальні потреби працівників редакції. Успіх конкретного медіапродукту залежить від ступеня компетентності різних професійних категорій у редакції, тому резонно інвестувати гроші не лише в сучасне обладнання, а й у розвиток компетентності тих, хто відповідає за наповнення штальт газети, теле- та радіоефіру. Незважаючи на таку очевидну потребу в постійному вдосконаленні майстерності, лише невелика частина видавництв, радіо- та телекомпаній у Швеції виділяє значні кошти на проведення тренінгів і семінарів для своїх співробітників. У часи технічного прогресу та значних змін у всіх сферах життя суспільства цілком природно, що на навчальні заходи щорічно потрібно виділяти певну суму грошей. Важливо, щоб і співробітники редакції знали про те, що в редакції є кошти на це.

Редактор повинен прислухатися до думки журналістів, операторів, фотографів, верстальників та інших працівників редакції та їхніх

побажань щодо тем можливих семінарів або участі в конференціях та міжнародних тренінгах.

Далеко не всі заходи з підвищення кваліфікації дороговартісні і відривають співробітників від роботи на тривалий час. Іноді цілком достатньо участі в одноденній лекції або коротких майстер-класах. Обмін досвідом між колегами за чашкою кави або під час корпоративної вечері з запрошенням лектора також може стати джерелом нових знань та ідей. Ну, а кухоль пива стане додатковим бонусом для тих, хто вирішив пожертвувати своїм вільним часом. Сьогодні у багатьох країнах стає дедалі популярнішим так званий коучинг (інновації) або програми менторства, в рамках яких більш досвідчені співробітники навчають або консультують новачків.

Підвищення кваліфікації – важливий момент підвищення рівня професіоналізму в редакції.

Радіошкола «Відлуння» – хороший приклад планомірних зусиль із підвищення якості продукту журналістської праці в межах однієї редакції. І це не пов'язано з великими витратами. Заняття в радіошколі проводили, зазвичай, у вечірній час в неформальній обстановці. Редактор або керівник групи журналістів відбирав (на свій розсуд) кілька сюжетів за останній місяць і аналізував у присутності 4-5 репортерів редакції (авторів сюжетів). Після прослуховування матеріалів групі пропонували висловитись. Цікаво, що під час аналізу сюжетів обов'язковою була вимога висловлювати не тільки критику, а й похвалу, і запропонувати свої варіанти, як можна було б поліпшити матеріал. Не варто, однак, аналізувати ті сюжети, що вийшли в ефір напередодні або протягом минулого тижня. Чим більше часу минуло з моменту публікації матеріалу, тим менш болісно сприймає критику автор сюжету.

Радіошколи «Відлуння» вже давно немає, але багато співробітників редакції все ще згадують її, незважаючи на те, що сьогодні на Шведському радіо є відділ навчання та розвитку персоналу. Загалом ми часто не дооцінюємо значення можливості обговорити результати своєї праці в колі колег, хоча нерідко саме ця проста і дуже «дешева» форма зворотного зв'язку може стати імпульсом для підвищення журналістського мистецтва. Конструктивне спілкування з колегами сприяє не тільки підвищенню якості сюжетів або статей, а й згуртуванню колективу та створенню сприятливої атмосфери для конструктивної критики. Така форма роботи може стати ще ефективнішою, якщо у вас є можливість час від часу запрошувати на

такі зустрічі експерта ззовні, якого, оскільки він не має ніякого стосунку до вашої редакції, співробітники можуть сприймати як більш об'єктивного «оцінювача» матеріалів.

Сьогодні чимало досвідчених журналістів є лекторами, ведуть семінари в університетах та інститутах. Незважаючи на це, їх рідко залучають як тренерів у власній редакції. Але що може бути простіше, ніж використання власних ресурсів для підвищення кваліфікації молодих співробітників?

Керівництву варто мати план заходів з розвитку професійної компетентності в редакції. Позитивне ставлення до прагнення персоналу редакції зростати професійно – це інвестиція у майбутнє видання, телерадіокомпанії. Той, хто йде в ногу з часом, має більше шансів вижити в умовах жорсткої конкурентної боротьби на ринку ЗМІ. Багато редакторів бояться, що надто компетентного та освіченого репортера можуть переманити конкуренти або що він чи вона захоче переїхати до столиці. Цього важко уникнути повністю, проте редактор, який вітає та заохочує прагнення співробітників до професійного зростання, дає можливість рухатися службовою драбиною тим, хто проявляє ініціативу та має достатні знання, менше ризикує втратити хороших журналістів, ніж той, який будує перешкоди на шляху розвитку як окремих журналістів, так і редакції в цілому.

ЗАВДАННЯ

Студентам:

1. Обговоріть, якими характеристиками, на вашу думку, повинен володіти ідеальний керівник (редакції, організації)?
2. Як ви вважаєте, що входить у сферу відповідальності редактора в організації, і яка відповідальність співробітників редакції? Обговоріть у групі.
3. Складіть перелік критеріїв, за якими можна проаналізувати журналістський матеріал (статтю, радіо-чи телесюжет).

4. Обговоріть у мінігрупах, в якій формі найкраще висловлювати критику або похвалу авторові сюжету? Як ви розумієте вислів «конструктивна критика»?

Журналістам-практикам:

1. Складіть графічну схему вашої редакції. Яке місце особисто ви займаєте в цій структурі? Чи є в редакції чітка уява про те, хто за що відповідає?

2. Опишіть позитивні та негативні сторони редактора вашого видання. Що, на вашу думку, необхідно змінити у виданні або стилі керівництва? Як сприймає критику ваш редактор?

3. Наведіть приклади з вашої практики вдалих прикладів «розбору польотів» (аналізу передачі, номера і т. д.) та невдалих. Яку роль, на вашу думку, повинен відігравати в цьому процесі головний редактор чи редактор відділу?

4. Обговоріть з колегами питання про те, як поводитися, коли ваш матеріал розбирають/критикують?

5. Як ставиться ваш головний редактор до бажання журналістів редакції навчатися на курсах підвищення кваліфікації? Чи є у вашій редакції фонд для проведення заходів із підвищення компетентності співробітників?

Глава 4

ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЖУРНАЛІСТА

Конкретизація

Ототожнення

Новини розповідають про людей. Про тих, хто щось пережив, працює з чимось або про тих, кого безпосередньо зачіпають якісь рішення. Конкретизуючи своє повідомлення, журналіст надає аудиторії можливість знайти точки дотику з новиною.

Найлегше досягти ототожнення в так званих *подійних* новинах. Публіка хоче бачити і чути учасників події або інциденту. Передати інформацію про те, що сталося, репортер може словами свідка. Загибель парома «Естонія» восени 1995 року шокувала у Швеції всіх, але особливо глибоко вразила людей розповідь двох врятованих пасажирів – Сари і Кента. Їхні свідчення про пережиту трагедію дало людям можливість ототожнити себе з тими, хто був на борту «Естонії» в ту фатальну ніч.

Газета New York Times протягом тривалого часу публікувала портретні нариси про людей, загиблих у терактах 11 вересня та їхніх родичів. Цей цикл статей допоміг побачити конкретних людей і окремі долі в трагедії глобального характеру з тисячами загиблих. Десятки тисяч людей постраждали від цунамі, що насунулась на

Південно-Східну Азію. Однак найбільше вразили глядачів, читачів і слухачів розповіді про долі конкретних людей – про туристів, які втратили своїх рідних або друзів, про місцевих жителів, які в один момент залишилися без усього.

Розповідь про долю окремої людини допомагає глядачеві, слухачеві, читачеві ототожнити себе з новиною навіть тоді, коли йдеться не про катастрофи чи нещасні випадки. Аудиторії легше зрозуміти складні питання чи рішення політиків на прикладі окремої родини чи людини. Один з основних принципів журналістики – висвітлювати великі та складні явища і події на прикладі простих людей.

Розповісти про закриття пологового відділення лікарні можна словами жінки, яка очікує на народження дитини. Як вплине рішення політиків на неї? Як відобразиться закриття заводу на житті робітника та його родини? Як зміниться бюджет пенсіонера після підвищення тарифів на проїзд у громадському транспорті, підвищення квартплати? Розповіді простих людей про те, який вплив на їхнє життя мають рішення політиків чи влади, допомагають аудиторії пізнати себе і краще зрозуміти суть подій.

Перша сторінка газети

The New York Times

12 вересня 2001 года.

"All the News That's Fit to Print"

The New York Times

Late Edition
New York: Today, sunny, a few afternoon clouds. High 77. Tomorrow, slightly more humid. Low 63. Yesterday, sun, thin clouds. High 61. Yesterday, high 81, low 63. Weather map, Page C13.

VOL. CL. . No. 51,874

Copyright © 2001 The New York Times

NEW YORK, WEDNESDAY, SEPTEMBER 12, 2001

It reports the greater New York metropolitan area.

75 CENTS

U.S. ATTACKED

HIJACKED JETS DESTROY TWO TOWERS AND HIT PENTAGON IN DAY OF TERROR

A CREEPING HORROR

Buildings Burn and Fall as Onlookers Search for Elusive Safety

By N. R. KLEINFELD

It kept getting worse. The horror arrived in episodic bursts of chilling disbelief, signified first by trembling floors, sharp eruptions, cracked windows. There was the actual unadmittable realization of a gaping, flaming hole in first one of the tall towers, and then the same thing all over again in its twin. There was the merciless sight of bodies helplessly tumbling out, some of them in flames.

Finally, the mighty towers themselves were reduced to nothing. Dense plumes of smoke raced through the downtown avenues, coursing between the buildings, shaped like torpedoes on their sides.

Every sound was cause for alarm. A plane appeared overhead. Was another one coming? No, it was a fighter jet. But was it friend or enemy? People scrambled for their lives, but they didn't know where to go. Should they go north, south, east, west? Stay outside, go indoors? People hid in basements and each other. Some contemplated jumping into the river.

For those trying to flee the very epicenter of the collapsing World Trade Center towers, the most horrid thought of all finally dawned on them: nowhere was safe.

For several panic-stricken hours yesterday morning, people in Lower Manhattan witnessed the indescribable, the incomprehensible, the unthinkable. "I don't know what the gates of hell look like, but it's got to be like this," said John Mahoney, a security director for an Internet firm at the trade center. "I'm a combat veteran, Vietnam, and I never saw anything like this."

The first warnings were small ones. Blacks away, Jim Farmer, a film composer, was having breakfast at a small restaurant on West Broadway. He heard the sound of a jet. An odd sound — too loud, it seemed, to be

Continued on Page A17

A Somber Bush Says Terrorism Cannot Prevail

By ELISABETH BUMILLER with DAVID E. SANGER

WASHINGTON, Sept. 11 — President Bush vowed tonight to retaliate against those responsible for today's attacks on New York and Washington, declaring that he would "make no distinction between the terrorists who committed these acts and those who harbor them."

"These acts of mass murder were intended to frighten our nation into chaos and retreat, but they have failed," the president said in his first speech to the nation from the Oval Office. "Our country is strong. Terrorist acts can shake the foundation of our biggest buildings, but they cannot touch the foundation of America."

His speech came after a day of trauma that seems destined to define his presidency. Seeking to at once calm the nation and declare his determination to exact retribution, he led a country numbed by repeated scenes of carnage that "these acts shattered steel, but they cannot dent the steel of American resolve."

Mr. Bush spoke early today after returning from an evening across the country, as his Secret Service and military security teams moved him from Florida, where he woke up this morning expecting to command posts in Louisiana and Nebraska before it was determined the attacks had probably ended and he could safely return to the capital. It was a sign of the catastrophic

Continued on Page A4



AMERICAN TARGETS A ball of fire exploded outward after the second of two jetliners slammed into the World Trade Center less than two hours later, both of the 110-story towers were gone. Hijackers crashed a third airliner into the Pentagon, setting off a huge explosion and fire.

President Vows to Exact Punishment for 'Evil'

By SERGE SCHMEMMANN

Hijackers rammed jetliners into each of New York's World Trade Center towers yesterday, toppling both in a hellish storm of ash, glass, smoke and leaping victims, while a third jetliner crashed into the Pentagon in Virginia. There was no official count, but President Bush said thousands had perished, and in the immediate aftermath the calamity was already being ranked the worst and most audacious terror attack in American history.

The attacks seemed carefully coordinated. The hijacked planes were all en route to California, and therefore gorged with fuel, and their departures were spaced within an hour and 40 minutes. The first, American Airlines Flight 11, a Boeing 767 out of Boston for Los Angeles, crashed into the north tower at 8:48 a.m.

Eighteen minutes later, United Airlines Flight 175, also headed from Boston to Los Angeles, plowed into the south tower.

Then an American Airlines Boeing 757, Flight 77, left Washington's Dulles International Airport bound for Los Angeles, but instead hit the western part of the Pentagon, the military headquarters where 24,000 people work, at 9:03 a.m.

Finally, United Airlines Flight 93, a Boeing 737 flying from Newark to San Francisco, crashed near Pittsburgh, raising the possibility that its hijackers had failed in whatever their mission was. There were indications that the hijackers on at least two of the planes were armed with knives. Attorney General John Ashcroft told reporters in the evening that the suspects on Flight 11 were armed that way. And Barbara Olson, a television commentator who was traveling on American Flight 77, managed to reach her husband, Solicitor General Theodore Olson, by cell phone and to tell him that the hijackers were armed with knives and a box cutter.

In all, 286 people perished in the four planes and several score more were known dead elsewhere. Numerous firefighters, police officers and other rescue workers who responded to the initial disaster in Lower Manhattan were killed or injured when the buildings collapsed. Hundreds were treated for cuts, broken bones, burns and smoke inhalation.

But the real carnage was concealed for now by the twisted, smoking, ash-choked carcasses of the twin towers, in which thousands of people used to work on a weekday. The collapse of the towers caused another World Trade Center building to fall 7 hours later, and several

Continued on Page A11

Awaiting the Aftershocks

Washington and Nation Plunge Into Fight With Enemy Hard to Identify and Punish

By R. W. APPLE JR.

WASHINGTON, Sept. 11 — Today's devastating and unmitigated well-coordinated attacks on the World Trade Center towers in New York and on the Pentagon outside of Washington plunged the nation into a warlike struggle against an enemy that will be hard to identify with certainty and hard to punish with precision.

The whole nation — to a degree the whole world — shook as hijacked airliners plunged into buildings that symbolize the financial and military might of the United States. The sense of security and self-confidence that Americans take as their birthright suffered a grievous blow, from which recovery will be slow. The aftershocks will be nearly as bad, as hundreds and possibly thousands of people discover that friends or relatives died avoid, fiery deaths.

Scenes of chaos and destruction across of the nightmare world of Metropolitan Bush, with smoke and debris blotting out the sun, were carried by television into homes and workplaces across the nation. Echoing Franklin D. Roosevelt's description of the attack on Pearl Harbor as an event "which will live in infamy," Gov. George E. Pataki of New York, a Republican, spoke of "an incredible outrage" and Senator Charles E. Schumer of New York, a Democrat, spoke of "a dastardly attack."

But more words were inadequate vessels to contain the sense of shock and horror that people felt.

A sense of equilibrium, with warplanes and heavily armed helicopters circling overhead, past and present national security officials earnestly debated the possibility of a Congressional declaration of war — but against precisely whom, and in what exact circumstances? Warships were maneuvering to protect New York and Washington. The North American Air Defense Command, which had seemed to many a relic of the cold war, adopted a posture of alert.

Continued on Page A21

MORE ON THE ATTACKS

RESCUERS BECOME VICTIMS Firefighters who rushed to the trade center were killed.

SEARCH FOR SURVIVORS Some people trapped in the rubble for hours were rescued.

OFFICIALS SUSPECT BIN LADEN Eavesdropping intercepts after the attacks were cited.

TERRORISTS EXPLOIT WEAKNESS Investigators had criticized precautions against hijacking.

CASUALTIES IN WASHINGTON An unknown number of people were killed at the Pentagon.

PAGE A5

0 554613 0 37301

У вісімдесяті роки редакція новин «Відлуння» проОбговоріть, якими характеристиками, на вашу думку, повинен володіти ідеальний керівник (редакції, організації)?

1. Як ви вважаєте, що входить у сферу відповідальності редактора в організації, і яка відповідальність співробітників редакції? Обговоріть у групі.
2. Складіть перелік критеріїв, за якими можна проаналізувати журналістський матеріал (статтю, радіо- чи телесюжет).
3. Обговоріть у мінігрупах, в якій формі найкраще висловлювати критику або похвалу авторові сюжету? Як ви розумієте вислів «конструктивна критика»?

и Шведському радіо вирішила розповісти своїм слухачам про процес перетворення Телекомунікаційного відомства (*Televerket*) із застарілої установи на сучасне підприємство. Тема для радіо досить важка й абстрактна, однак дзвінок у редакцію незадоволеної абонентки допоміг зацікавити радіослухачів і знайти в цій ситуації себе. Слухачка Моніка Трегембо описала методи роботи *Televerket* – коли вона поскаржилася на неправильно виписаний рахунок за розмови, у неї відімкнули телефон. Її розповідь викликала цілу хвилю дзвінків у редакцію – багатьом слухачам історія Моніки нагадала їхній власний досвід спілкування з цим відомством. Конкретний випадок допоміг виявити великі вади в роботі *Televerket*.

Або ще один приклад. Міністр фінансів Швеції особисто подає проєкт державного бюджету до парламенту. Тепер, здійснюючи свою традиційну прогулянку від урядової Канцелярії до будівлі Риксдагу, він не несе гору папок – весь державний бюджет вмістився на флешці, яку міністр з гордістю показує журналістам. Ця конкретна деталь може зробити розповідь про складну тему – проєкт державного бюджету – більш доступною.

У політичних дебатах головна роль належить учасникам цих дебатів, тим, хто висловлює зауваження, вимоги, критику або пропозиції. Навіть з дуже абстрактної новини можна зробити цілком зрозумілу, «прив'язавши» її до учасників події. Якщо таких немає, то, напевно, є постраждалі або ті, кого *торкається* те, що відбувається. Відкривши компакт-диск з проєктом державного бюджету на комп'ютері, ми дізнаємося, що означає він для суспільства та який вплив становитиме на життя різних категорій громадян. Ідентифікація груп населення та окремих громадян, на яких *впливають* різні

політичні та економічні рішення, – одне з головних завдань журналістики.

Велике видно в малому

Конкретизація в журналістиці вимагає ототожнення, однак розповідь про когось чи про щось повинна бути частиною загальної теми. Розповідь про долю окремої людини повинна бути в контексті висвітлення більш масштабної події. У кожній темі варто приховано вказувати обставини, які розкриті на конкретному прикладі.

Коли Моніка Трегеμπο розповіла про те, які методи використовував *Televerket*, багато хто міг побачити в цій історії та ситуації себе. Виявилось, що ця жінка була зовсім не одна. Розповіді проповідника з північної Швеції та сотень інших слухачів із різних куточків країни допомогли довести, що погане ставлення до клієнтів було не винятком, а скоріше правилом у роботі телекомунікаційного відомства. Розповідь одного мешканця про дивний запах у його квартирі допомогла викрити недобросовісні будівельні компанії, які виконували будівельні роботи в такому поспіху, що клей і фарби не встигали висохнути, а це потім призвело до появи грибка.

Вступ В'єтнаму до СОТ можна описати на прикладі буднів одного села, більшість населення якого заробляє на життя вирощуванням рису. Сюжет про скасування пільг пенсіонерам може бути проілюстрований розповіддю літньої жінки з Твері. Питання про те, як міжнародні правила торгівлі впливають на Росію, може бути описане не столичним бюрократом, а людьми, які живуть на кордоні з Фінляндією, в районі, де розвинена прикордонна торгівля. Як вплинув вступ країн Балтії до ЄС на життя людей, можна розповісти устами жителя Литви, який поїхав на заробітки в Швецію, або підприємця, що розповідає про те, як позначилося приєднання країни до Європейського Союзу на його бізнесі.

Але якщо розповідь про конкретну людину чи випадок не є частиною загальної проблеми, не допомагає висвітлити більш значні питання чи викрити чинний лад, то новина втрачає свою *значущість* для аудиторії. Повідомляючи про конкретне, ми все ще повинні повідомляти про важливе. Вибираючи окремий приклад, ми повинні обґрунтувати, *чому* саме його обрали.

Драматургія розповіді

Одне з золотих правил техніки розповіді на радіо і телебаченні – почати оповідь з конкретного, щоб потім перейти до абстрактного. Спочатку репортер повинен дати документальне визначення проблеми, показати, в чому вона полягає, зацікавити аудиторію конкретним прикладом. Слухач або глядач, заглиблюючись у реальність, починає ставити собі питання: як таке могло статися і чому? Викликавши цікавість у аудиторії, репортер переходить до наступного етапу – роз'яснень. Якщо журналіст починає своє оповідання з абстрактного, аудиторія, не зрозумівши суті проблеми, втратить інтерес до сюжету і, скоріше за все, пропустить його. Починати потрібно з визначення проблеми, конкретно повинно передувати абстрактному!

Драматургічні прийоми на радіо, телебаченні та в пресі, звичайно, відрізняються. У газеті новини подають безпосередньо, без натяків. Газетна стаття найчастіше починається з найголовнішого і закінчується менш цікавими деталями частково для того, щоб її при верстці можна було скоротити без шкоди для змісту. Подача великих або важливих подій на радіо або телебаченні також відбувається прямо й активно, як і в пресі, а звичайний репортаж будують за принципами *драматургії розповіді*. Сюжет повинен мати добре продумані зав'язку, середину і кінець. Він відповідає розвитку подій або конфлікту. Скорочення в прямому ефірі кінцівки добре продуманого драматургічного репортажу у випуску новин рівнозначне невеликій катастрофі.

Драматургічні прийоми розповіді впливають на сприйняття аудиторією реальності. Це потужна сила, зловживання якою може перетворити її на зброю маніпуляції.

Репортерів та операторів ще на місці зйомки варто продумати та обговорити початок і завершення сюжету. Знімаючи короткий інформаційний матеріал, немає необхідності вдаватися до якихось особливих прийомів теледраматургії. Зазвичай, сюжети шведських програм новин починаються з кадрів, які представляють глядачеві об'єкт інтерв'ю. Зазвичай оператор робить «наїзд» камерою, а «відїзд» залишає для заключних кадрів.

Експозицією, що передує репортажу, ми не лише зацікавлюємо глядача, а й укладаємо з ним приховану угоду про те, про що йтиметься в сюжеті. Це допомагає *окреслити межі* обговорюваної теми, яких ми

повинні суворо дотримуватися. Не потрібно розпорошуватися – для сюжету достатньо однієї теми для обговорення.

Якщо репортаж починається з кадрів, що показують автомобільні затори на Центральному мості Стокгольма, то дотримуйтеся в матеріалі саме цієї теми; відхилення від неї, скажімо, розповідь про можливі затори на Ересунському мості після впровадження його в експлуатацію, збиває глядача з пантелику. Початкові кадри сюжету та супутній йому текст – це своєрідна драматургічна *принадність*, яку оповідач підкидає глядачеві, натякаючи на подальший розвиток подій і привертаючи увагу. Ці кадри не повинні виходити за межі контексту сюжету, крім того, їх потрібно розвинути в продовженні матеріалу. За законами логіки, показавши міністра фінансів, що прямує з проектом державного бюджету до Риксдагу, варто наприкінці сюжету показати, як він відчиняє двері й заходить до будівлі Парламенту. Один із можливих варіантів закінчення такого сюжету – міністр фінансів сідає у своє крісло в пленарному залі Риксдагу після того, як передав проект державного бюджету спікерові. Розповідь повинна мати логічну основу.

Репортер повинен володіти прийомами, властивими ораторському мистецтву, навчитися їх застосовувати і в жанрах телебачення. *Метонімія* – це фрагмент цілого, це образне означення предмета або людини за однією з його ознак. З багатьох причин у телевізійному сюжеті ми можемо показати лише окремі епізоди того, що відбувається, за допомогою яких глядач має уявити собі ціле. Кадри і звук допомагають глядачеві уявити реальність. Кіно- і телефільми навчили глядача тлумачити мову кадрів. Показуючи крупним планом пальці на спусковому гачку, ми даємо глядачеві зрозуміти, що це – рука стрільця, не показуючи його самого в кадрі. Якщо в кадрі з'являється чоловік із букетом червоних троянд у руці, тривожно озираячись на годинник, а за кадром звучать повідомлення різними мовами і чути повідомлення з гучномовця про прибуття літака, то зрозуміло, що чоловік зустрічає в аеропорту свою кохану.

Метафора – це образне вираження поняття. Метафора – знаряддя поета, яке з успіхом може бути використане в телевізійній журналістиці. Те, що хтось голодний як вовк, упертий як осел або мудрий як сова можна показати візуально. Тремтлива рука, яка гарячково стискає пляшку, в репортажі може стати символом соціальної політики. Пісочний годинник може символізувати тлінність життя. Кадри зів'ялої троянди² часто шведські репортери

² Троянда – символ соціал-демократичної партії Швеції (*Прим. ред.*).

використовують у сюжетах про втрату соціал-демократами симпатій виборців.

Чіткість

Щоб матеріал був зрозумілим аудиторії, журналістові не достатньо конкретизувати повідомлення та використовувати символи для втілення новини. Необхідно, щоб він знав тему обговорення. Лише той, хто сам розуміє те, що відбувається, може чітко та зрозуміло розповісти про це іншим. Репортер повинен бути ерудованим і теоретично підготовленим до завдання.

Замало лишень скороминушого згадування про те, що в основі події, і до чого вона може призвести. Розповідь про її причини та можливі наслідки повинна бути центральною в інформаційному повідомленні, вона повинна розкривати сутність того, що відбувається. Лише тоді в аудиторії з'являється можливість цілісного сприйняття сюжету, з передісторією та логічним розвитком події.

Абстрактним цифрам необхідно надати конкретний зміст. Чи багато глядачів або слухачів уявляє собі, що таке 230 гектарів землі? Скільки саджанців можна було б посадити на цій площі? Скільки часу займе ця робота, якщо її виконують двоє людей? Що таке мільйон доларів і скільки кухлів пива можна випити на ці гроші? Скільки часу потрібно, щоб випити таку кількість пива? Чим більші величини, тим більш абстрактні вони для людей. Хто за лічені секунди може уявити собі, що таке 120 мільярдів доларів?

Під час однієї зі своїх виборчих кампаній колишній прем'єр-міністр Улоф Пальме згадував на своїх зустрічах із виборцями величезний дефіцит державного бюджету, який соціал-демократи успадкували від буржуазного уряду. Перед кожним виступом Пальме намагався витлумачити абстрактну мову цифр «людською мовою», доступною масовому сприйняттю. Він пояснював, скільки потрібно купюр номіналом по сто, щоб заповнити цей борг, і на скільки кілометрів простягнулася б лінія, викладена з них. Цікаво, що в

кожному місті він використовував ті орієнтири, які характерні для цієї місцевості або регіону.

За допомогою прийомів риторики та власної фантазії репортер може показати незрозумілі абстрактні числа або поняття з допомогою конкретних образів, щоб допомогти аудиторії правильно зрозуміти використані в сюжеті величини.

Бути в центрі подій

Телебачення та радіо — зображальні засоби масової інформації. Записавши події на плівку, ми можемо розповісти про них нашій аудиторії з допомогою кадрів та звуків. Глядачі і слухачі стають очевидцями подій, про які читачі, зазвичай, дізнаються значно пізніше.

Ця глава присвячена техніці роботи теле- та радіожурналіста із записом репортажу з місця події. Сьогодні радіожурналіст — і технік, і звукооператор в одній особі, що вимагає від нього вміння вести запис і робити монтаж. Тележурналістам у роботі допомагають оператор і режисер відеомонтажу, і, тим не менше, журналістові теж необхідно мати уяву про тонкощі цих професій. Спільним для радіо і телебачення є той факт, що найкращі сюжети створюються тоді, коли події розгортаються на очах у репортера, іноді з несподіваними поворотами, а він не перешкоджає, а стежить за їхнім розвитком.

Не шукайте легких шляхів. І в дощ, і в холод радіожурналіст повинен виходити на завдання, залишаючи теплу і затишну редакцію, інакше його робота перетвориться лише на запис студійних матеріалів та інтерв'ю по телефону. Телерепортер не повинен спрощувати своє життя, лише готуючи тексти на основі архівних зйомок. Наше завдання — бути там, де щось відбувається!

Телевізійний репортаж

Зазвичай, телевізійному журналістові частіше доводиться залишати стіни редакції, ніж радійному репортерові. Телебачення — візуальний засіб, журналістові потрібні кадри з місця події і, за можливості, гарні, що часто позначається на специфіці відбору новин в редакціях на телебаченні. Невдалі або нудні кадри про важливу новину можуть стати причиною того, що її витіснить інша, менш важлива, але краще проілюстрована. Це, на жаль, реальність телевізійної журналістики.

Можливість вести оперативні зйомки в епіцентрі подій перетворює телебачення на неперевершений у багатьох сенсах засіб передавання інформації. Автентичні кадри, що демонструють реальність, закарбовуються в пам'яті глядача, допомагають йому

простежити розвиток подій і зрозуміти, що сталося. Це саме те, до чого потрібно прагнути. Телебачення повинно бути засобом передавання новини мовою кадрів, а не текстового повідомлення, ілюстрованого відеорядом.

Робота в редакціях новин на телебаченні вимагає від журналіста вміння працювати в команді. Радіореporter найчастіше працює на завданні на самоті – він журналіст, звукорежисер і монтажер в одній особі. Сьогодні все частіше працюють наодинці і телевізійники. Тепер робочими обов'язками відеожурналіста є запис звуку і зображення, монтаж і традиційна робота репортера. Але знімальні групи все ще існують.

Репортер, оператор і режисер відеомонтажу повинні працювати в тісному контакті на виїзді і під час обробки знятого матеріалу, лише тоді вони справді можуть розповісти щось важливе і цікаве своїй аудиторії. Однак, в умовах стресу та жорсткої нестачі обладнання і персоналу, нам часто доводиться задовольнятися найпростішими, раціональними та подеколи тривіальними рішеннями.

Водночас сучасні цифрові технології сьогодні дають можливість будь-якому перехожому, туристові чи роззяві, озброєним цифровою камерою або мобільним телефоном з камерою, тимчасово перетворитися на журналіста. Чимало унікальних кадрів були зняті і показані широкій громадськості завдяки зйомкам, які зробили очевидці трагічних чи комічних подій.

"Прокляття ходуна"

У багатьох редакціях не припиняються дискусії про можливість оновлення загальноприйнятих сьогодні методів роботи. Ряд кадрів, які показують людину, яка йде нам назустріч, норвезькі журналісти називають словом *geing*, що можна перекласти як *ходун*. Критики в якійсь мірі мають рацію, коли називають цей прийом телевізійної драматургії "прокляттям ходуна". Сцени з людиною, як прямує коридором – це постановка, що здійснюється спільними зусиллями репортера і оператора. Мізансцени створюють дещо неестетичні взаємини між знімальною групою та інтерв'ююваним. Репортер і оператор з суворих критиків перетворюються на режисерів. Вони дають бідоласі вченому чи міністру вказівки, як він має йти – повільно чи

швидко, куди йому дивитися – в камеру чи в бік від неї, як йому відчинити двері і як краще сісти за стіл.

Пройти коридором назустріч увімкненій камері, відчинити двері, зайти в кабінет, сісти за стіл і при цьому виглядати натурально й невимушено набагато складніше, ніж це здається на перший погляд. Не раз це вимагає багатьох дублів, не лише тому, що операторові потрібно зняти різні плани, а й тому, що об'єкт інтерв'ю діє недостатньо природно, збивається з ходу, забуває дані йому вказівки, починає нервувати. Міністр, учений чи директор підприємства з відповідальної особи перетворюється на артиста-аматора, а репортер – на домашнього режисера: "Так, ще разочок! Пане директоре, не могли б ви йти трохи повільніше і намагатися не дивитися в камеру!"

З етичного та професійного погляду, більш прийнятна спонтанна робота в умовах реальної дійсності. Варто намагатися знімати те, що є нормальним у буденному житті героя інтерв'ю. Сумнівно, що міністр чи професор на роботі бігають туди-сюди порожніми коридорами.

Професор протягом дня, напевно, викладає, працює за комп'ютером, читає довідкову літературу, щось записує або підраховує. Міністр, можливо, виступає з доповіддю, зустрічається з виборцями, бере участь у різних засіданнях. Будь-які природні дії героя інтерв'ю, безумовно, кращі за постановочні.

Це правило стосується й роботи фотокореспондентів газети. До речі, нерідко світлини до статей виходять більш вдалими, ніж текст. Поки журналіст працює з об'єктом інтерв'ю – ставить питання, записує відповіді, фотокор може займатися своєю справою, щоби створити під час інтерв'ю уяву про інтерв'юваного як про людину. По закінченню інтерв'ю у фотографа є можливість зробити портретні знімки.

Стендап (Stand Up)

Норвежець говорить *фьесінг*, шведи – *стоуп*, англомовні журналісти – *стендап*. Усі три слова означають одне й те саме – репортаж із місця події. Десь на задньому плані триває війна, а перед глядачем – репортер, який розповідає про те, що відбувається в гарячій точці або на місці події. Вести зйомку в зоні бойових дій, де

розриваються гранати та чути стрілянину, – небезпечно, тому репортер змушений заповнювати екран собою.

Не можна заперечувати, що найкращими телевізійними сюжетами є ті, в яких новину передано мовою кадрів. Але за деяких обставин «стендап» несе важливу функцію і може стати найкращим рішенням. Йдеться про ті ситуації, коли:

- Немає відеоряду, який може проілюструвати розповідь репортера.

- Необхідно зробити чіткий і гнучкий перехід від однієї частини матеріалу до іншої.

- Потрібно «поставити» репортера в незвичайну обстановку. У цьому випадку зйомка має відбуватися на місцях, які можуть стати джерелом додаткової інформації до сказаного репортером. Дуже важливу роль відіграє фон, тому кореспондент має стати частиною події. Обриси незнайомого міста, сліди дорожньо-транспортної пригоди, наметове містечко для біженців, руїни села, що постраждало від бомбардувань... Фоном може слугувати все, що завгодно. Тільки не бетонна стіна!

- Репортер намагається проаналізувати те, що відбувається, пояснити підґрунтя події. Звертаючись з екрану безпосередньо до глядачів, допомагає йому досягти більшої довіри до своїх слів.

- Репортер сам щойно був учасником якоїсь події або щось пережив і намагається описати абстрактні почуття, запахи, обстановку.

- Потрібно продемонструвати щось: «У мене в руках чорна скринька з літака ХХ, рештки якого так довго не могли знайти...».

З погляду композиції кадру, під час зйомки *стендапа* є практично необмежені можливості. Репортер може йти назустріч камері, розповідати стоячи, сидячи і навіть... лежачи. Його можна зняти в дії. Він може з'явитися в кадрі абсолютно раптово, його можна зняти «наїздом» або панорамно. Від'їзд камери від репортера, який відкриває незвичайну обстановку на задньому плані, глядач може сприйняти як певний сюрприз. Репортер, що говорить прямо в камеру, має знайти для себе ту точку, на якій він може зафіксувати погляд, щоб досягти контакту з глядачами.

Радіорепортаж

Якщо телевізійний журналіст ризикує *стендапом* заступити собою події, то радіожурналіст, повідомляючи з місця подій, підтверджує свою присутність там. У радіожурналістиці цей метод називається не *стендапом*, а *прямим репортажем*. На практиці це означає, що репортер експромтом описує те, що відбувається, обстановку навколо, свої почуття чи емоції навколишніх. Він розповідає про пожежу або нещасний випадок безпосередньо в мікрофон, аудиторія чує на задньому фоні інші голоси, крики, шум або сирени машин швидкої допомоги. Живий репортаж – це спосіб надати слухачеві можливість стати свідком події, що описана у репортажі. Репортер у словесній формі створює візуальні образи. Тому іноді радіо також називають образотворчим засобом передавання інформації. Мікрофон – це, по суті, те ж саме, що й камера! З допомогою голосу та інфошумів ми малюємо для слухача картинку, допомагаємо їм створити образне уявлення про ту чи іншу подію.

Нові технології в багатьох випадках допомагають у роботі радійників, але іноді можуть зіграти злий жарт. Несмак відчувається й у фальшивих репортажах, коли журналіст просто щось прочитав у студії та міксував усе це на звукову підкладку, наприклад, на шум вулиці.

Більшість методів роботи телевізійної знімальної групи на місці події можуть використовувати і радіожурналісти. Спонтанна та яскрава розповідь в радіоефірі про те, що відбувається, компенсує відсутність можливості зафіксувати розвиток подій на камеру. Але, звичайно, репортер, який без підготовки розповідає своїм слухачам про те, що відбувається навколо нього, повинен бути спостережливим, мати талант оповідача, вміти вживатися в те, що відбувається довкола.

Обстановка

Підбираючи місце для проведення інтерв'ю, намагайтеся, щоб обстановка була якомога більш природною і водночас захопливою. Відеоряд як джерело додаткової інформації до змісту самого інтерв'ю повинен викликати емоції. Те, що на задньому плані, за спиною інтерв'юера, часто може мати символічне значення. Глядачеві цікавіше дивитися розмову з директором атомної електростанції, зняту не в його

робочому кабінеті, а на фоні реактора, який найближчим часом закриють. З директором управління залізничного транспорту, який просить знести історичну частину міста, щоби прокласти нову залізничну гілку, краще спілкуватися там, де відкривається вигляд на залізницю. Місце проведення інтерв'ю також впливає на настрої як репортера, так і респондента.

Важливі не тільки обстановка навколо інтерв'ю або місце його проведення, а й задній план. Якщо всесвітньо відомий хірург дав згоду на інтерв'ю в операційній, недоречно знімати його, стоячи спиною до білої лікарняної стіни, набагато краще зняти його на фоні операційної (за умови, що в цей момент не проводиться операція).

За композицією, потрібно забезпечити за інтерв'юером більш темну чи світлу пляму, щоб зображення на екрані не здавалося плоским. Обличчя повинно бути освітлене променем світла, що падає спереду. Мінімальний рівень освітлення, принаймні на лічені хвилини, можна знайти завжди. Іноді маленької лампочки камери або відбитого світла в найближчому оточенні цілком достатньо.

Кадр може бути трохи крупніший за середній. Плече або груди – хороша межа для нижнього краю кадру. Бажано, щоби глядач бачив обидва вуха інтерв'юера. Оператор і репортер повинні стояти якомога ближче один до одного, щоб обличчя співрозмовника було в кадрі, коли той, відповідаючи на питання, дивиться на репортера.

Під час бесіди задній фон повинен, за можливості, залишатися незмінним. Знімаючи інтерв'ю з фермером на полі, стежте за тим, щоб тракторист, який працював за спиною об'єкта інтерв'ю, або корови, що пасуться поблизу, залишалися в полі зору. У той же час задній фон не повинен відволікати увагу глядача. Якщо ваш співрозмовник стоїть спиною до квіткового горщика, переконайтеся, що в кадрі це не виглядає так, ніби на голові відповідального працівника або відомого вченого росте кактус. Рамка картини, що висить позаду, не повинна обрамляти його голову.

Газетяр повинен використовувати диктофон. Сьогодні за цілком доступною ціною можна купити диктофон, наповнений багатьма корисними функціями, що дають можливість, наприклад, перекачати записаний матеріал на комп'ютер, або робити мітки під час запису, щоби згодом легко знайти важливі пункти в інтерв'ю (функція «електронних міток»).

Інтерв'ю краще брати не в студії, а у звичній для вашого співрозмовника обстановці. У рідних стінах інтерв'юований відчуває себе трохи впевненіше і розкутіше, незважаючи на присутність журналіста або телерепортера й оператора. До того ж, інтерв'ю, записане на місці, виходить більш природним – на задньому фоні чути крик чайок, мукання корів, цокання годинника або гул людей, а це створює відповідну атмосферу.

Для слухача ці звуки є підтвердженням реальності подій і пробуджують до життя фантазію, але фонові звуки, звичайно, не повинні перешкоджати сприйняттю бесіди і відволікати увагу аудиторії. Бесіда на тлі гучного плачу дитини або роздираючого душу скреготу дратують слухача або наводять його на зовсім інші роздуми – що там відбувається, чому малюк так ридає? Що це так скрегоче?

Захоплюючись інфошумами, не забувайте про те, що пізніше доведеться монтувати плівку. Цокання старовинного годинника з маятником створює атмосферу домашнього затишку, але під час монтажу запису, після того, як окремі шматки доведеться вирізати, цокання може перетворитися на нерівномірний хід зламаного годинника. Музика на фоні інтерв'ю – ефектний прийом, але такий запис практично не можна монтувати. Тому іноді краще знайти більш спокійну обстановку для бесіди.

Звук дуже важливий і на телебаченні, адже він підсилює емоційне сприйняття того, що глядач бачить на екрані. У телевізійних сюжетах інфошуми менше відволікають увагу, оскільки глядач, зазвичай, бачить джерело походження звуку.

Реконструкція новин

Між журналістами не припиняються дискусії про те, наскільки прийнятний в інформаційній журналістиці метод реконструкції – відтворення якогось інциденту за допомогою репортерів і артистів. Коли і наскільки виправдане використання цього прийому? І чи потрібно взагалі ілюструвати розповідь про злочин чи нещасний випадок постановочними кадрами? Цей метод досить широко використовують на комерційних телеканалах багатьох країн світу. Шведське телебачення вдається до методу реконструкції досить рідко.

Отже, уявімо собі, що пограбували банк, поліція оголосила у розшук злочинців. У момент пограбування на місці злочину знімальної групи не було, та й бути не могло. Співробітники редакції або артисти крок за кроком відтворюють перед камерою драму, відтворену на основі розповідей поліцейських та очевидців. На екрані телевізора ця сцена виглядає ефектно і захопливо, але наскільки вона відповідає дійсності?

Редакції, які зацікавлені зберегти довіру з боку глядачів до своїх програм, повинні відмовитися від таких реконструкцій. Кадри, що супроводжують інформаційний сюжет, повинні бути автентичними. Ретушовані кадри бомбардувань Бейрута, розповсюджені інформаційним агентством *Reuters* влітку 2006 року, викликали гнів і протести світової спільноти. На одній із фотографій за допомогою програми-фоторедактора були змінені наслідки ізраїльського бомбардування Бейрута. На іншій – ізраїльський винищувач, який вистрілив термопастки для ракет, нібито завдає ракетно-бомбового удару. *Reuters* довелося вибачитися за публікацію кадрів, які надіслав до редакції арабський кореспондент із Лівану, а співпрацю з ним припинили.

Редакції інформаційних програм повинні виробити чіткі правила, що обмежують використання постановочних кадрів у новинах. Такі правила, що забороняють використання спотворених і фальсифікованих фотографій, є у друкованих засобах масової інформації.

Сучасна цифрова техніка дозволяє маніпулювати відеорядом так само легко, як і фотографіями. Чим більше можливостей фальсифікації або спотворення реальності надає нам новітня техніка, тим більш рішуче ми повинні відмовитися від них.

Репортер повинен прагнути демонструвати і фіксувати реальні події, а не намагатися штучно відтворити те, що сталося, ризикуючи тим самим затулити від глядачів реальність своїми уявленнями про неї.

Берегти культуру мови!

У порівнянні з газетними, теле-/радіожурналісти мають більше свободи у творенні свого матеріалу. Редактор або відповідальний секретар газети іноді може змінити статтю журналіста майже до невпізнаності вилученням одного або кількох абзаців, зміною

заголовка, підбором знімків на власний розсуд. На радіо або телебаченні виступ репортера, що звучить в ефірі, змінити неможливо. Тут сприйняття та розуміння тексту слухачами і глядачами пов'язані зі способом подачі матеріалу. В електронних засобах для досягнення ефекту дуже важливий голос. За допомогою голосу та інтонації репортер може передати почуття і виділити найважливіше в своєму тексті. На радіо голос – це графіка.

Мова і голос не менш важливі і на телебаченні. Саме звучання залежить, звичайно, від тренування і техніки постановки голосу, але не менш важливими факторами є впевненість у собі і ступінь професійної підготовки репортера. Як би нам не було прикро це визнавати, але починати працювати в ефірі завжди складно. Добре поставлений голос – зовсім не гарантія успіху. Журналіста-початківця можна впізнати за невпевненістю тону, страхом помилитися, що відчувається в голосі. Але той, хто усвідомлює, що через це потрібно пройти, може скоротити болісний період спроб і помилок.

Як не дивно, але прослухавши зведення новин різних радіостанцій світу, ми і без знання мови зможемо безпомилково відрізнити, наскільки неприродно звучить голос ведучого. Слухачі, зазвичай, мають свою уяву про певний стиль читання новин. Саме тому нам доводиться дотримуватися рівноваги між традиційним способом подання інформаційного матеріалу та індивідуальним стилем роботи. Хоча, може, вже час порушити усталений колись порядок роботи з мікрофоном?

Той, хто хоче працювати на радіо або телебаченні, повинен навчитися володіти голосом. Це мистецтво неможливо опанувати лише з підручників. Голос – інструмент репортера, над його постановкою потрібно серйозно працювати і вчитися використовувати всі його можливості. Тому на початковому етапі не лише важлива, а й просто необхідна допомога професіонала.

Усні новини

У Швеції більшість радіо- та телерепортерів – колишні газетярі. Зробити сюжет для радіо чи телебачення – це далеко не те саме, що написати інформаційну замітку для газети, адже ефірні новини аудиторія слухає, а не читає.

Інформаційне повідомлення, написане для преси та прочитане вголос, зазвичай слухач сприймає як щось незрозуміле. Газетна стаття більш сконцентрована і наповнена різними фактами, а ефірний текст інформаційно менш насичений, щоби слухачі могли сприйняти та засвоїти зміст сюжету.

Гарна вправа для відпрацювання навичок роботи в ефірі – читання вголос написаних текстів до запису. Такий крок дає змогу розпізнати місця, сформульовані невдало або «неєфірно».

Текст/сценарій для радіо і телебачення

Тексти коротких інформаційних повідомлень повинні бути записані повністю. Довгий сюжет звучить в ефірі набагато краще, якщо ви сформулюєте на папері лише загальні тези свого виступу, без дослівного відтворення слово в слово.

Під час записування свого тексту на папері можна використовувати пропуск або тире для позначення паузи в тексті, ВАЖЛИВІ або КЛЮЧОВІ слова в реченні можна виділити великими літерами або підкресленням слова. Це полегшить розстановку наголосів у реченні та пошук правильної інтонації під час читання тексту перед мікрофоном. Символи та зображення краще розшифровувати в словесній формі. Читаючи текст, неважко спіткнутися на # \$ % & @ /. При написанні тексту намагайтеся уникати скорочень, таких як і т.д., т.н., і т.п.

Постарайтеся не використовувати в тексті й інші скорочення, наприклад, ЄЕС, ЄС, ФКС, МСЕ, ЕКАДВ, ЄОУС, СПУ, БМР, НДР, МВФ, ЕСКАТО та ін. Якщо без них не обійтися, розшифруйте їхнє значення. Не забувайте і про те, що почути по радіо різницю між ЄЕС і ЄС практично неможливо.

Цифри, особливо ті, що позначають великі величини, легше прочитати, коли вони записані в словесній формі. Прочитати текст: «Для перемоги на виборах йому не вистачило однієї тисячі ста тридцяти двох голосів», звісно, простіше, ніж: «...йому не вистачило 1132 голосів». У рукописі краще писати пів до дванадцятої, ніж 11.30. Не потрібно використовувати в тексті для радіосюжету астрономічні величини. Якщо ж без цього не обійтися, намагайтеся округлити їх – не треба говорити «бюджет передбачає виділення 580 мільйонів 732

тисячі на соціальні потреби», слухачеві набагато легше сприйняти і запам'ятати «близько шести сотень мільйонів...».

Не плутайте відсотки та відсоткові ставки. Коли у результатах опитування громадської думки вказано, що симпатії до партії соціал-демократів впали з 33% до 29%, це означає, що партія втратила 4 відсоткові пункти, а не 4 відсотки. Те ж саме опитування може показати, що за ліву партію сьогодні готові голосувати не 4%, як рік тому, а 8% виборців, це означає, що симпатії зросли не на 4%, а на 100%. Такі помилки мають місце доволі часто, особливо в репортерів-початківців.

Сценарій телевізійного сюжету писати, зазвичай, складніше, адже він включає не лише текст репортера, а й опис відеоряду. Сьогодні існують різні програми для персональних комп'ютерів, які дають можливість спростити і полегшити процедуру складання сценарію та монтажного листа.

Говорити в ефірі

Виступаючи перед камерою або ж мікрофоном, репортер має залишатися самим собою. Уникайте монотонності у своїх сюжетах та програмах, проявіть своє «я» в роботі з матеріалами. Потрібно вміти *розповідати* слухачеві або глядачеві, а не дослівно читати свій текст із паперу. Вміння імпровізувати особливо важливе для радіорепортера. Гарний спосіб роботи з текстом – прочитати його кілька разів вголос до початку запису своєї промови на плівку. Це допомагає краще усвідомити семантичне значення слів та зміст сюжету в цілому. Викресліть зайві слова. Не забудьте засікати час – редактора програми цікавить хронометраж кожного сюжету.

Мова радіо- та телерепортерів повинна бути різноманітна. Будь-які повторення дратують слухача або глядача. Гарна звичка – мати під рукою словник синонімів або пошук синонімів в інтернеті. Потрібно оволодіти мистецтвом урізноманітнювати текст.

Читаючи текст перед записом, перевірте правильність добору слів і висловів. Складні поняття або неточні описи ускладнюють розуміння змісту. Порядок слів у реченнях має бути прямим, не варто використовувати інверсію або перевантажувати текст складними зворотами та складнопідрядними конструкціями. Побудова фраз повинна бути проста, з чіткими логічними зв'язками.

Якщо читач пропустив щось або не зовсім зрозумів суть якоїсь фрази, у нього є можливість повернутися і перечитати попереднє речення чи абзац ще раз. У глядача або слухача такої можливості немає, тому речення повинні бути простими та зрозумілими і не давати підстав для помилкового сприйняття тексту. Важливі факти і дані можна повторити кілька разів, але, вказуючи посаду та титули, потрібно бути лаконічним. Звісно, виникає певна суперечність між повнотою інформації та зрозумілістю усного мовлення. А втім, у контексті інформаційного сюжету достатньо сказати «професор медицини» замість «декан медичного факультету університету Упсали, головний лікар такої-то лікарні, професор імунології, зі спеціалізацією в...». Навряд чи слухачеві вдасться запам'ятати всі ці титули. Ніколи не починайте сюжет із згадування незнайомого людям імені. Найчастіше це призводить до блокування уваги слухача.

Радіореporter повинен навчитися говорити експромтом, вміти спонтанно описати події або місце, де він перебуває. Це – вміння спортивних коментаторів. Але ж будь-якому репортеру іноді, хоча й не так вже й часто, доводиться говорити без підготовки. Це можливо опанувати, описуючи для себе найбуденніші, щоденні заняття – поїздку в метро, похід до магазину на дискотеку тощо. Мистецтво імпровізації вимагає ретельної підготовки.

Табу

Очистіть свою мову від модних і порожніх слів, а також слів-паразитів, які мають тенденцію вкорінення в мові радіо- і тележурналістів. Слова на кшталт “*типу*”, «*як би*», «*ну і*» – приклад таких «бур'янів». Нудьгу навіюють на слухачів сюжети, що починаються з означення часу: «*Це сталося о другій годині дня...*». Уникайте використання штампів.

Таксисти матюкаються, бюрократи висловлюються канцелярською мовою. Репортер повинен протистояти спокусі пристосуватися до того мовної середовища, в якому він перебуває. На жаль, досить часто співрозмовник передає нам свою манеру говорити. Спілкуючись із посадовою особою, кореспондент раптово починає використовувати високологі вислови і штампи, в інтерв'ю з молодим технологом переходить на жаргон і терміни, незрозумілі іншим.

Журналіст повинен навчитися бути самим собою, незалежно від того, з ким він спілкується.

Будьте обережні з оцінними висловлюваннями, що мають пропагандистський характер. Їхнє використання сприяє навішуванню ярликів. Репортер повинен усвідомлювати семантичне значення та оцінні характеристики слів, які він використовує. Висловлювання *борець за свободу*, *повстанець*, *сепаратист* та *терорист* мають різні відтінки і значення. Обмеження конкурентоспроможності малих і середніх підприємств, створення картелів та міжнародних синдикатів великі підприємці називають красивим словом «синергія». Безробітних та звільнених із посад людей дехто чомусь вважає «тими, хто у вимушеній відпустці». Для поліції бар'єри, які використовують під час вуличних заворушень, – «захисні споруди».

Будьте обережні до високопарних слів і риторичних прийомів політиків. Як міцно закріпилося поняття «військовий альянс» стосовно союзних військ в Іраку! Проте не важко здогадатися, звідки взялися ці аналогії. Згадайте «Зоряні війни» та «Альянс повстанців» – групу сміливих борців за свободу, які в цьому фільмі уособлюють добро. Чотири партії буржуазного крила шведської політики об'єдналися напередодні виборів 2006 року в «Альянс правих сил», поцупили назву в «Зоряних війн» та помаранчевий колір в української опозиції.

Цікавий приклад того, як використання оцінних висловлювань може впливати на формування громадської думки – дебати навколо нового методу вирощування соєвих культур. За допомогою генетичної інженерії рослини виробляють стійкість до деяких видів пестицидів. Противники цього методу у своїх виступах використовують терміни *генна маніпуляція* та *генетично модифіковані* продукти харчування. У неосвіченої людини ці висловлювання викликають відчуття неприязні, нова технологія трохи загрозлива. Представники харчової промисловості говорять про *генетичні зміни* та *модифікації* соєвих культур. Прихильники нової технології використовують словосполучення *генетично покращені* продукти. З допомогою вибору слів, отже, можна оцінити певне явище. У своєму тексті журналіст повинен використовувати нейтральні висловлювання і не займати позицію жодної із сторін у цьому питанні.

Викресліть всі зайві слова в тексті: «У кадрі, справа від короля Карла шістнадцятого Густава, ми бачимо королеву Сільвію». Для глядача інформація про те, що хтось є у кадрі, зовсім зайва, адже це очевидно.

Об'єктом моєї особистої антипатії є вислів *так звані*. Журналіст, який не вміє пояснити слухачеві або глядачеві значення складного явища або терміна, використовує ці два слова. «Критики *так званої* конвергенції» – за цією фразою можна розпізнати лінивого репортера, який не прагне з'ясувати, що таке конвергенція і як пояснити це своїй аудиторії. Це приклад справді поганої журналістики. Або ж приклад *так званої* журналістики!

Анонс програми і підводка

Анонс і підводка програми в електронних медіа – це еквіваленти газетному заголовку і ліду. Анонс описує новини в загальних рисах, без деталей, щоби зацікавити слухача сюжетами програми.

У програмі новин під час анонсу можна показати фото незнайомої нам жінки. Кадри супроводжує текст ведучого інформаційного випуску.

**СЬОГОДНІ ВОНА СТАЛА ЛАУРЕАТОМ НОБЕЛІВСЬКОЇ ПРЕМІЇ. ВІРШІ У
ВИКОНАННІ АВТОРКИ ТРОХИ ЗГОДОМ У НАШІЙ ПРОГРАМІ.**

Почувши це, глядач робить висновок, що незнайома широкій публіці поетеса сьогодні стала лауреатом Нобелівської премії в галузі літератури, і що пізніше в програмі новин вона прочитає свої вірші. Хто ця жінка, з якої країни, якою мовою говорить, поки що залишається таємницею для глядача. Текст анонсу новини на радіо чи телебаченні найчастіше є своєрідною приманкою, яка пробуджує у глядача або слухача значно більші очікування, ніж газетні заголовки.

Зробити гарну підводку не так легко. У ній необхідно описати новину більш детально, ніж в анонсі, але при цьому все ще не розкривати всіх деталей, щоби глядач або слухач не втратив інтерес до самого сюжету. Завдання підводки – не тільки представити новину, а, коли це необхідно, описати передісторію події, щоби аудиторія мала можливість зрозуміти зміст сюжету.

Перехід від підводки до сюжету або від тексту журналіста до інтерв'ю в самому сюжеті має зістикуватися. Зв'язки мають бути плавними, найменша неточність, нерівність або перескок помітні глядачеві або слухачеві. Сюжет не можна починати з формулювань,

використаних у підводці. Повтори завжди нудні і дратують. Інколи достатньо повторити лише одне висловлювання або ключове слово з підводки в сюжеті, щоби глядач або слухач сприйняв всю передачу як дуже нудну.

Найкраще, коли репортер сам запропонує текст для анонсу та підводки. Це один із способів уникнути неточностей і перебільшення в презентації матеріалу. Але відповідальний за переходи, зшивання сюжетів передачі та остаточні тексти підводок ведучий програми або журналіст, що працює в студії. Велика частина робочого часу ведучого випуску новин йде на прослуховування. Мова випуску новин повинна бути витримана в одному стилі. Підводка не повинна зводитись до переказу сюжету, вона - радше наживка, на яку ми хочемо впіймати увагу нашої аудиторії.

Ведучий радіопрограми не повинен забути представити репортера, а якщо сюжет починається з інтерв'ю, то й того, хто говорить. На телебаченні такої необхідності немає, оскільки тут все частіше використовують титри для презентації імені репортера та осіб, що беруть інтерв'ю. Тому у ведучого телепрограми новин більше свободи і можливостей у формуванні текстів підводки.

Узгодження часів

Ведучий програми та репортери, які працюють з інформаційними сюжетами, повинні бути послідовними у своєму виборі часових форм дієслова. Не забувайте про те, що теперішній час створює у слухача або глядача відчуття присутності на місці події і надає сюжету актуальність.

- Міністр соціального забезпечення вважає...
- Медичні сестри своїм страйком намагаються досягти...

Однак в окремих випадках використання минулого часу в підводці і теперішнього – в самому сюжеті може сприяти плавності переходу.

ПІДВОДКА (вказує на здійснену дію)

- Сьогодні 10 000 медсестер вийшли на страйк. Це призвело до закриття багатьох лікарень країни.

СЮЖЕТ (вказує на подальший розвиток події, яка в цей момент ще не завершена)

– Своїм страйком медсестри домагаються підвищення мінімального рівня зарплати до...

Після закінчення страйку сюжет може звучати так:

ПІДВОДКА

– Сьогодні медсестри повернулися на свої робочі місця.

СЮЖЕТ

– Страйк завершений. Всі медичні сестри країни з сьогоднішнього дня на своїх робочих місцях. Голова профспілкової організації медсестер Лена Ларссон оцінює страйк як...

Мова телеекрану

Майже все, що сказано вище, стосується як телебачення, так і радіо, але не варто забувати, що в мові цих двох електронних засобів передачі інформації є значні відмінності.

Мова телеекрану більш лаконічна і сконцентрована. Працюючи над сценарієм телесюжету, нам часто доводиться викреслювати зайве, перерхувати і знову викреслювати, а потім ще й ще... доти, поки в тексті не залишиться тільки найважливіше і найнеобхідніше. Відеоряд – важливий носій інформації. Часто репортерів немає потреби називати місто чи підприємство, досить лише показати дорожній знак із назвою населеного пункту або вивіску на будівлі фірми чи заводу. Мова кадрів, графічні зображення, символи та інші прийоми, які використовують у телебаченні, з успіхом замінюють словесні описи.

Сценарій телерепортажа пишеться з більшою ретельністю, оскільки текст за кадром має відповідати тому, що буде показано на екрані. Імпровізована озвучка до 13 секунд відеоряду приречена на провал. Найкращий спосіб досягти стикування тексту і відеоряду –

писати текст під час монтажу, сидячи поруч із монтажником (звичайно, якщо у вас є така можливість). Це дає змогу після кількох проб досягти гармонії в поєднанні тексту з відеорядом. Телерепортер повинен подавати свій текст природно і невимушено.

Ведучий програми, зазвичай, читає свій текст із телесуфлера. Багато ведучих, проте, періодично заглядають у свої записи з нотатками, щоб уникнути ефекту монотонного зчитування тексту.

Іноді про складні і заплутані явища краще розповісти в прямому ефірі. Найзручніше це зробити у формі коментаря. Репортер перебуває в студії разом із ведучим програми і в прямому ефірі пояснює певну подію або певне рішення. Звичайно, це вимагає ретельної підготовки. До ефіру ведучий і коментатор ґрунтовно обговорюють кожне питання і відповідь. Але в самій студії коментатор має вміти говорити вільно, не читати свої відповіді з папірця. Краще взагалі не писати текст як такий, досить накинути основні тези виступу, щоби можна було заглянути в «шпаргалку» час від часу. Довіра до слів коментатора в такому випадку буде більшою, ніж до того, хто читає свій текст із суфлера.

Радіо і телебачення певним чином впливають на розвиток мови в країні. Нові слова або вислови, що прозвучали в ефірі або по телевізору, швидко стають модними та популярними в аудиторії. Це висуває підвищені вимоги до роботи теле- і радіожурналістів. Вони повинні дотримуватись встановлених норм, берегти культуру мови та прагнути бути носіями літературної мови.

ЗАВДАННЯ

1. Виберіть відому в країні/регіоні/місті людину. Спробуйте знайти якомога більше інформації про неї – в інтернеті, прес-архіві, з інших джерел. Зведіть зібраний матеріал. Поспілкуйтеся з вашим героєм або людьми, які особисто знайомі з ним/нею, – чи вся зібрана вами інформація достовірна? Чи є прогалини в матеріалі, виділіть неточності.

2. Обговоріть у своїй групі/редакції питання достовірності джерел – письмових і усних. Складіть пам'ятку з конкретними порадами щодо пошуку та збору

інформації для статті/репортажу/журналістського розслідування.

Друковані ЗМІ:

1. Створіть у групі віртуальну редакцію, розподіліть функції (відповідно до організації справжньої редакції), роздайте завдання. Хтось робить інтерв'ю, хтось йде на пресконференцію, збирає інформацію для інформаційних зведень тощо. Підготовлені тексти обговорює редакція, після чого їх віддають на верстання. Готовий продукт виноситься на обговорення інших. Не забувайте про те, що критикувати потрібно конструктивно!

2. Ведучий семінару або хтось із працівників редакції робить добірку статей на різні теми і вирізає ножицями заголовки статей. Група ознайомлюється зі змістом матеріалів і придумує нові заголовки. Це завдання можна виконати й індивідуально, можна також організувати конкурс на найкращий заголовок.

Радіо:

Створіть у групі віртуальну редакцію, розподіліть функції (відповідно до організації справжньої редакції), роздайте завдання. Хтось робить інтерв'ю, хтось йде на пресконференцію, збирає інформацію для випуску новин. Зберіть записані сюжети в 30-хвилинну радіопрограму. Прослухайте і обговоріть результати роботи. Не треба фіксувати увагу на якості запису, аналізуйте зміст і голоси репортерів.

Телебачення:

Створіть у групі віртуальну редакцію, розподіліть функції (відповідно до організації справжньої редакції), роздайте завдання. Хтось робить інтерв'ю, хтось йде на пресконференцію, збирає інформацію для випуску новин. Зберіть записані сюжети в 30-хвилинну телепрограму.

Подивіться і обговоріть результати роботи. Зверніть увагу на такі моменти, як злагодженість роботи репортера і оператора, робота журналіста в кадрі, робота ведучого програми. Не зважайте на якість запису.

Усі ЗМІ:

Перегляньте газети за кілька днів або послухайте/перегляньте випуски радіоновин/теленovin. Чи були повідомлення про ухвалення рішень парламентом/регіональними органами влади? Якщо так, тоді проаналізуйте, як висвітлювалося ухвалення цих рішень? Хто про них розповідає – репортер, політики чи люди, на яких і відобразиться певне рішення?

Другий етап цього завдання: подумайте, обговоріть і складіть план того, як про цю ж подію можна повідомити більш конкретно, цікаво, людяно?

Глава 5

СТВОРЮВАТИ НОВІ ВЕРСІЇ!

У сучасному світі робота з новинами пов'язана з постійним потоком новин до редакції. Сьогодні традиційне підписання номера до друку – у багатьох редакціях безнадійно застаріле, оскільки журналістика перетворилася на цілодобову «фабрику новин». У наші дні ми маємо право говорити про конвергенцію в журналістиці. Звичайно, великі телекомпанії все ще випускають кілька разів на добу випуски новин, і радіостанції виходять із новинами раз на годину, так само як і газети продовжують виходити щодня. Однак сучасні технології, насамперед інтернет-технології, дають можливість більш оперативно передавати новини у цілодобовому режимі. Сьогодні інформаційні повідомлення викладають на сайт усього лише через кілька хвилин після того, як журналіст написав текст і перевірів достовірність фактів, хоча часто буває, що перша версія тексту містить неточності, які поступово усувають після надходження нової інформації. Редакції тижневиків і журналів також почали запроваджувати новинні стрічки на своїх сайтах, адже розуміють, що недостатньо надавати інформацію читачам раз на тиждень або місяць.

Можливість публікації новин в електронних версіях видань та на сайтах радіо- і телеканалів сприяє тому, що журналіст, який

«віднайшов» ексклюзивну новину, або редактори вже не хвилюються через конкурентів, які раніше могли бути першими або «вкрасти» новину. Однак варто прагнути до того, щоб і ті матеріали, які викладають на сайті, не повторювали слово в слово статті друкованої версії газети або радіоповідомлення.

Постійність і оновлення

Найпоширеніша претензія, яку висувають нам слухачі та глядачі, – численні повтори в програмах. «Чому ви весь день розповідаєте про одне й те ж?» – нерідко запитують нас. Часто постановка цього питання є цілком обґрунтована. З іншого боку, важливі новини потрібно повторювати в кожному випуску. Повідомлення про землетрус або авіакатастрофу не можна пропустити у випусках останніх новин о десятій та одинадцятій годині, а потім знову з'явитися о дванадцятій. У процесі послідовного передавання інформації новини, що мають значущість, повинні бути представлені в кожному огляді останніх подій. Радіостанції, що виходять в ефір із випусками щогодини, повинні прагнути до того, щоб повідомлення про важливі останні події увійшли до свіжого випуску новин. Радіоканал укладає приховану угоду зі своїми слухачами про те, що вони, ввімкнувши радіо, почують на початку кожної години зведення останніх подій. Цей спосіб роботи практикується в більшості країн світі. Природним ефектом такого частого передавання інформації стає повтор важливих новин. Теле- і радіостанції, які регулярно передають останні новини, не мають можливості змінювати всі інформаційні повідомлення в перервах між випусками. Вранці новини на телебаченні і радіо досить одноманітні, адже на початку робочого дня інформаційний потік не такий уже й великий, зате аудиторія змінюється досить швидко.

Ранкові та передвечірні години – час для радіо з досить короткими проміжками прослуховування. Хтось снідає і йде на роботу рано-вранці, інші встають трохи пізніше. Ранкові телевізійні блоки замінюють глядачам радіо, їх, зазвичай, слухають, навряд чи хтось дивляється в те, що відбувається на екрані.

Незважаючи на таку динаміку, досить велика група людей дивиться або слухає кілька випусків новин поспіль. Постійні повтори в них дратують багатьох і нерідко змушують поміняти канал або

вимкнути радіо. Редакції повинні намагатися урізноманітнити та оновити інформаційні програми в рамках послідовного відбору новин так, щоб у публіки була можливість навіть у повторюваних повідомленнях дізнатися щось нове. Звідси вимога – створювати *нові версії*.

Повідомлення в кожному випуску новин, як на радіо, так і на телебаченні, повинні хоча б трохи відрізнятися від попередніх версій. Мова йде не тільки про інформаційні сюжети, а й про довші репортажі і найкоротші повідомлення («читки») – будь-який продукт журналістської праці можна оновити. Але для цього необхідно вміти монтувати матеріали на телебаченні і радіо бодай на початковому рівні.

Урізноманітнити початок

Кожна з версій сюжету повинна мати новий початок. Навіть якщо трохи змінити вступні кадри та текстівку до них, то і це матиме велике значення для глядача. Аудиторія швидко втомлюється від повторів у тексті та одноманітності відеоряду. Немає нічого більш виснажливого для глядача, ніж повідомлення, яке починається з одних і тих же слів і містить одні і ті ж кадри в кожному випуску новин.

У кожному інформаційному повідомленні можна виділити кілька основних елементів – фактів, інтерв'ю та кадрів. Методика оновлення сюжету полягає в тому, щоби розбити новину на окремі складові частини, а потім по-новому скомпонувати їх в одне ціле.

Хороше інформаційне повідомлення містить відповіді на класичні питання: *коли? де? як? хто? що? чому?* Відповіді на них і є складовими частинами сюжету, які можна втілити в текстах репортера, в інтерв'ю або звукозаписі. Журналіст, створюючи нові версії матеріалу, використовує ці епізоди як шматочки мозаїки. Найпростіший і найкращий спосіб підготовки до цієї роботи – викласти перед собою всі елементи мозаїки, тобто записати їх на папері або на комп'ютері. Складові частини – це різні фактичні дані або окремі висловлювання інтерв'ююваних. Можна занести всі факти в ліву колонку, а інтерв'ю – у праву. Три факти і три інтерв'ю є основою для численних варіантів. Ці шість елементів можна використовувати в будь-якій послідовності.

Факти	Інтерв'ю
1. Автокатастрофа, кількість загиблих	А. Ті, хто вижили
2. Час і місце події	Б. Очевидець – епізод 1
3. Розвиток подій і причина	В. Очевидець – епізод 2

Сюжет може починатися або з інтерв'ю, в якому хтось із тих, хто вижив, описує, що сталося, або зі слів самого репортера, який повідомляє, наприклад, про те, що на такій-то дорозі сталася катастрофа. Це інтерв'ю можна розмістити на початку, всередині або наприкінці сюжету впереміш із фактами, що відповідають на питання коли? де? хто? що? і чому? Навіть з одного-єдиного інтерв'ю можна «спіймати» епізоди для різних версій. У технічному плані теж нескладно оновити навіть короткий інформаційний сюжет, побудований на обмеженому фактичному матеріалі. Не тільки бажано, але й необхідно вносити в кожен версію сюжету щонайменше одну нову деталь. Чим більше часу минає з моменту події, тим більше фактів і подробиць надходить до редакції. Отже, є нескінченні можливості для варіацій.

Чи була на місці автомобільної катастрофи ожеледиця? Чи є сенс попередити інших автомобілістів? Як почувались ті, хто вижив і ті, хто поранений? Чи поінформовані про подію рідні та близькі загиблих? Чи можна оприлюднити імена постраждалих? Чи могли причини аварії мати технічний характер? Чи працював світлофор? Хто відповідальний? І т. і. Доти, поки новина актуальна і повідомлення про неї передають в ефірі, журналіст може і повинен доповнювати свою розповідь. Неприпустимо, щоб сюжет без змін повторювався у всіх випусках новин.

Оновлені версії, передані в ефір протягом дня в різних випусках новин, допомагають глядачеві створити цілісне уявлення про подію, і, водночас, кожен варіант повинен бути самостійним сюжетом із рядом основних фактів.

Текст репортера (озвучка)

У передпокоях відеоапаратної, зазвичай, є крихітна студія звукозапису («бочка»), в якій репортер записує свій текст до відеоряду. Немає сенсу писати текст доти, доки не стане відомо, які кадри будуть відібрані для сюжету. Тому репортери, здебільшого, пишуть тексти вже після того, як підбір відеоряду закінчений, і зачитують їх, перевіряючи стикування слів і кадрів. Той, чиє ім'я згадане в тексті репортера, повинен перебувати в кадрі саме в цей момент, не раніше і не пізніше. Втім, цілком припустимо, щоб зображення того, про кого говорить репортер, з'явилося на екрані з затримкою на пів секунди, адже швидкість сприйняття зображення вища, ніж швидкість сприйняття звуку. За можливості, уникайте використання прийомів «апелсинового телебачення» – дуже переконливої, але примітивної форми стикування тексту і кадру.

Текст телерепортера більш стриманий і не такий багатослівний, як текст радіорепортера. Вмійте іноді робити паузу, щоб виразні кадри говорили самі за себе.

Музика і графіка

У добре оснащених відеоапаратній є хоча б один DVD із записом спецефектів – гулу учасників конференції, *cocktail party*, звуку ввімкненої камери, галасливої вулиці, потоку автомобілів, потяга, крику чайок, дитячого плачу тощо.

На радіо використання звукових ефектів ускладнюється тим, що часом слухачі сприймають їх як штучний фон. До того ж, підкладена під текст фонограма нерідко перебиває мову того, хто говорить. Глядачів телесюжету, навпаки, злегка дратують німі кадри. Натурні зйомки вулиці здаватимуться аудиторії неприродними, якщо *не чути* гулу перехожих і автомобілів. Той, хто знімає на вулиці, записує одночасно і звук. У кадрах архіву, зазвичай, бракує потрібного фону. Тоді варто використовувати фонограму зі звуковими ефектами. У цьому немає нічого поганого.

Використання музики в інформаційних сюжетах – питання більш делікатне. Музика, не записана на місці зйомки як частина обстановки, є засобом маніпуляції. Музичний супровід може радикально змінити інтерпретацію глядачем фрагментів репортажу. Звуки наближення небезпеки, трагічність та напруженість у мелодії за кадром з яхтами у відкритому морі глядач потрактує зовсім інакше, ніж ті самі кадри на фоні народної музики. У редакціях новин Шведського телебачення немає встановлених правил, які регулюють використання музики в інформаційних сюжетах, проте, мені здається, що нам варто, за можливості, утримуватися від цієї форми впливу на глядацьке сприйняття.

Інфографіка

У редакціях теленовин, зазвичай, є студія інфографіки, або «ательє художника». Цифрова техніка відкриває і тут нові можливості. Комп'ютерні технології значно спрощують процес створення мультиплікації, титрів, діаграм і графіків. У ательє створюють субтитри, діаграми, малюнки, що пояснюють і уточнюють рухомі зображення. Навіть журналісти, які працюють з абстрактними і нелегкими для сприйняття темами політики і економіки, можуть розраховувати на допомогу у вигляді графіків і діаграм, якщо заздалегідь нададуть співробітникам студії необхідні для складання цифри і дані.

Архівні і стоп-кадри

Добре організована редакція має у своєму розпорядженні власний архів з відеозйомками і фотографіями. Відеоряд із зображенням заводського цеху, автомобільної дороги, офісного приміщення, політичних форумів врятував долю не одного сюжету. Найчастіше їх використовують в умовах жорсткого пресу або коли немає можливості зробити зйомку на місці. Іноді архівні знімки можуть стати джерелом важливої інформації. У повідомленнях про політичні рішення або події не зайве нагадати глядачам про ранні виступи або обіцянки політиків.

На жаль, архівні записи швидко старіють, відеокадри втрачають актуальність. Змінюється мода, дійові особи на політичній арені.

Змінюються і пори року. Відеоряд, що показує по-зимовому одягнених людей на засніжених вулицях, може здатися, прямо скажемо, безглуздим у спекотний липневий день. Іноді, щоправда, це може бути мотивовано. Зазвичай, на плівках із натурними зйомками є позначки про пору року, коли вони були зроблені.

Архівні кадри варто використовувати, виявляючи повагу до тих, хто на них зафіксований, враховуючи право на недоторканність приватного життя людей. Можливо, когось із них уже немає серед живих, і рідним та близьким завдає болю показ цих кадрів по телевізору.

Від регіонального до загальнонаціонального

Створення нових версій вимагає від теле- і радіожурналіста вміння редагувати продукт своєї праці. Насамперед йдеться не про форму подачі, а про зміст. Особливо чітко простежуються відмінності в сюжетах для регіональних і загальнонаціональних програм новин. У багатьох країнах розвинена система співпраці між загальнонаціональними редакціями громадських (державних) радіо- і телеканалів та їхніми регіональними відділеннями. На практиці це означає, що репортери місцевих станцій повинні готувати сюжети і для національних програм новин. Форма таких сюжетів відрізняється від тих, що розраховані на місцевого глядача. здебільшого, національні редакції вимагають від журналіста глибшого опису передісторії події в менший проміжок часу. Перш ніж передати свій сюжет до редакції загальнонаціональних програм, репортер місцевої станції повинен ретельно відредагувати матеріал так, щоб кожному мешканцеві в будь-якому куточку країни було зрозуміло, про що саме йдеться.

ЗАВДАННЯ

1. Виберіть у друкованому виданні велику статтю (бажано погано написану та не виправдано затягнуту). Скоротіть матеріал до розміру інформаційної замітки,

прибравши з тексту все зайве. Перепишіть статтю. Обговоріть з колегами/в групі, чи достатньо читачам цієї інформації?

2. Виберіть актуальну або цікаву для вас тему. Підготуйте на цю тему тексти для невеликої інформації («читки» для радіо- або теленовин), невеликої статті (сюжету на 2-3 хвилини) і репортажу. Спробуйте урізноманітнити початок усіх матеріалів.

Підготуйте на базі того ж матеріалу дві версії інформаційної замітки або сюжету – одну для регіонального випуску новин (регіонального видання), іншу для загальнонаціонального.

Глава 6

ТЕХНОЛОГІЯ ІНТЕРВ'ЮВАННЯ

Правила Саватські³

Пропрацювавши багато років журналістом на радіо та телебаченні, я все ще вважаю, що **інтерв'ю – це найскладніший і найвибагливіший жанр журналістики**. Інтерв'юер повинен бути підготовленим, побудова бесіди та питання мають бути ретельно продуманими, ми повинні вміти слухати співрозмовника та реагувати на несподівані повороти в розмові. На жаль, в останні роки викладанню методики та технології інтерв'ю в університетах багатьох країн світу приділяють усе менше уваги. Схоже, що багато хто переконаний, що журналісти апріорі є хорошими інтерв'юерами. Аналіз інтерв'ю неминуче призводить до висновку, що багато сформульованих репортером питань ускладнюють процес збору інформації або не виводять співрозмовника на інформаційно насичені відповіді.

Іноді мені здається, що на плечі в мене сидить чортик. Коли я збираюся задати хороше питання, цей чортик, витанцювуючи румбу на плечі, нашіптує мені на вухо: «Ну, постав краще ось це питання або ось

³ John Sawatsky (Саватські, Саватський)

це». При цьому він підказує мені не дуже вдалі або зовсім погані питання. І я, зізнаюсь, буває, можу піддатися на вмовляння!

Звичайно, я перебільшую, і все-таки очевидно, що щось у самій природі журналістики ускладнює процес постановки питань. Адже здавалося б, що може бути простіше, ніж отримання відповідей на питання *хто? що? де? коли? як? і чому?* Маючи в запасі ці питання, ми можемо, в принципі, зібрати цікаву для нас інформацію практично на будь-яку тему.

На жаль, нерідко навчальна література, присвячена технології інтерв'ю, – не досконала, а іноді й просто анекдотична. Автори посібників збирають безліч «різношерстих» прикладів, що не мають загальної теоретичної або практичної платформи, бездумно перераховують їх, не намагаючись знайти пояснення самої природи інтерв'ю. У таких посібниках дуже відомі або маловідомі журналісти розповідають про свої досягнення як інтерв'юерів, проте мало де можна знайти пояснення того, що **робить інтерв'ю хорошим, і які помилки або упущення** призводять до фіаско.

Канадський журналіст і вчений **Джон Саватскі** систематизував знання про технологію інтерв'ю та природу питань. Протягом багатьох років Саватскі разом зі своїми студентами та колегами збирав **приклади «поганих» і «хороших» інтерв'ю, аналізував, систематизував і узагальнив отримані дані**. Результати цієї кропіткої праці були представлені не тільки на численних семінарах, які він як майстер інтерв'ю провів у різних країнах світу, а й перетворилися на перелік правил, які можна було б назвати *«Що таке добре і що таке погано в інтерв'ю»*. Канадський журналіст сформулював три правила і склав перелік «семи смертних гріхів» інтерв'юера. Цікавим у переліку «смертних гріхів» є те, що помилкове формулювання питань дає нам можливість передбачити відповіді на них, іншими словами *«Яке питання, така відповідь!»*.

Отже, за Джоном Саватським, хороші питання – це:

- Відкриті
- Нейтральні
- Короткі та легкі для розуміння

Сім смертних гріхів за Джоном Саватським:

- Стверджувальне речення замість питання
- Два питання в одному
- Перевантажені
- Оцінні слова та вислови в питанні
- Застережливі питання або домисли інтерв'юера в питанні
- Гіперболізація
- Питання, що допускають односкладні відповіді (так – ні)

Давайте розглянемо «смертні гріхи» Саватського.

Стверджувальне речення замість питання

Формулювання говорить саме за себе – інтерв'юеру не вдалося побудувати речення у питальній формі. Відсутність питання перетворює питання на твердження. Прикладом таких «псевдопитань» може бути перерахування фактів, цифр, узагальнення даних або короткий опис подій. Промовляючи свою тираду, журналіст замовкає в очікуванні реакції співрозмовника. Зробивши це, репортер власне передає управління об'єкту інтерв'ю, який у такій ситуації може відреагувати як завгодно, наприклад, реплікою «Ну і?!», або простором для роздумів, яке жартома можна назвати «варіації на тему», або скромним «Так, ви праві!». Журналіст перебуває під впливом свого співрозмовника, і хід розмови дуже залежить від настрою та доброзичливості об'єкта інтерв'ю. Такі питання є одними з найпоширеніших «смертних гріхів» в інтерв'ю.

Два питання в одному

Два чи три питання в одному – це те саме, що кілька пострілів із двостволки поспіль. Після «черги» питань респондент буде змушений замислитися над тим, які питання йому/їй були задані, і з якого потрібно почати відповідати. Збентеження об'єкта інтерв'ю, пауза з відповіддю викличе панічну реакцію в репортера, який, бажаючи швидше заповнити прогалину в ефірі, поставить ще одне питання – і це

на доповнення до вже заданих питань! Нове питання, можливо, стане рятівною соломинкою для об'єкта інтерв'ю, який, ухопившись за неї, почне відповідати на це, останнє, і, можливо, не найвдаліше чи не найгостріше за всю серію питань, тому так і не відповідь на інші.

Питання-двостволки – це справжня знахідка для «бувалих» респондентів у гострих, конфронтаційних інтерв'ю. Кілька питань в одному дозволяє їм ухилитися від неприємних і незручних тем і відповідати на питання більш безневинні та прості. З запропонованих питань досвідчений об'єкт інтерв'ю вибере те, на яке йому/їй легше відповісти. Повернутися пізніше до тем, на які не прозвучало відповіді, складно, особливо тоді, коли час інтерв'ю обмежений.

Цей різновид питань, що призводить до втрати контролю журналіста над ходом розмови, також дуже поширена помилка.

Перевантажені питання

Такі питання, зазвичай, довгі, складні для сприйняття, рясніють незрозумілими термінами для широкої аудиторії. Журналісту хочеться виділитися перед співрозмовником і аудиторією, показати свою начитаність і обізнаність. Але чим довше говорить журналіст і не дає можливості включитися співрозмовнику, тим менше зрозумілим стає сенс бесіди, адже в інтерв'ю головна дійова особа – не журналіст, а об'єкт інтерв'ю. Перевантажені питання можуть заплутати бесіду, збити з пантелику співрозмовника і викликати в нього/неї почуття роздратування («Навіщо було запрошувати мене, якщо ти сам все знаєш і вмієш!»).

Прикладом перевантаження є питання, поставлене Біллу Клінтону: «Чи правда, що у вас був роман з Дженніфер Флауерс протягом 12 років?». Клінтон відповів: «Ні!», і не збрехав, оскільки роман справді тривав не 12 років.

Оцінні слова та вислови в питанні

Це, мабуть, одна з найсерйозніших помилок інтерв'юера. Оцінки, навішування ярликів можуть призвести до повного краху інтерв'ю. Це своєрідна бомба, вибух якої може призвести до непоправних наслідків,

міна, яка вбиває одразу всіх учасників інтерв'ю. Той, кому адресоване питання з оцінним висловом, повинен на цей вислів/слово відреагувати – вступити в полеміку з ведучим інтерв'ю, рішуче запротестувати, спробувати змусити ведучого змінити формулювання, обуритися тощо. Питання, отже, ризикує загубитись у полеміці навколо одного слова або словосполучення – вибух пролунав, і його відгомін ще довго віддунюватиме під час інтерв'ю.

Нерідко ефект розірваної бомби може викликати, здавалося б, абсолютно невинне і нейтральне слово. Яюсь мені довелося взяти участь у семінарі, присвяченому техніці інтерв'ю, в державі з однопартійною системою. Гостем на наш семінар ми запросили депутатку парламенту країни, їй поставили питання про те, яких змін можна очікувати найближчим часом в одній актуальній для країни сфері. Неочікувано слово «зміни» викликало захисну реакцію у парламентарки. Її відповідь зводилася до слів: «Нашій державі зміни не потрібні, оскільки ми живемо в суспільстві, близькому до ідеального!». І далі ціла промова на ту ж тему.

Навіть у найбурхливіших фантазіях я й уявити не міг, що абсолютно нейтральне, на перший погляд, слово може викликати таку реакцію. Однак те, що здається прийнятним і нормальним в одній ситуації, в іншому контексті може стати причиною конфлікту.

Ще один приклад із практики шведського журналіста, який, спілкуючись до ефіру з представником поліцейського управління, почув від нього, що гучний злочин «просто жахливий». Журналіст почав своє інтерв'ю словами:

– Чи не правда, що це жахливий злочин?

– Мені не хотілося б використовувати такий різкий вислів про цей злочин, – зовсім несподівано відповів співрозмовник. Тепер він виступав в ефірі як офіційний представник правоохоронних органів і поведився значно обережніше, ніж під час неформальної бесіди перед інтерв'ю.

Свої слова поліцейський не захотів повторювати в ефірі, а репортер цього не врахував.

Припущення та твердження самого журналіста

Припущення самого журналіста щодо певної теми можуть бути представлені у формі запитання, однак через це вони не перестають бути його/її твердженнями. Це, зазвичай, може викликати з боку об'єкта інтерв'ю протести та бажання внести корективи. Колишній прем'єр-міністр Швеції, нині міністр закордонних справ, Карл Більдт – майстер ухилитися від відповідей на питання, що містять твердження самого журналіста. Так він «зіпсував» не одне інтерв'ю.

Ще більш небезпечний різновид – питання-упередження. Класичний приклад: «Ви перестали бити свою дружину?». У цьому питанні одразу два приховані припущення – перше, що ваш співрозмовник одружений, друге – що він її раніше бив. Або пам'ятаєте, в Астрід Ліндгрєн у книзі про Малюка і Карлсона: «Ти перестав пити коньяк вранці?» – запитує Карлсон у дядька Юліуса, апріорно вирішивши, що той пив коньяк саме вранці.

На обидва ці питання неможливо відповісти однозначно. Відповідаючи «так», співрозмовник погоджується з тим, що він колись бив дружину або пив коньяк вранці, відповідь «ні» означає, що він все ще продовжує бити свою дружину або починає свій день із вживання спиртних напоїв.

Ще одним різновидом цього «гріха» є намагання ведучого, автора інтерв'ю дати свою оцінку, змусити співрозмовника прийняти його думку. Наприклад: «Вчорашній виступ депутата такого-то складно охарактеризувати іншими словами, окрім як *цілковита поразка...*». Тут є два ризики – з одного боку, співрозмовник погодиться з вами і скаже: «Так, звичайно», і бесіда не відбудеться, з іншого боку, об'єкт інтерв'ю може заперечити вам: «Це ваша думка, на мій погляд, нічого страшного не сталося». Репортер буде змушений уточнити/перефразувати своє питання, аудиторія ж тим часом нічого корисного і нового для себе не дізналася.

Перебільшення

Цей «смертний гріх» також досить поширене явище. До таких питань можуть належати і занадто довгі питання, і питання, в яких використані емоційно забарвлені слова, що викликають ту чи іншу

реакцію у співрозмовника. Наприклад, на слова: «Чи можна це назвати просто *нечуваним успіхом?*» у співрозмовника з почуттям міри може бути заперечення. Або: «Правда, це *жахлива* поразка?». У людини, яка програла на виборах або програла матч, ці слова викликають почуття неприйняття.

Питання, що передбачають односкладну відповідь (так – ні)

Закриті питання передбачають односкладну відповідь. Я вважаю, що близько 50% усіх запитань, які ставлять журналісти в усіх країнах, саме такі. Цей різновид запитань просто обожнює чортик, який сидить під час інтерв'ю в мене на плечі. Цей гріх часто ускладнюють перебільшення, емоційно забарвлені слова, твердження самого репортера...

І що ж, врешті-решт, є наслідком такого інтерв'ю? Це втрата контролю під час бесіди, відсутність ефекту від гострих запитань... До того ж, відповіді на питання, що передбачають односкладні відповіді, вкрай рідко інформативні. Що дадуть слухачеві, глядачеві, читачеві відповіді на запитання:

- Вам сподобався сніданок?
- Сніданок був несмачний?
- Ви пили каву на сніданок?
- Вам подавали яєчню на сніданок?
- Ви пили каву з молоком?

Формулювання таких питань абсолютно неефективне, кожна відповідь забирає час, а слухати таку бесіду нудно і нецікаво.

Набагато простіше, і що головне, ефективніше, задати запитання:

- Що ви сьогодні з'їли на сніданок?
- Як вам сніданок?

На всіх семінарах із техніки інтерв'ю, які мені доводилося проводити, завжди був хтось, а іноді навіть кілька людей, які заявляли, що бувають такі ситуації, коли питання, що передбачають відповідь *так* чи *ні*, більше ніж доцільні й навіть необхідні.

Мені важко погодитися з цим твердженням. Думаю, що запитання, що передбачають однозначну відповідь, доцільні лише тоді,

коли потрібно швидко і чітко розставити крапки над *i* у суперечливому питанні. Відповідь *так* або *ні* інтерв'юер використовує у розвитку теми. Наприклад:

– Ви збираєтеся піти у відставку?

– Ні!

– Чому?

З іншого боку, так само можна запитати:

– Що ви зробите тепер?

– У відставку я не піду!

– Чому?

Навіть у цій ситуації слова про відмову йти у відставку з уст самого співрозмовника мають більшу цінність та емоційний вплив на аудиторію, ніж ті самі слова, але які сказав журналіст.

Проте я цілком допускаю, що запитання, яке передбачає односкладну відповідь, може спрацювати, якщо інтерв'юер у наступному питанні попросить свого співрозмовника розвинути відповідь.

Отже, Саватський вважає, що хороші питання мають бути

Відкритими

Тобто такими, що дають респондентові можливість відповісти по-різному, не обмежуючись односкладними відповідями "так" або "ні". Відкриті питання починаються з питальних займенників, які залишають співрозмовнику широкий простір для відповіді.

Нейтральними

Тобто не мають містити оцінних слів та висловів, емоційно забарвлених висловлювань, вони повинні бути "прозорими", як джерельна вода, що не містить жодних "домішок", на які може відреагувати співрозмовник.

Простими

Тобто питання мають бути короткими, простими для розуміння, без використання складних термінів. Якщо

питання занадто складне для розуміння або надто затягнуте, воно викликає затримку з відповіддю, яка, в свою чергу, може призвести до того, що інтерв'юер, намагаючись заповнити несподівану прогалину, почне ставити нові питання, і, в такий спосіб, кількість питань без відповідей лише зросте. Прості питання, здебільшого, нейтральні, оскільки в них використані чіткі, лаконічні формулювання та прості лексичні конструкції.

Так коротко можна сформулювати поради Джона Саватскі, канадського журналіста і вченого. Я ж, узагальнюючи свій досвід роботи в жанрі інтерв'ю, хотів би порадити таке:

Підготуйся, структуруй і слухай!

Часто кажуть, що інтерв'ю – це мистецтво, а в мистецтві не може бути правил, обмежень і вказівок. Але навіть найобдарованіший і найталановитіший художник починає свій творчий шлях з осягнення законів живопису, щоби потім їх порушити. Інтерв'ю вимагає від репортера володіння певною технікою, хоча, зрозуміло, що вдале інтерв'ю – це набагато більше, ніж просто вміння поставити хороше питання.

Професійно виконаному інтерв'ю передує ретельна *підготовка*, продуманість у *постановці питань* та *структурі бесіди*. Хороший інтерв'юер *слухає* свого співбесідника, а не себе. Отже, йдеться про оптимальне поєднання підготовленого та спонтанного в бесіді.

Підготуйся!

Основою основ успішного інтерв'ю є ретельна підготовка репортера. Він повинен добре орієнтуватись у предметі розмови, знати про нього майже стільки ж, скільки і сам об'єкт інтерв'ю. Думка про те, що журналістові варто ставити спонтанні або нахабні питання, які відображають середній рівень аудиторії, абсолютно помилкове. Лише той, хто знає предмет бесіди, зможе запитати про суттєве. Вступне або перше питання інтерв'ю може *здаватися* простим і наївним, але з його

допомогою журналіст ставить певну мету. Бути підготовленим до інтерв'ю означає, що журналіст у певний спосіб може передбачити, які відповіді він почує на свої запитання, тому може підготувати заздалегідь і наступні *альтернативні* питання.

Журналіст повинен підготуватися також до інтерв'ю, в якому йдеться про фактичний стан справ, скажімо, про роботу урядової комісії або конкретний проєкт. Важче говорити про ті пропозиції уряду або парламенту, які раніше не обговорювали, проте і в цих випадках репортеру важливо мати загальне уявлення про тему бесіди. Це дає змогу ставити питання по суті і робити порівняльні коментарі. Вирізки з газет, власні записи, пошук у безмежних ресурсах Інтернету допомагають підготувати довідковий матеріал до майбутньої розмови і не виглядати профаном в очах об'єкта інтерв'ю. Ще один спосіб – розмови для збору інформації з обізнаними в цій галузі людьми або попередня бесіда з респондентом. Така підготовка дає журналістові можливість зібрати інформацію, що стосується предмета розмови, і дані про співрозмовника.

Підготовча робота не менш важлива й у роботі з портретними малюнками або замальовками. Бесіди для збору інформації з друзями, колегами героя інтерв'ю, читання або перегляд раніше зроблених із ним інтерв'ю, його власні виступи або статті – все це зрозумілі елементи підготовчого етапу. Безглуздо звертатися до письменника: «А не нагадаєте мені зміст вашого останнього роману, я щось забув?».

Однак при такій активній підготовці завжди є ризик, що журналіст може стати заручником зібраного ним матеріалу. Чуже сприйняття реальності чи людини, про яку йдеться, часто передається з одного портрета в інший. Неточності, легенди, помилкові факти повторюються і з часом навіть погіршуються в статтях та передачах. Поступово герой інтерв'ю перетворюється на якусь міфічну, створену іншими постать. Читаючи архівні матеріали, журналіст може піддатися впливу упереджень, суб'єктивних і хибних уявлень про людину, і тоді йому вже неважливо, що ж насправді говорить і робить той, про кого він збирається розповісти. Одне з найважливіших правил під час підготовки і проведення інтерв'ю – позбутися тягаря упереджених уявлень.

Найкраще, коли репортер, готуючись до інтерв'ю, годинами працює в бібліотеці – читає книги, довідники, підбірки з газет, архівні записи, має можливість провести попередні інтерв'ю та бесіди для збору інформації. Але в реальному житті редакції з її «запаркою»,

стресом і поспіхом найчастіше все відбувається зовсім по-іншому. Нерідко часу вистачає лише на те, щоб коротко переговорити та порадитися зі своїми колегами.

Журналіст повинен вирішити насамперед для себе, яке інтерв'ю він хоче зробити, про що і з якою метою. Це означає, що репортеріві заздалегідь потрібно сформулювати і записати свої запитання. Хороші питання – це продумані, короткі, точні та прості. Чудовою відправною точкою для їхньої постановки є цікавість самого репортера: ось що мені хотілося б дізнатися, це може бути цікаво для моїх слухачів, глядачів, читачів.

Отже, до кожного інтерв'ю необхідно підготуватися, але це зовсім не означає, що інтерв'юер повинен сліпо та беззастережно дотримуватися своїх заздалегідь підготовлених записів. Чернетка лише надає відчуття впевненості та дозволяє зберегти самовладання. Особисто я завжди тримаю блокнот із записаними запитаннями під рукою, але вкрай рідко зазираю в нього під час інтерв'ю і ніколи не заучую запитання напам'ять.

Один із способів підготовки до інтерв'ю – задати підготовлені питання самому собі. Чи можеш ти сам відповісти на ці питання? Цей простий тест, здебільшого, часто виводить журналіста на альтернативні питання, необхідні для проведення повноцінного інтерв'ю. Якщо не хочеться перевіряти питання на собі, спробуйте задати їх своєму колезі або другу. Політики, готуючись до зустрічі з пресою, часто проводять репетиції, під час яких їхні колеги у ролі журналістів намагаються загнати політика в кут. Популярні сьогодні й тренінги на тему «Як спілкуватися з пресою». Такі ділові ігри та тренінги допомагають виробити універсальні відповіді, часом не маючи нічого спільного з тим, про що йдеться в запитаннях.

«Прогон» інтерв'ю зі своїми колегами – прекрасний та швидкий спосіб підготуватися до можливих несподіванок, який до того ж дає змогу за кілька хвилин переконатися в актуальності та правильності поставлених питань.

Структура

Готуючись до інтерв'ю, ви повинні не тільки сформулювати та записати питання, а й продумати порядок, в якому вони будуть задані.

Журналіст повинен опрацювати *структуру* розмови, її початок, розвиток і закінчення за законами драматургії. Це особливо важливо для електронних засобів масової інформації, коли питання та відповіді чує аудиторія. У газетяра ж є можливість по закінченню інтерв'ю розмістити відповіді в тому порядку, в якому він вважає за потрібне. Звичайно, сьогодні й радіожурналістам не так вже й складно змонтувати запис, та й телерепортер може за допомогою монтажу побудувати бесіду так, як йому хочеться, але в ідеалі варто ставити питання в логічному порядку. Якість інтерв'ю в такому випадку суттєво поліпшується. Воно стає більш упорядкованим і продуманим.

Не треба боятися ставити запитання, які комусь здаються наївними або навіть дурними. Часто репортер сам ускладнює своє завдання, вигадуючи занадто «заплутані» і незрозумілі питання, в яких відчуються нотки експертності. Багато хто вважає себе дуже фаховим і досвідченим журналістом, якому не годиться ставити нібито непрофесійні прості питання. Але чому б не почати своє інтерв'ю з примітивного питання: «Ну, як вам?» з тим, хто нещодавно пережив щось захопливе, був учасником важливої або цікавої події? У заручника, щойно випущеного на свободу, у підсудного, звільненого в залі суду з-під варті, у політика, який переміг на виборах, або в бігунки, яка програла забіг, – у кожного з них це просте питання може викликати цілу розповідь про їхні почуття та переживання, цікаві для глядачів, слухачів, читачів. Сформулювати це питання можна по-різному, за потреби його можна навіть вирізати під час монтажу, головна його мета – досягти емоційної та невимушеної розповіді про пережите.

Інше просте очевидне питання, яке можна поставити відповідальному за ухвалення якогось рішення, або тому, чий висловлювання викликали дискусії в суспільстві: «Чому?». Коли відбувається щось цікаве або важливе, всім нам хочеться знати, *чому* це сталося і *як*. Тому ці два питання якнайкращі для початку розмови.

Кожне інтерв'ю має завершення. Завершувати розмову можна з допомогою прямого запитання, націленого в майбутнє: «Що ви збираєтеся робити тепер?», «Ваш наступний крок?» і т. і. Як це не парадоксально, але прості запитання – це зазвичай привілей найсміливіших і найбільш досвідчених журналістів.

У добре підготовленому інтерв'ю обов'язкові кілька основних запитань, що розвивають його в хронологічному порядку або за законами логіки. Такі питання є скелетом інтерв'ю, його драматургічної основи. Але крім них є і так звані наступні або альтернативні запитання.

Залежно від відповідей співрозмовника, вони можуть бути уточнювальні, коментувальні або заперечні. Ці запитання можна підготувати заздалегідь – спеціально для конкретного інтерв'ю або виробити якусь універсальну форму.

Аналіз інтерв'ю можна зробити за трьома критеріями: головна тема, заздалегідь підготовлені альтернативні запитання і непередбачувані запитання. Хребет інтерв'ю – заздалегідь підготовлені основні питання, що розпочинають розмову, складають її кістяк і завершують її. Другий критерій – заздалегідь підготовлені альтернативні питання, складені за принципом: якщо співрозмовник дасть приблизно таку відповідь, то я задам йому це питання, якщо ж він відповість по-іншому, то я запитаю в нього ось це... Третій – непередбачувані питання, що виникають під час розмови. Це, мабуть, найбільш складний момент в інтерв'ю. На сформульоване заздалегідь запитання ви раптом отримуєте абсолютно непередбачувану відповідь, яка вимагає миттєвої реакції з вашого боку. До непередбачуваного повороту під час інтерв'ю потрібно бути готовим завжди, адже це найбільш цікаве в розмові. Саме тоді розмова може набути цілком несподіваного характеру, розрядити обстановку або, навпаки, загострити її до межі.

Слухати і чути співрозмовника

Щоб задавати доречні подальші питання та надати інтерв'ю жвавості, репортер повинен вміти *слухати*. Підготуватися до інтерв'ю, скласти і записати свої запитання – це половина справи. Уміння слухати свого співрозмовника – це інша її половина. Занадто ретельна підготовка може призвести до ситуації, коли репортер починає ставити свої питання автоматично, не слухає відповідей співрозмовника. У голові такого журналіста лише одна думка: «Ну, закругляйся, закругляйся, занудо, щоб я швидше міг задати своє наступне дуже розумне питання».

У підсумку – монотонне, надумане і статичне інтерв'ю.

Кожен журналіст, який бере інтерв'ю в прямому ефірі, трохи боїться, що його співрозмовник під час розмови раптом видасть щось несподіване. Репортер, який вміє слухати, повинен бути готовий до імпровізації, залежно від обстановки. Йдеться не лише про фактичний зміст відповідей, а й про емоційну складову інтерв'ю. Якщо співрозмовник перебуває в пригніченому стані, говорить повільно, ледве чутно вимовляє слова, то журналіст повинен підлаштувати свій тон і темп розмови під нього. І навпаки, не варто бурмотіти або шепотіти свої питання щасливому чемпіонові олімпійських ігор. Журналіст повинен уважно стежити за змістом відповідей і настроєм співрозмовника.

Під час інтерв'ю потрібно бути постійно напоготові: якщо у відповіді звучать оцінні чи принизливі висловлювання, їх не можна залишати без відповіді. Репортер має вчасно заперечити або прокоментувати такі висловлювання. Неточні формулювання або незрозумілі аудиторії терміни необхідно роз'яснити. Іноді журналісту, який веде інтерв'ю, доводиться змінювати напрямок і стиль розмови. Якщо співрозмовник, намагаючись викликати до себе симпатію, описує себе як жертву обставин або мученика, то репортеру не варто продовжувати інтерв'ю в обвинувачувальному тоні. Знову ж таки, багато залежить від уміння слухати і чути співрозмовника.

Контакт очей і мова жестів

Під час інтерв'ю важливо не забувати і про мову жестів і міміку. Не варто сідати занадто близько до об'єкта інтерв'ю – по-перше, це погано з погляду композиції кадру, по-друге, заважає співрозмовнику зосередитися і спокійно відповідати на запитання. З іншого боку, не потрібно сідати і занадто далеко від нього – це створює дещо напружену і натягнуту атмосферу. Вирішуючи, як розміститися, покладайтеся на свій досвід та інтуїцію. Обидві сторони повинні почуватися комфортно.

Репортер повинен вміти дивитися співрозмовнику в очі. Іноді одного руху брів або погляду, кинутого на оповідача, достатньо, щоб той продовжив розвивати тему. У телевізійному інтерв'ю важливо, щоб респондент, відповідаючи на запитання, не блукав очима або закам'яніло не дивився в камеру, а спрямував свій погляд на

журналіста. Людині, яка не звикла давати інтерв'ю, потрібно пояснити, як поводитися перед камерою. Якщо співрозмовник дивиться вам в очі, вмійте зустріти його погляд.

Радіореporter може підтримувати оповідь свого співрозмовника легкими кивками голови або дружельною усмішкою, а ось кивання телереportера дратують глядачів і заважають сприйняттю розмови. Такий самий ефект викликають і безкінечні підтакування радіореportера під час інтерв'ю, його усмішки або вигуки. Після поставленого питання, радіожурналіст повинен мовчки вислухати відповідь. Не варто перебивати співрозмовника на пів слові, дайте йому висловити свою думку повністю. Це не тільки вияв увічливості щодо іншого, а й спосіб полегшити подальший монтаж інтерв'ю. Працювати з записом, в якому двоє говорять водночас або перебивають один одного, вкрай складно. Звісно, іноді нам потрібно перервати словесний «водоспад» балакучого співрозмовника. Але робити це варто дружнім тоном і, якщо можливо, пояснити, чому ви змушені перебити його. Репортер, що вміє слухати, перериває тоді, коли оповідач на секунду замовкає, щоб перевести подих.

Взагалі, нерідко мовчання краще за будь-яке питання. Здивованим поглядом журналіста, кинутим на співрозмовника, кивком голови або паузою без єдиного слова можна спровокувати найнеочікуваніші відповіді.

Уважно слухаючи співрозмовника, досвідчений репортер уже під час розмови обирає лаконічні та змістовні висловлювання, які можна використати як першу або останню фразу інтерв'ю. Не має значення, наскільки добре репортер підготовлений до завдання, він може вільно видихнути лише тоді, коли камера або магнітофон вимкнені після завершення розмови.

Кожному журналістові хотілося б, щоб інтерв'ю проходило у формі безпосередньої та невимушеної розмови, але не забуваймо, що цього важко досягти. І репортер, і об'єкт інтерв'ю розуміють, що за кожним словом стежать глядачі, читачі або слухачі, отже, це не звичайна розмова двох людей. Навіть у невимушеній і природній атмосфері мікрофон і камера завжди будуть нагадувати про те, що йдеться не про дружню розмову двох приятелів. Мікрофон іноді змушує заїкатися і бурмотіти досвідченого політика, а телевізійна студія може налякати навіть міністра.

Метод «Чекерс»

Загнаний у глухий кут політик або особа, що має владу, часто вдається до захисту за допомогою методу «Чекерс». Цей метод вперше застосував Річард Ніксон під час виборчої кампанії 1952 року. Саме тоді Д. Ейзенхауер оголосив, що сенатор Ніксон є кандидатом на пост віцепрезидента США. Ніксона звинуватили в тому, що він незаконно прийняв 18 000 доларів на проведення виборчої кампанії. Щоб захистити себе від нападів з усіх боків, він вирішив виступити з промовою, яку вперше в історії політичної боротьби транслювали у прямому ефірі. З обличчям, скам'янілим від горя, з поглядом прямо в камеру, Ніксон заявив, що готовий відзвітувати перед американським народом за кожен зароблений і використаний ним цент. У його бідолахи-дружини Пат, на жаль, не було можливості купити норкову шубу, вона змушена була задовольнитися «пальтом високоповажної республіканки». Вся ця історія, стверджував Ніксон, – результат безкінечних нападів злостивців-лібералів. Вони зайшли настільки далеко, що звинуватили Ніксона в тому, що він прийняв у подарунок (тобто як хабар) – плямистого кокер-спанієля на ім'я Чекерс.

– Але нехай вони говорять, що їм спаде на думку, а собаку ми залишимо собі, – урочисто оголосив Ніксон і виграв симпатії телевізійної аудиторії, створивши перед камерою образ люблячого чоловіка і друга тварин. Його обрали, що, можливо, змінило хід історії.

Суть методу «Чекерс» у тому, щоби пробудити почуття симпатії та співчуття до себе: журналісти-злостивці мають єдину мету – очорнити мене і зашкодити іншим; зі мною та моєю сім'єю, яка також піддалася нападам, обійшлися несправедливо, нас звинувачують і переслідують. Як не дивно, але цей абсолютно очевидний, неприхований тактичний прийом часто закінчується перемогою, його успішно продовжують застосовувати багато політиків, які фігурували в різних скандалах.

Репортер, який проводить інтерв'ю, повинен бути готовий до такої тактики з боку свого співрозмовника і бути насторожі, щоб не потрапити в розставлені для нього пастки. Коли об'єкт інтерв'ю, майже зі сльозами на очах, починає скаржитися на несправедливе і жорстоке ставлення, журналіст потрапляє в складну ситуацію, йому нелегко задати ще одне жорстке чи викривальне питання. У цьому й полягає

пастка за принципом «Чекерс»: «Ну, що ж, давай, бий лежачого, вигнанцю!» – такий не висловлений докір репортерів. Найкращий вихід із такої ситуації – різко повернути хід розмови і спробувати показати глядачеві або слухачеві, що сльози, насправді, – крокодилячі.

– У чому конкретно виявилось несправедливе ставлення до вас із боку засобів масової інформації?

– Хто саме знімав вас через вікна вашої спальні?

– Коли це сталося?

Доброзичливі, «мирні» питання можуть досить швидко зруйнувати імідж «великомученика», який співрозмовник намагається створити перед камерою чи мікрофоном, а уточнювальні питання щодо звинувачень на адресу журналістів допоможуть виявити витончені риторичні прийоми співрозмовника. Якщо ж репортер, не помітивши розставлених пасток, продовжить з обвинувачувальним тоном ставити викривальні питання, то інтерв'юований без проблем завоює симпатії аудиторії. Агресивні питання далеко не завжди є найефективнішими. Навпаки, часто більше результативними є ті питання, які ставлять із розумінням і в доброзичливому тоні, але з холодним спокоєм і впевненістю.

Пресконференції

В умовах пресконференції складно отримати повноцінне інтерв'ю. З допомогою методу «Чекерс» у влади є хороші шанси вийти сухими з води перед натовпом репортерів, які заважають один одному говорити та ставити питання. Хоча на звичайній напівсонній шведській пресконференції питання ставлять украй рідко. Буває і таке, що на пресконференції голови місцевої адміністрації не чути жодної репліки взагалі. Зазвичай зустрічі з пресою у Швеції проходять за встановленим порядком – той, хто скликав пресконференцію, досить докладно описує події, рішення або пропозиції, після чого журналістам надають можливість ставити питання. Телевізійним чи радіожурналістам краще записувати все, що говорять під час пресконференції. Пізніше може знадобитися оригінальний запис того, що було сказано. Якщо йдеться про велику подію, скажімо, про заяву прем'єр-міністра про відставку, то

глядачі і слухачі хочуть почути розлоге пояснення про ухвалене рішення з вуст самого прем'єр-міністра.

Одна з важливих особливостей шведських пресконференцій – журналіст *сам* бере слово, не чекаючи моменту, коли йому чи їй *дозволять* говорити. У США на пресконференції президента він особисто або його прессекретар надають слово вибраним журналістам. Іншим репортерам у кращому випадку вдається попросити коментар до якогось висловлювання.

Це дає представникам влади необмежений контроль над інформацією. Неугодних журналістів можна ігнорувати, на неприємні питання не відповідати. А якщо президенту, до того ж, вдається «проскочити» те єдине дозволене питання-прохання про коментар, то й зовсім добре. Саме тому шведські журналісти протягом тривалого часу свідомо протидіяли практиці надання слова представникам ЗМІ організаторами пресконференцій. Нерідко ця боротьба нагадувала хаос, оскільки репортери на увесь голос вигукували свої репліки, заважаючи один одному говорити, що ледве чи йшло на користь справі. На пресконференціях в залі Белла Венеція урядової канцелярії Розенбад, теле- та радіорепортери, які сиділи в перших рядах, перебиваючи та перекрикуючи один одного, намагалися ставити свої питання.

Після кількох «катастроф» у прямому ефірі журналісти вирішили виробити власні правила поведінки репортерів під час пресконференції. Журналісти збираються до її початку і між собою домовляються про те, хто поставить перше питання. Ті кореспонденти, чії редакції висвітлюють пресконференцію в прямому ефірі, повинні, звичайно, отримати можливість задати свої запитання першими. Неформальна угода, укладена журналістами, членами об'єднання парламентських репортерів, передбачає також, що той, хто задав питання, може розвинути тему ще в двох або трьох наступних питаннях, однак після цього повинен поступитися місцем іншому. Ця добровільна згода не дозволяє домінувати в залі одному, зазвичай, найбільш напористому або досвідченому репортеру.

Одним із рішень безнадійної ситуації для того, хто ніяк не може вклинитися зі своїм питанням, – спіймати момент, коли в залі на секунду настане тиша, стати на повний зріст і голосно задати коротке, чітко сформульоване питання. здебільшого, це створює ефект розірваної бомби, і репортери, які сидять у залі, на мить замовкають. Не варто, однак, зловживати цим прийомом, оскільки тоді він досить швидко втратить ефективність.

Етика інтерв'ю

Потрібно поважати права людини, з якою ми збираємося проводити інтерв'ю. За можливості варто відгукнутися на її/його бажання заздалегідь дізнатися, на якому каналі і в якій програмі буде показане інтерв'ю, у зв'язку з чим, скільки ефірного часу займе, який предмет обговорення?

Навряд чи розумно, та, мабуть, і неможливо заздалегідь перераховувати питання майбутньої розмови. Адже багато з них залежать від відповідей інтерв'ююваного, до того ж, завжди варто залишати простір для непередбачуваних відповідей і спонтанних питань. З іншого боку, репортер цілком може розповісти співрозмовникові про мету інтерв'ю, його характер, окреслити тематику обговорюваних питань.

Якщо інтерв'ююваного критикують за певне рішення або вчинок, то йому повинен бути наданий шанс відповісти на цю критику. На жаль, багато репортерів часто нехтують таким принципом. Це нечесно та неетично стосовно респондента. Інтерв'ю не має ставати пасткою для співрозмовника. Він повинен отримати можливість відповісти на закиди на свою адресу. З іншого боку, журналіст зовсім не зобов'язаний оголошувати всі запитання заздалегідь. Він має право задавати їх у відповідний момент, вимагати уточнення на якусь відповідь, а іноді й поставити свого співрозмовника в прикру ситуацію несподіваним запитанням.

Монтаж запису інтерв'ю також потрібно робити чесно. "Так" не замінюють на "ні", відповіді передають повністю, не спотворюють зміст і не скорочують так, щоби змінити суть. Запитання репортера не замінюють на інші. З використанням сучасної техніки звук і відеоряд *можуть* стати об'єктами маніпуляційного монтажу, що зовсім не допустимо з погляду етики. На репортера покладена велика відповідальність.

Як вчинити кореспонденту або його редакції, коли людина, з якою він хоче провести інтерв'ю, висуває певні умови щодо своєї участі? З

одного боку, немає законів, що зобов'язують когось давати інтерв'ю (за винятком окремих категорій посадових осіб). З іншого – журналіст має право і обов'язок ставити питання тим, хто намагається ухилитися від розмови з представниками ЗМІ.

Справді, будь-яка людина, до якої ви звертаєтеся з проханням дати інтерв'ю, *може* вимагати виконання певних умов за свою участь у розмові з журналістом. Редакція, у свою чергу, *має повне право* відхилити ці вимоги, якщо вважає їх неприйнятними. Ведучий програми може повідомити, що висунуті вимоги є своєрідною відмовою відповідати на питання кореспондента, редакція може спробувати знайти інші можливості та виходи з цієї ситуації. Можна, наприклад, звернутися з проханням про коментарі до представників опозиції чи критиків, зачитати свої запитання (без відповідей на них) або спробувати задати їх особі, яка відмовилася відповідати на них, щоразу, коли вона з'являється у громадських місцях.

З погляду етики, абсолютно неприйнятно дозволяти владі самостійно обирати журналіста для майбутнього інтерв'ю. Ми не можемо надати політикові чи директорові підприємства право вибору доброзичливо налаштованого щодо них репортера улюбленого каналу чи радіостанції. Редакція сама вирішує, хто найбільше підходить для виконання завдання. Чиновник або політик *може* вимагати надати йому завчасно тексти запитань для ознайомлення, так само, як він може вимагати участі лише в прямому ефірі, але редакція *має повне право* відхилити ці вимоги або відмовитися від інтерв'ю. ЗМІ, однак, доволі толерантно ставляться до ситуації, коли чиновники, директори підприємств або політики самі вибирають не кореспондента, а редакцію, з якою вони готові мати справу. Коли звинувачений політик погоджується відповісти на питання журналістів обраного ним каналу, редакція, в умовах жорсткої конкуренції, незважаючи на всю невтішність такої ситуації, рідко відмовляється від такого шансу. Єдиний метод боротьби з цим явищем сучасного медіасвіту – відкриті дебати та критичний аналіз як редакції, яка прийняла пропозицію, так і політика або посадової особи, яка обрала її для проведення інтерв'ю. Цей метод часто використовують ті, хто потрапив під приціл ЗМІ, щоби "зіштовхнути" редакції телеканалів і радіостанцій одна з одною і так частково відвести удар від себе.

Респондент часто просить надати йому можливість ознайомитися з текстом або записом інтерв'ю, підготовленого до виходу в ефір. Коли йдеться про синхрони, які використовують у програмах новин на радіо

чи телебаченні, то відгукнутися на це прохання практично неможливо. Якщо є серйозні підстави, можна відтворити готовий запис телефоном. Це, однак, не означає, що репортер або редакція повинні отримувати схвалення монтажу чи тексту від співбесідника, тобто узгоджувати матеріал. Така постановка питання абсолютно не прийнятна. Проте часто той, кому пообіцяли, що він може ознайомитися з текстом або записом розмови, сприймає цю обіцянку як право зупинити вихід інтерв'ю в ефір. Насправді такого права у нього немає. У Швеції єдиною особою, яка може вирішити публікувати або випускати в ефір матеріал, є *відповідальний редактор* у друкованих виданнях та *відповідальний випусковий* на радіо і телебаченні. Це право в жодному разі не може бути передане респонденту. Репортеру ніколи не варто давати об'єкту інтерв'ю привід для хибних надій, що він зможе схвалити текст або запис розмови до її оприлюднення. Людина, яка дала згоду на інтерв'ю, не обговоривши умови попередньо, в подальшому не має права вимагати зупинити вихід інтерв'ю.

Як репортер, так і його редакція повинні бути зацікавлені в тому, щоб передати зміст записаного інтерв'ю *коректно*. В окремих випадках доречно запросити експерта для вивчення готового до публікації матеріалу, включаючи текст і коментарі самого репортера. Це дасть змогу уникнути ризику виникнення в матеріалі неточностей і помилок.

Іноді для підготовки інтерв'ю, в якому редакція вкрай зацікавлена, можна погодитись укласти з об'єктом інтерв'ю всілякі угоди, зміст яких, на думку декого, суперечить основним принципам журналістики. У подібних випадках завжди потрібно попередньо звернутися до редактора або керівництва для ухвалення спільного рішення.

Цензура офіційно заборонена в багатьох країнах світу, і, попри це, щотижня, якщо не щоденно, в багатьох країнах світу здійснюються спроби зупинити неприємну публікацію – дзвінком редактору або погрозами на адресу автора статті. Таке грубе порушення закону можна зупинити лише консолідованими діями журналістського співтовариства, оскільки самотня боротьба, швидше за все, приречена на невдачу.

Редакції шведських засобів масової інформації мають досить широкі права на збір інформації та ухвалення рішень щодо можливості оприлюднення того чи іншого матеріалу. Репортер, наприклад, може без попередньої згоди звернутися до посадової особи в громадському місці, увімкнути мікрофон або камеру і почати запис розмови, навіть

якщо його співрозмовник цього не хоче. Плівка з записом стає надбанням редакції. І об'єкт інтерв'ю, незалежно від того, чи він представник влади, чиновник або приватна особа, не може запобігти публікації запису. Репортери шведських ЗМІ мають також законне право без попередження вести звуковий запис у приміщенні. Журналіст має право і на запис розмови, в якій сам бере участь. Прихований запис розмови, в якій репортер не бере участі, вважається прослуховуванням і, згідно зі шведським кримінальним правом, є серйозним злочином, який може спричинити за собою тюремне ув'язнення.

Те, що якісь методи роботи дозволені законом, ще не означає, що вони виправдані етично. Багато редакцій у Швеції розробляють власні правила роботи, які строго регламентують можливості застосування прихованих зйомок і звукозаписів. Одне з основних правил – об'єкт інтерв'ю повинен бути попереджений про те, що запис почався або вже триває. Винятки допустимі лише в тих випадках, коли важливі або суттєві обставини не можуть бути висвітлені інакше. Йдеться про вчинення злочинів або махінацій, нечесність посадових осіб, викриття яких неможливе без використання прихованої камери або мікрофона.

Використання цього методу дає змогу викрити банки, радники яких допомагають власникам капіталу уникати сплати податків. З допомогою прихованої камери були викриті лікарі, які, беручи хабарі, виписували лікарняні листи здоровим людям, спекулянти чорного ринку, расисти. Використання прихованої камери – один із методів, який журналісти можуть використовувати в складних умовах, але ним в жодному разі не варто зловживати. Недопустимо, щоб використання прихованої камери стало своєрідною самоціллю або драматургічною формою роботи над матеріалом. Шведське телебачення і Шведське радіо розробили свої правила, що обмежують використання цього методу. Використання відзнятого прихованою камерою відеоматеріалу або прихованих записів може порушити принцип недоторканності особистості, подібні випадки також можуть стати предметом обговорення в Раді з питань преси або Комісії з питань радіо- та телебачення.

У багатьох країнах репортери записують телефонні розмови на диктофон для протоколу ведення бесіди. У деяких редакціях такий метод роботи радше правило, ніж виняток. При цьому журналіст навіть не повідомляє своєму співрозмовнику, що він записує розмову. У такому випадку диктофон – це своєрідний записник. Записи не призначені для ефіру або публікації. Якщо співрозмовник запитав вас

про те, чи ви записуєте розмову, не варто ухилятися від відповіді, краще чесно пояснити, що ви це робите виключно з практичною метою.

Беріть за правило закінчувати інтерв'ю запитанням:

– Може, я забув про щось запитати?

ЗАВДАННЯ

Студентам:

1. Перегляньте газети у своїй мікрогрупі, оберіть актуальну тему дня/тижня. Визначте, з ким би ви хотіли провести інтерв'ю на цю тему. Обговоріть у своїй мікрогрупі структуру інтерв'ю, підготуйте питання, ретельно їх сформулювавши. Продумайте можливі питання, що розвивають тему.

2. Проведіть у групі рольові ігри для відпрацювання техніки інтерв'ю з такими типажами:

- надзвичайно сором'язлива людина;
- «млин» – людина, яка говорить швидко і багато;
- бюрократ – людиною, яка використовує складні формулювання і канцеляризми;
- «похмурий» – слизький і хитрий співрозмовник, який ухиляється від відповіді на гострі питання.

3. Проведіть кілька віртуальних пресконференцій. Попросіть викладача/колег виступити в ролі організатора пресконференції. Попрацюйте над кількома варіантами – недоступний чиновник, демагог, той, хто спантеличує, агресивний політик і т. і. Чи впливає характер об'єкта інтерв'ю на характер запитань та їхню постановку? Які висновки можна зробити, виходячи з результатів рольових ігор? Складіть пам'ятку для журналіста, який працює на пресконференціях.

Журналістам-практикам:

1. Прочитайте/послухайте/подивіться свої інтерв'ю. Зробіть аналіз своїх робіт на основі переліку «смертних гріхів» Саватського. Якщо ви виявили «заборонені» формулювання, переписіть питання так, щоб вони відповідали вимогам до добре сформульованих питань.

2. Оберіть кілька відомих у країні/місті людей – політиків, підприємців, громадських діячів. Розподіліть між співробітниками редакції завдання – хто з ким розмовляє. Запишіть на плівку інтерв'ю з цими людьми на тему «Що таке, на вашу думку, хороше інтерв'ю?». Перегляньте/послухайте записи. Які висновки можна зробити на базі отриманого матеріалу? Складіть перелік характеристик гарного інтерв'ю.

Глава 7

ЗАКОНОДАВЧА БАЗА

Якось мені довелося постати перед судом. Нам загрожував штраф, а в крайньому випадку – й ув'язнення за нібито наклеп на високопосадовця міністерства фінансів країни. Наша редакція розповіла про його жадібність, ми описали розкіш, в якій він перебував, його нечисті справи, однак службовець міністерства вважав, що його оббрехали і звернувся до суду з позовом до нашої редакції.

Атмосфера в залі суду була вкрай напружена. Нашу редакцію захищав головний юрист Шведського радіо – один із провідних фахівців у галузі правового регулювання роботи ЗМІ. Інтереси потерпілого від нас позивача представляв один з найкращих і найвідоміших адвокатів Швеції.

Інститут відповідального редактора / випускового

Тоді я був *відповідальним випусковим* інформаційної програми «Відлуння» на Шведському радіо і особисто відповідав за все, що виходить в ефір у межах цієї програми. Лише я ухвалював рішення про те, про що можна розповісти слухачам наших програм. А отже, і

відповідальність за ці рішення також була покладена на мене. Інститут відповідального видавця/випускового є важливою частиною шведського Закону про свободу слова, який захищає авторів статей і матеріалів від переслідувань.

Із запровадженням посади відповідального редактора /випускового шведські законодавці створили певний інститут, який інколи змушений відповідати за дії інших – репортерів, співробітників редакції, інформаторів. Це забезпечує гарантії свободи преси і свободи слова. Я керував редакцією «Відлуння» 7 років. На посаду шеф-редактора я був призначений радою директорів радіо за пропозицією виконавчого директора Шведського радіо. Після призначення вся реальна влада переходить до редактора/відповідального випускового. Ця влада передбачає, проте, і відповідальність за бюджет, кадри, техніку і приміщення. Підготовка новин та вихід в ефір у великих редакціях відбувається цілодобово, зокрема й у вечірній час за відсутності шефа. Це покладає особливу відповідальність на репортерів і випускових редакторів. Деякі рішення співробітники можуть ухвалити самостійно. Проте у складних ситуаціях, що стосуються, зокрема, етичних питань, рішення завжди ухвалює відповідальний редактор (випусковий). Тому щоразу, коли йшлося про публікацію, яка викликала сумніви, заступник редактора або автор сюжету повинні були консультиватися зі мною – шеф-редактором, навіть якщо це було глибокої ночі.

Того дня, коли я постав перед судом, вирішували питання про те, чи мала редакція програми «Відлуння» право діяти так, як це зробили ми у випадку з високопосадовцем Міністерства фінансів. А йшлося ось про що. Двоє співробітників на керівних посадах у міністерстві використовували отриману конфіденційну інформацію для спекуляцій на біржі. Крім того, вони співпрацювали з людиною, яка мала доволі сумнівний бізнес. Коли про це дізнався міністр фінансів Швеції, він віддав розпорядження про негайне звільнення обох співробітників. Інформація про це була розповсюджена у формі пресрелізу. Імена працівників міністерства не були розголошені, однак з інформації у пресрелізі можна було зрозуміти, що йшлося про топменеджерів. Співробітників такого рангу в міністерстві було не більше десятка.

В інформаційній цінності новини сумнівів не було – не кожен день уряд звільняє одразу двох високопосадовців. Ця новина, звичайно, варта розголосу. Але як бути з публікацією прізвищ звільнених?

Питання зовсім не просте. У Швеції редакції засобів масової інформації ставляться до публікації імен людей, підозрюваних у вчиненні злочинів і нерідко навіть уже засуджених, дуже рестриктивно. І тут йдеться про етичні правила, оскільки закон не забороняє оприлюднювати імена людей у подібних випадках.

Судові розгляди з приводу порушення Закону про свободу друку

Отже, нам необхідно було вирішити, як вчинити: чи лише обмежитися фразою «два співробітники, які обіймали керівні посади у міністерстві фінансів»? Однак, враховуючи те, що в міністерстві таких співробітників було небагато, ми могли запідозрити їх усіх. Чутки і спекуляції завдали б шкоди багатьом абсолютно не причетним до цієї справи людям, їхнім родичам і близьким.

Можливо, нам варто було сказати «два співробітники міністерства фінансів», але тоді не було б зрозуміло, що йдеться про керівників. Або ж сказати «два високопосадовці урядової канцелярії»? Тоді йшлося б про сотню працівників такого «рангу», тому не було б зрозуміло, кого саме звільнено.

Водночас ми вважали, що той факт, що йдеться про співробітників міністерства фінансів Швеції, має важливе значення, адже саме це відомство регулює роботу фінансових інститутів країни, крім того, значимою була й інформація про те, що міністр особисто звільнив двох нечистих на руку співробітників.

Ухвалюючи рішення, ми вважали, що публікація прізвищ обох звільнених працівників міністерства буде виправдана, незважаючи на те, що вони особисто та їхні родичі можуть постраждати від розголосу. Ми виходили з того, що інформація про міністерство фінансів має значення, як і відомості про те, що рішення ухвалив керівник відомства.

У сюжеті, який підготували журналісти після ухвалення цього рішення, ми розповіли про те, як звільнені чиновники заробляють гроші на розкішне життя (походи в дорогі ресторани, придбання яхт, дорогих прикрас і розкішного одягу). Ми також розповіли про їхні

зв'язки і контакти з представниками фінансового світу з дуже сумнівною репутацією.

Ми не врахували одне. У розповіді про звільнених працівників міністерства ми не показали відмінностей між ними. Пізніше виявилось, що один із них жив скромніше і наживався «менш активно», ніж інший, який не знав міри. Задля справедливості потрібно сказати, що автори матеріалу справді допустили ряд неточностей і перебільшень щодо одного із звільнених, однак на момент публікації в нас були підстави вважати, що ми не помиляємось. У своїх описах того, чим займалися обидва колишні працівники міністерства, достовірні джерела не робили різниці між ними. У документах також не було інформації про те, що один був «кращий», а інший «гірший», міністерство фінансів вжило однакові заходи щодо обох...

Чиновник міністерства, який «грішив менше», заявив, що він розцінює інформацію, озвучену в сюжеті «Відлуння», як наклеп. У своєму позові, поданому до суду, він писав про те, що розголошення ганебних відомостей про його нібито розкішне життя призвело до того, що багато його знайомих і сусідів почали погано ставитися до нього та членів його родини – дружини та дітей. Це, писав чоловік, що звернувся до суду, стало причиною депресії. Він також зазначав, що інформація про нього була недостовірна та дуже перебільшена, і тому він вимагав компенсації моральної шкоди в розмірі кількох сотень тисяч крон (кількох десятків тисяч доларів). У позові він також заявляв, що відповідальний за цю публікацію (тобто я) повинен бути засуджений до тюремного ув'язнення.

Отже, справою займався особливий суд присяжних (журі), який розглядає справи про порушення Закону про свободу друку. Я особисто не брав участі у підготовці сюжету, але оскільки я був шеф-редактором, а отже, і відповідальним випусковим, то перед судом поставав саме я. Відповідальний редактор/випусковий відповідає особисто, і це означає, що, якби мене засудили до штрафу, то я мав би сплатити його сам, і, в крайньому випадку, мені довелося б відсидіти термін у в'язниці. Однак компенсацію за моральну шкоду, якби було позитивне рішення справи для позивача, мало б оплатити Шведське радіо.

Слухання справи розпочалося. Суд вислухав свідків та експертів, щоб отримати якомога повнішу картину того, що сталося. Ми стверджували, що вчинили правильно, опублікувавши дані, які мала редакція, оскільки інформація була значущою для суспільства. Крім того, на момент виходу сюжету в ефір у нас були всі підстави вважати

опубліковані дані достовірними. Той факт, що деякі з озвучених даних виявилися не зовсім точними або коректними, не має значення, – стверджував мій адвокат, посилаючись на чинне законодавство.

Слухання справи про порушення Закону про свободу друку відбувається у присутності і суддів, і присяжних, громадських діячів та шанованих у суспільстві людей, чії кандидатури висувують різні політичні партії країни. Судді – два високопоставлені правники. Їхнє завдання – стежити за дотриманням законності.

Спочатку своє рішення винесуть присяжні. Якщо це буде виправдувальний вирок, судді не можуть змінити це рішення. Якщо ж присяжні визнають ЗМІ винним у порушенні Закону про свободу друку, то останнє слово залишається за суддями, які мають можливість виправдати засіб масової інформації, щодо якого подається позов.

У нашому випадку присяжні вважали, що редакція «Відлуння» порушила Закон про свободу друку очорненням звільненого чиновника, і постановили, що ми повинні виплатити йому компенсацію за моральну шкоду. Останнє слово, однак, залишалося за суддями, які могли або затвердити рішення присяжних, або винести виправдувальний вирок. Шведське законодавство надає журналістам широкі права для оприлюднення інформації. ЗМІ, яке опублікувало некоректні дані, може бути звільнене від підозр тоді, коли редакція може довести, що в неї були підстави вважати інформацію правильною на момент її публікації.

Судді постановили, що наші дії не можна вважати неправомірними, звільнили мене від підозр у публікації клевети і даних, що паплюжать репутацію. Колишньому співробітнику міністерства, який подав на мене до суду, довелося сплатити й власні судові витрати, й витрати Шведського радіо. Це рішення не змінила й апеляційна інстанція, куди звернувся ображений чиновник.

Наведений тут випадок не є якимось винятком. Він лише гарно ілюструє функціонування інституту відповідального редактора у Швеції і судові розгляди щодо преси. Щороку у Швеції розглядають не більше 10 позовів на ЗМІ. Один із прикладів – випадок з табloidним виданням *Expressen*, яке поширило брехливу інформацію про те, що відомий шведський кіноактор проходить лікування в реабілітаційній клініці для алкоголіків. Опубліковані дані були абсолютно не перевірені та неправильними. Артист був глибоко ображений черговими нападками газети. Канцлер юстиції країни з власної ініціативи висунув відповідальному редакторові (у цьому випадку – головному редактору)

Expressen обвинувачення в наклепі. Відповідальний видавець газети був визнаний винним у порушенні Закону про свободу преси і засуджений до сплати досить великої компенсації морального збитку, незважаючи на те, що *Expressen* раніше публічно вибачилася перед артистом і опублікувала поправку. Але і в цьому випадку перед судом постав головний редактор видання, а не автор статті.

У переважній більшості розглядів справ про порушення Закону про свободу преси виносять виправдувальний вирок ЗМІ. Судді керуються правилом «краще виправдати, ніж покарати» пресу. Засуджувальні вироки, здебільшого, стосуються публікації порнографічних сцен із застосуванням насильства, расистських висловлювань, розповсюдження дисків з музикою расистських організацій або пропаганди ідеології екстремістських організацій. Тож закон використовують зазвичай із метою зупинити порнографію з застосуванням насильства і расизм. Загалом шведські суди і правоохоронні органи виявляють велику терпимість до того, що публікують засоби масової інформації країни.

Принцип гласності

У Швеції доступ журналістів до інформації гарантує та регулює Конституція. В Основному законі є положення про свободу передавання інформації, анонімність джерела та вільний доступ громадян до офіційних документів (принцип відкритості), що, по суті, забезпечує постійний приплив інформації до редакцій. Основоположним принципом є те, що всі письмові вхідні та вихідні документи (листи, звіти, протоколи тощо) шведських урядових або муніципальних установ доступні громадськості. Не лише журналіст, а й будь-який громадянин має право ознайомитися з зареєстрованими в якійсь установі листами або документами, навіть без називання свого імені та без пояснень причин інтересу до них. Принцип гласності у Швеції був запроваджений ще в найпершій редакції Закону про свободу друку в 1766 році. Тоді він був унікальним.

«З метою сприяння вільному обміну думками та всебічному розповсюдженню інформації, кожен громадянин повинен мати право ознайомитися з офіційними документами».

Закон про свободу друку. Глава 2, § 1

Отже, принцип відкритості дає можливість будь-якій людині (не лише журналістам) ознайомитися з суспільно доступними документами. Такими є офіційні документи, що надійшли в установу або в ній створені, якщо вони не є таємними за Законом про конфіденційність, в якому міститься перелік тих категорій документів, на які може бути накладено відповідний гриф. Під час пошуку потрібного документу репортер може скористатися журналами реєстрації вхідної та вихідної документації, які є в усіх установах, або просто попросити чиновника, що веде облік, дозволити йому ознайомитися з листами певної особи, які ця особа надіслала до цієї установи. У журналі реєстрації повинна бути внесена й коротка інформація про документи з грифом таємності.

Принцип гласності не поширюється на комерційні структури, які мають право відмовитися надати журналістам відомості, посилаючись на комерційну таємницю.

Однак наявність закону ще не означає, що журналісти або громадяни завжди без проблем можуть отримати документ, який їх цікавить. Традиції відкритості сильні у шведському суспільстві, але все ж бувають випадки, коли установи мають певні підстави не надавати репортеріві якийсь документ. Якщо журналістові або громадянину відмовлено в наданні суспільно доступного документа, той має право вимагати рішення в письмовій формі, де буде вказано причину відмови, зроблено посилання на те, яка саме норма Закону про конфіденційність інформації є підставою для відмови. При наявності письмової відмови громадянин може оскаржити рішення посадової особи в адміністративному суді (аж до третьої інстанції). У відмові завжди повинно бути зазначено, в який спосіб можна оскаржити це рішення. Досить часто журналістам, які оскаржили рішення, вдається виграти справу в адміністративних судах і, зрештою, отримати документ на руки. Звичайно, така процедура вимагає часу, однак тут важливий принцип - гласність необхідно відстоювати щодня.

Посадові особи зобов'язані надати доступний суспільству документ «негайно або в найкоротші терміни», за винятком тих випадків, коли для цього «є суттєві перешкоди». Канцлер юстиції, відомство якого стежить за дотриманням Закону про свободу слова, зазвичай не шкодує ті установи, які утримуються з видачею документів. Зазвичай документ повинен бути наданий відразу, протягом кількох

хвилин, але в окремих випадках можливі затримки на один або кілька днів.

«Вимога доступу до публічного документа повинна розглядатися без затримок. Повідомлення про видачу документа має бути зроблено того ж дня, затримка допустима лише в тих випадках, коли зміст документа, його характер або сфера поширення вимагають від посадових осіб ухвалення рішення про те, чи є вказаний документ доступним для громадськості та підлягає оприлюдненню, чи ні».

З положення JO 89:1583

В Основному законі Швеції закріплено також право громадян країни на відкриття засобів масової інформації. Тут же міститься положення про *заборону цензури*, чинну й у воєнний час. На практиці це означає, що будь-який розгляд можна здійснювати вже за фактом публікації, але ніхто, крім відповідального редактора/видавничого, не має права зупиняти публікацію/вихід в ефір матеріалу, який підготувала редакція.

Захист джерела

Зasadничими в Законі про свободу слова і Законі про свободу друку у Швеції є норми про захист джерела, за якими люди, які передають інформацію в ЗМІ, повинні мати право на збереження анонімності, якщо вони цього бажають. Інший бік цієї норми – звільнення від відповідальності джерела інформації, тобто на практиці за публікацію недостовірних даних відповідає відповідальний редактор/видавничий, який допустив публікацію, а не джерело інформації. Посадова особа або журналіст, які порушили цю норму, за рішенням шведського суду, можуть бути засуджені до покарання – грошового штрафу або тюремного ув'язнення на термін до одного року. У Швеції репортер за розкриття джерела може нести юридичну відповідальність.

Це чинний закон, судді використовують його постійно, декілька разів на рік. Судові слухання, здебільшого, стосуються спроб посадових осіб встановити, через кого у пресу просочилася невігідна для установи інформація, адже це також заборонено Основним Законом країни.

Низка керівників поліції та інших структур Швеції поплавилися своєю посадою за те, що намагалися з'ясувати, хто із співробітників передає ту чи іншу інформацію в ЗМІ. Керівника однієї з архівних служб Університету Упсали звільнили і призначили штраф за те, що він намагався дізнатися у своїх підлеглих, хто з них розмовляв із репортером місцевого радіо. Журналіст таблоїду опублікував інформацію про те, що неонацисти нібито загрожують відомим у країні людям. Інформація виявилася сфабрикованою самими неонацистами, але в процесі розгляду автор статті викрив джерело інформації, за що був змушений сплатити штраф. Відомий політик і член виконкому одного з муніципалітетів Південної Швеції постав перед судом після намагання з'ясувати, хто написав листа до місцевої газети з критикою на його адресу. Однак він був виправданий, оскільки суд вирішив, що він діяв радше як приватна, а не посадова особа.

Бесіда з джерелом інформації, якому гарантована анонімність, будується на певних умовах. Зазвичай, йдеться про так звані розмови для фону: джерело розповідає журналістові, якому він/вона довіряє, про те, що йому/їй відомо, вірячи в обіцянку зберегти анонімність. Журналіст, який отримав інформацію від анонімного джерела, має право використовувати її повністю, але так, щоб уникнути розкриття джерела. Можливість і право передавання інформації громадян у ЗМІ є своєрідною «центральною нервовою системою» демократичного суспільства. Звичайний робітник, нянька в лікарні, продавчиня магазину, так само, як і високопоставлені особи, дипломати і політики, повинні мати можливість розповісти про те, що відбувається на їхніх робочих місцях або поділитися відомостями, якими вони володіють, без ризику розголосу їхніх імен і без страху зазнати переслідувань. Свобода передавання інформації та право на збереження анонімності джерела – це своєрідні «запобіжні клапани» демократії.

Журналіст, який отримав відомості від джерела на умовах гарантування анонімності, бере на себе не лише юридичну, а й моральну відповідальність. Тому іноді репортер, дотримуючись моральних зобов'язань, мусить продовжувати приховувати своє джерело навіть тоді, коли влада або судові інстанції вимагають його розкриття, що у Швеції відбувається лише у виняткових випадках.

Звісно, в загальному правилі безкарності передавання інформації та анонімності джерел є винятки. Якщо інформатор передає в редакцію відомості, які можуть становити загрозу національній безпеці, то судові інстанції мають право розшукати джерело цієї інформації та піддати

його кримінальному переслідуванню. Подібні злочини класифікуються як тяжкі, тому суд може вимагати від репортера розголошення джерела. Проте варто зауважити, що заборона на розшук і розкриття джерел поширюється лише на офіційні установи та організації, а не на підприємства чи приватних осіб. Роботодавець у приватній фірмі цілком може організувати «полювання» на того, хто передав інформацію до ЗМІ, так само, як журналіст може запитати свого колегу про те, які джерела той використовує.

Можливість анонімно передавати відомості в засоби масової інформації важлива, оскільки дає змогу мати доступ до інформації, яка без такої можливості не була б розголошена. Законотворці врахували цей факт і створили правову платформу для зміцнення демократичного устрою суспільства.

Іншим важливим аспектом положень про свободу передавання інформації та гарантії анонімності джерела є те, що вони допомагають журналістам краще зрозуміти те, що відбувається. У дипломатичному світі існують добре розроблені та продумані правила гри. Дипломат або працівник міністерства закордонних справ можуть мати серйозні підстави надати кореспонденту дані про певну подію, але при цьому попросити не цитувати його і не вказувати його ім'я.

Припустимо, що під час "розмови для фону" з послом Швеції в одній з країн світу репортер дізнається від нього, що в країні пустила глибокі коріння корупція. Шведський дипломат розповідає журналістові про те, що багато високопосадовців зловживають своїм становищем і беруть хабарі, наводить конкретні приклади. Дипломат допомагає йому вникнути в ситуацію та отримати її правдивий опис, який кореспондент навряд чи зміг би мати, черпаючи інформацію лише з офіційних джерел. У цьому випадку було б нерозумно вимагати від посла публічного виступу в газеті, теле- чи радіопрограмі.

На тих же умовах поліцейський може розповісти репортеру про зміст матеріалів слідства. Депутат, який представляє в парламенті велику партію, не ризикує публічно виступати з приводу чвар, що розривають на частини його партійну організацію. Але він може розповісти про це в розмові з журналістом газети, якому повністю довіряє.

Якби громадяни не мали можливості анонімно передавати інформацію журналістам, дуже багато з того, що відбувається в кулуарах влади, в установах і організаціях, ніколи не стало б надбанням громадськості. Розмови з усними джерелами інформації – важливий метод роботи журналіста. Ось чому репортерів просто необхідно створювати мережу таких джерел, які обертаються в різних сферах суспільства і готові розповісти про те, що відбувається на їхніх робочих місцях або в певній сфері. Причини прагнення джерел "поділитися" інформацією з журналістом можуть бути найрізноманітнішими і не завжди благородними. Під прикриттям і захистом норм про свободу передавання інформації люди можуть повідомляти відомості з корисливих мотивів. Репортер повинен чітко усвідомлювати це, оцінюючи своє джерело. Водночас багато хто надає відомості журналістам абсолютно безкорисливо або з благородних спонукань.

Інформація, яку передав у газету *The Washington Post* колишній високопосадовець ФБР, призвела до Уотергейтського скандалу і відставки президента Річарда Ніксона. Два молодих журналісти газети *The Washington Post* Боб Вудворд і Карл Бернстайн першими повідомили про причетність Білого дому до скандалу, вони використовували факти від Марка Фелта, "людини номер два" у ФБР. Причиною, що спонукала його передати інформацію журналістам, стало його невдоволення нечесними методами президента країни.

Щоб донести до аудиторії коректну інформацію та показати адекватну картину політичного життя, політичний оглядач повинен сповна володіти інформацією. Політик або чиновник у довірливій розмові може не тільки розповісти журналісту про ухвалене рішення, або висунення того чи іншого кандидата, а й про те, які аргументи були наведені за і проти, хто виступав на засіданні, що він/вона сказав тощо. У цьому випадку цілком зрозуміле і виправдане бажання джерела інформації залишитися анонімним. Аналіз і коментарі щодо тієї чи іншої політичної події в країні вимагають від оглядача глибокої обізнаності про те, що насправді приховане за подією, що сталася. Звичайно ж, оцінюючи і відбираючи отримані від анонімного джерела відомості, журналіст повинен задуматися над тим, якими мотивами керувався його співрозмовник, коли ділився своїми знаннями. Але правдиву і вагому інформацію необхідно оприлюднювати навіть тоді, коли джерело інформації відкрито переслідує свої цілі.

Не варто забувати про те, що представники влади і журналісти живуть і перебувають у різних сферах. Політикам нерідко доводиться

стикатися з проблемою вибору. Ухвалюючи те чи інше рішення, вони повинні керуватися ідеологією партії, яку представляють, маючи на це мандат від своїх виборців. У демократичному суспільстві більшість народних обранців прагне ухвалення сприятливих для електорату рішень. Питання тільки в тому, ЯК цього досягти. Що краще для суспільства – зниження податків чи їхнє підвищення? Що краще для Швеції – бути членом ЄМС чи ні? Що краще для робітників – обов'язкове членство в касі на випадок безробіття чи добровільне?

Відповідь на питання ЯК визначено ідеологією партії, яку представляє політик. Однак не можна сказати, що *прагнення* і *бажання* внести свою лепту в будівництво благополучного суспільства властиве тільки представникам "лівих". Або, навпаки, "правих". Я вважаю, що в суспільстві, яке досягло певного рівня демократії, важлива повага до депутатів за те, що вони, отримавши мандат від своїх виборців, взяли за нелегку справу.

Проблема, однак, полягає в тому, що шведським журналістам все важче отримувати інформацію про процеси, що ведуть до ухвалення того чи іншого рішення. Депутати все частіше уникають контакту з репортерами. Ми, журналісти, вносимо свою лепту в процес «демонізації та містифікації» представників влади. Розповсюдженою є так звана драматургія боротьби добра зі злом, коли «злом», зазвичай, є політик, а «добром» сам журналіст. Це не просто неправильне і спрощене уявлення про складні процеси політичного життя суспільства, а й часто навіть шкідливе. Суспільство, в якому поширена думка про те, що, мовляв, усі депутати – нероби та неuki, ризикує виробити зневагу до політики загалом, що, відповідно, може призвести до поступового розвалу демократичних інститутів суспільства.

...

У день виборів громадяни *демократичних країн* віддають свій голос за певного кандидата, залежно від своїх ідеологічних симпатій і антипатій. Коли ми віддаємо свій голос, то передаємо право людині, за яку проголосувала більшість, відстоювати наші інтереси на різних рівнях влади. Місія обранця народу почесна, але й відповідальна, і заслуговує на повагу.

Після певного періоду часу ми, виборці, маємо повне право поставити запитання про те, як депутат виконує свої передвиборчі обіцянки? Як він/вона справляється зі своїми обов'язками, чи виправдав він/вона мої очікування? У пошуках відповіді на це питання вирішальну роль відіграють засоби масової інформації. Саме вони

доносять до громадськості інформацію про роботу депутатів місцевих, регіональних і центральних органів управління. Депутат, якому нічого приховувати, не має сенсу ховатися від репортерів за сімома замками та всіляко уникати з ними контактів. Водночас і репортеру не обов'язково оцінювати всіх представників влади як ворогів і шахраїв, яких потрібно викрити, й апріорі займати ворожу позицію стосовно них. Оптимальною є спроба репортера описати того чи іншого політика об'єктивно. У процесі конструктивного діалогу можуть відкритися як позитивні, так і негативні сторони співрозмовника, але у того буде шанс пояснити свої вчинки або рішення.

Той, хто не хоче спілкуватися з медіа, відмовляється відповідати на запитання журналістів, дає поживу для чуток за принципом «не хоче говорити, значить щось приховує». А це, як ми вже зауважили, – змазка для процесу «демонізації» ролі політиків. Депутат заслуговуватиме на повагу виборців, коли ті побачать, почують або прочитають про те, що їхній обранець прагне відстоювати інтереси свого електорату і вносить вагомий внесок у будівництво благополучного суспільства. На повагу, як правило, заслуговує той, хто готовий до відкритого діалогу навіть у не найвигідніших для себе ситуаціях. У демократичній державі конструктивний діалог журналістів із представниками влади готує підґрунтя для розуміння ролі політиків і умов їхньої праці. Той, хто втікає від журналістів, а отже, і від своїх виборців, не має ображатися на не надто приємні характеристики з боку суспільства. Відсутність інформації створює ґрунт для домислів.

Працювати з джерелами

Робота з анонімними джерелами інформації – делікатна справа, що вимагає від журналіста вміння канатоходця зберігати баланс. Стосунки з джерелом не можуть бути товариськими, і водночас не повинні бути занадто прохолодними, якщо ви зацікавлені створити довірливу атмосферу. Той, хто передає відомості і розраховує залишитися анонімним, піддає себе ризику можливого викриття.

Інформатор повинен мати підстави вірити в те, що журналіст зуміє використати отримані ним дані так, щоб це не призвело до розкриття джерела. Він також повинен мати підстави сподіватися, що, за необхідності, репортер, дотримуючись морального обов'язку, зробить

все, щоб захистити його. Моральні зобов'язання законом не передбачені. Вони є наслідком довірливих взаємин між джерелом і журналістом, у якого, в свою чергу, повинні бути вагомі підстави вірити, що йому надають правдиву інформацію і не намагаються маніпулювати ним. У такій ситуації встановлюється особливий зв'язок між репортером і джерелом, який може бути дещо вразливим з погляду благонадійності журналіста. Врешті-решт, йдеться про те, що обидві сторони повинні усвідомлювати свої ролі і завдання в демократичному суспільстві.

Журналіст повинен дбайливо ставитися до своїх джерел. Це, зокрема, означає, що йому необхідно регулярно підтримувати контакт із ними, повідомляти, як була використана надана йому інформація. Репортер може прочитати по телефону або надіслати копію чернетки статті чи тексту до сюжету, що базується на даних, отриманих від джерела. Якщо репортер і інформатор домовилися про те, що відомості не можуть бути оприлюднені раніше обумовленого часу, журналіст зобов'язаний дотримуватися слова. Навіть тоді, коли є ризик, що конкуренти можуть його випередити.

Ще один спосіб захистити своє джерело – спробувати знайти підтвердження отриманим відомостям у інших джерелах або в офіційних, доступних громадськості документах. Необхідності посилатися на анонімного автора висловлювань може не бути, якщо інформацію можна отримати іншим способом. Після публікації джерело почуває себе впевненіше, коли зауважує, що журналіст дотримав обіцянку зберегти його анонімність. Відкритість щодо джерела важлива, коли йдеться про інформування про те, як просувається робота з даними, отриманими від нього. Але репортер за жодних обставин не повинен розкривати інші джерела.

Один із методів захисту свого джерела – знаходити нові джерела. Це добре не тільки для перевірки даних та підстраховки, а й для забезпечення самого джерела. Якщо журналіст, працюючи над темою, розмовляє з кількома обізнаними особами, вони сприйматимуть саме себе як першоджерело інформації, навіть якщо вони були зовсім не багатослівними. Після публікації матеріалу багато хто із співрозмовників кореспондента буде ламати собі голову над тим, хто ж усе-таки розповів усе журналістові. Кожен із них на деякий час «піде на дно», щоб їх ні в чому не запідозрили.

Як ми вже відзначали, причини передавання інформації журналісту можуть бути різними і далеко не завжди благородними. Під

прикриттям і захистом положення про свободу передання інформації, люди можуть повідомляти відомості з корисливою, тенденційною і навіть наклепницькою метою. Репортер повинен чітко усвідомлювати всі ризики під час оцінки свого джерела. Пропаганда та маніпуляція все частіше стають причинами витоку інформації. Журналісти, що відображають політичне життя країни, повинні мати чітке розуміння задумів джерела. Належність до політичної партії або членство в певній організації може бути причиною передання інформації у вигідному контексті для нього і його організації. Критично налаштований до джерел репортер повинен мати інформаторів, що репрезентують різні політичні інтереси та спектри.

Під час збору інформації журналіст повинен завжди *прагнути* використовувати інформацію від різних інформаторів, однак це не може бути абсолютною і безумовною вимогою. Репортер оцінює джерело з огляду на свій досвід роботи з ним. Зовсім не обов'язково *завжди* отримувати відомості від двох незалежних одне від одного джерел для підстав стверджувати щось. Такі уявлення все ще мають місце в журналістському світі з часів Уотергейтського скандалу, коли репортери *The Washington Post* дотримувалися цього принципу. Однак критичне ставлення до своїх джерел – дуже складний процес.

On the record (для публікації)

На підприємстві, в установі, політичній партії чи організації повинна панувати атмосфера відкритості. Це базова основа вільного обміну думками.

Прерогативою під час збору інформації для її подальшого оприлюднення повинна бути умова, що особи, які передають відомості журналісту, роблять це *on the record* – «для протоколу», тобто з вказанням свого імені, посади та наданням права цитувати будь-яку частину свого виступу. Вихідним пунктом розмови до постановки кореспондентом першого питання повинна бути домовленість про те, що розмова відкрита. Вона здійснюється для оприлюднення її змісту, а не для того, щоб репортер зберіг інформацію для себе.

Використані в журналістському тексті лапки на позначення цитати або тире – на позначення прямої мови повинно засвідчувати дослівне цитування сказаного співрозмовником. На жаль, у шведських

засобах масової інформації все частіше спостерігається неакуратне використання цитат із промов. Усе більш поширений метод узагальнення сказаного респондентом. Це цілком прийнятно, допоки не спотворюється зміст розмови, але в тексті в такому разі не потрібно використовувати лапки. Часто нам просто потрібно зробити резюме з довгого виступу, але тоді варто чітко розділити цитати і текст журналіста.

Off the record (не для друку)

Цей широко розповсюджений у США термін практично не застосовується у Швеції. В американській журналістиці поняття «не для друку» або «поза протоколом» закріплене офіційно і досить чітко визначене.

Штаб-квартира НАТО розробила офіційне тлумачення «основних правил спілкування посадових осіб із представниками ЗМІ». Ці правила, визнані обома сторонами, регулюють використання журналістами отриманої ними інформації:

On the record (для друку) – все, що сказала людина, яка передає інформацію, можна цитувати дослівно, з зазначенням її імені та займаної посади або з непрямым посиланням на промовця чи посадову особу. Офіцерам і командному складу рекомендується саме так спілкуватися з журналістами.

Background (фон) – інформація, яку можна використовувати без уточнення джерела. Умови домовленості можуть бути різні. Співрозмовник має право вимагати від журналіста, щоб його ім'я, посада та назва організації, яку він представляє, не фігурували в публікації. Репортер також може подати інформацію аудиторії як результат його журналістського розслідування.

Off the record (не для друку) – дані, які не можна оприлюднювати в журналістських публікаціях. Інформацію надають репортеріві для ознайомлення з даними та формування власної оцінки. Щоб уникнути непорозумінь, штаб-квартира НАТО настійно рекомендує посадовим особам не використовувати цей спосіб спілкування з журналістами, за винятком тих випадків, коли йдеться про екстремальні чи неординарні ситуації, і тільки

після консультації з вищим офіцером, відповідальним за контакти зі ЗМІ.

Джерело: НАТО/НАСС/PFP, не засекречено, Додаток А до AD 95-1

Я поділяю скептицизм штаб-квартири НАТО щодо таких форм спілкування між посадовими особами та представниками ЗМІ. Не варто домовлятися зі своїм джерелом про отримання відомостей за умови, що їх не можна використовувати в роботі. Якщо журналіст не може скористатися інформацією, то навіщо вона йому взагалі? Репортер збирає дані, щоб передати їх іншим і завжди повинен мати можливість їх використовувати. Тут доречно порівняти працю журналіста з роботою збирача податків. Уявіть собі, що податківець, збираючи гроші, відкладає кілька купюр собі в кишеню. При цьому він розуміє, що це не його особисті гроші, а кошти, що належать суспільству. Інформація, яку отримує журналіст із різних джерел, також не є його власністю, а його читачів, глядачів чи слухачів.

Тут є ще один важливий аспект. Як вчинити репортеріві, якщо він раптом отримує ту ж інформацію з іншого, вже відкритого джерела? Чи зв'язаний він досі даною собі раніше обіцянкою, чи може оприлюднити відомості? Іноді ситуація може стати абсолютно не розв'язною. Метод використання попередження «не для друку» часто пояснював тим, що журналістові, мовляв, «корисно мати повну уяву про підґрунтя події», однак часто цей метод може завести й у глухий кут.

Умови розмови репортера і джерела потрібно конкретно обговорити ще до її початку. Вихідним пунктом повинна бути, звичайно, форма «для друку» (цей термін цілком прийнятний) до того моменту, поки обидві сторони не вирішать змінити умову розмови. Це своєрідний неписаний договір, який зобов'язує журналіста дотримуватися встановлених умов. Добре, якщо репортер також відразу домовиться з джерелом, як він може репрезентувати його у своїй публікації.

Все, що було сказано джерелом до того моменту, поки обидві сторони не домовилися про анонімність джерела, можна цитувати. Вимога про нерозголошення особистості і посади респондента не може бути пред'явлена журналістові після розмови. Чинювник, з яким розмовляє журналіст, не може раптово заявити, що він відмовляється від своїх слів або наприкінці розмови вимагати від журналіста захисту

його анонімності. Однак люди, які не звикли давати інтерв'ю, не можуть знати тонкощів термінології або умов, тому репортер повинен надати чітку інформацію про чинні правила. На практиці буває і таке: достатньо досвідчене джерело під час розмови «для протоколу» може видати інформацію, яка явно вимагає захисту його анонімності. У такому разі все сказане джерелом можна цитувати, але репортер, зацікавлений у збереженні свого інформатора, повинен сам потрактувати всю розмову як «фон».

Узагалі журналісту варто брати ініціативу в свої руки, орієнтуючи співрозмовника в нетрях чинних правил і форм спілкування. Зазвичай, це заспокоює тих, хто відчуває себе трохи невпевнено. Я сам не раз до початку бесіди домовлявся з першокласними джерелами про те, що наша розмова ведеться для «фону» до того моменту, поки ми не вирішимо перейти на іншу форму спілкування. Я трактую «фон» так:

«Фон» означає, що репортер може використовувати всю інформацію, передану йому джерелом у розмові, і цитувати будь-яке його висловлювання за умови, що джерело в жодному разі не буде розкрито. Джерело посилається на закріплений Конституцією обов'язок журналіста захищати анонімність того, хто надав йому інформацію.

Біла брехня

Іноді захист джерел може виправдовувати і мотивувати обман та спотворення в публікації.

Розкриття інформатором деталей розмови, про яку відомо лише дуже обмеженому колу людей, ставить його під загрозу можливого викриття. Незважаючи на те, що ви домовляєтеся про те, що все сказане можна цитувати і використовувати в журналістському матеріалі, на практиці це часто нереально, оскільки може призвести до викриття джерела. Іноді, щоб уникнути цього, репортер змушений у своєму матеріалі відходити від дослівного цитування. Особисто мені не раз доводилося «заминати» деякі відомості і навіть «вкраплювати» явні неточності та помилки лише для того, щоби приховати своє джерело.

Якщо багатьом відомо, що джерело і репортер давно знають один одного або перебувають у гарних стосунках, то журналісту краще передати отриману інформацію своєму колезі і відмовитися від

авторства викривального матеріалу. Це ефективний спосіб захистити своє джерело, хоча й досить болісний для самого репортера, адже славу і визнання отримує інший.

Попри те, що журналіст володіє інформацією, яку він може цитувати і використовувати відповідно до умов розмови «для фону», під час розкриття важливої інформації йому доводиться виявляти обережність і кмітливість. Часто зовсім не потрібно розголошувати, що ваше джерело – міністр, чиновник на високій посаді в урядовій канцелярії, представник керівництва партії тощо. Такі уточнення дають привід для домислів і спроб вирахувати джерело. Навіть якщо інформатор – лідер партії або голова місцевої адміністрації, у багатьох випадках краще назвати його дещо розпливчато, скажімо, авторитетним джерелом, якщо посилання на автора висловлювань узагалі необхідне. Не варто, однак, представляти інформатора особою, що працює в Міністерстві фінансів, якщо насправді він – депутат парламенту. Подібна брехня може призвести до того, що абсолютно безпідставно можна запідозрити вузьке коло людей.

Зазвичай усні повідомлення або «наводка», надані джерелом, призводять до появи публічної інформації на певну тему. У таких випадках немає потреба посилатися на анонімне джерело. Достатньо процитувати доступні громадськості документи, не хизуючись при цьому тим, що у вас є інформація і від анонімного інформатора. Адже це тільки зайве може викликати підозри щодо тих, чия анонімність ви зацікавлені зберегти.

Отже, журналіст не повинен отримувати від джерел інформацію, яку він не може використовувати у своїх матеріалах. А що робити репортеру, який на вечірці у друзів раптом почує захопливу, сповнену викриттів, розповідь одного з гостей, який не підозрює, що тут присутній журналіст? Як бути, якщо друг дитинства, у пориві відвертості, розповідає вам про те, що відбувається у нього на роботі? Як вчинити, якщо хтось із родичів або знайомих ділиться з вами закритою інформацією, маючи до неї доступ на роботі або службі?

Деякі журналісти стверджують, що це – питання принципу і що репортер завжди на службі. Але в дружбі, як і в журналістиці, є своя етика. Після багатьох років роботи репортером моє ставлення до цих питань стало більш прагматичним. Не можна зраджувати своїх близьких друзів. Родинні або дружні стосунки можуть поставити журналіста в такі умови, що він не зможе виконати завдання неупереджено. Я глибоко переконаний у тому, що в деяких ситуаціях,

обумовлених приватним життям репортера, журналістові потрібно добровільно відмовитися від роботи з матеріалом. Кохання важливіше за роботу. Той, хто цього не визнає, намагається обманути самого себе.

Правила етики

Як зазначалося раніше, Закон про свободу преси має велике значення для політичного життя Швеції. У першій редакції закон був ухвалений ще в 1966 році. Звичайно, відтоді до тексту закону вносили поправки, часто пов'язані з технічним прогресом або появою нових ЗМІ. У новій редакції конституційний Закон про свободу преси окреслює рамки свободи слова в галузі радіо- і телемовлення. Однак поява інтернету і нових каналів передачі інформації вимагає нових змін, тому у Швеції триває робота щодо нових поправок до закону.

Враховуючи той факт, що судові справи щодо засобів масової інформації відбуваються у Швеції надзвичайно рідко, існує потреба в інших інститутах суспільства, куди громадяни можуть звертатися зі скаргами на публікації з вимогою опублікувати спростування або виправити неточні дані. Можливість врегулювання спірних питань без втручання судових інстанцій регулюється не законодавчими актами, а добровільними зобов'язаннями самої преси. Перший Кодекс журналістської етики з'явився у Швеції ще в 1923 році. Перелік етичних правил, який підготував Клуб публіцистів, слугував «путівною зіркою» для редакцій видань і їхніх співробітників, а також орієнтиром для роботи Ради з питань преси. Звичайно, відтоді багато що змінилося: склад і форми роботи Ради з питань преси, Кодекс журналістської етики, який неодноразово удосконалювали, доповнювали і редагували. Далі подаємо ту частину кодексу, яка стосується правил опублікування журналістських матеріалів.

Правила опублікування

Забезпечте достовірність інформації

1. Роль ЗМІ в сучасному суспільстві та довіра до них з боку громадськості вимагають від них коректної та всебічної передачі новин.

2. Критично поставтесь до джерел інформації. Перевіряйте дані настільки ретельно, наскільки дозволяють обставини, навіть тоді, коли ці дані вже опубліковані. Забезпечте чітке розмежування подачі фактів і коментарів.

3. Рекламний анонс номера, заголовки та лід статті повинні відображати основний зміст відповідних статей або репортажів.

4. Переконайтеся в автентичності фотографій. Стежте за точністю ілюстрацій та графіків і за їхнім використанням у правильному контексті.

Не уникайте дискусій

5. Фактичні помилки повинні бути виправлені на першу вимогу. Кожному, хто хоче спростувати будь-яке твердження і має на це законне право, повинна бути надана така можливість. Виправлення та спростування потрібно публікувати без зволікань і в такому вигляді, щоб їх одразу могли помітити ті, хто читав опублікований матеріал. Необхідно зазначити, що спростування не завжди вимагає коментаря редакції.

6. Негайно публікуйте зауваження та критику щодо вашої газети, підготовлені Радою з питань преси.

Поважайте недоторканність особистого життя

7. Будьте уважні, коли поширюєте факти, пов'язані із втручанням у приватне життя громадян. Робіть це тільки за наявності явно вираженого суспільного інтересу.

8. Будьте максимально делікатні, коли публікуєте матеріали про самогубства або спроби самогубства, враховуйте почуття рідних і близьких, дотримуйтесь принципу недоторканності особистого життя.

9. Будьте особливо уважні до жертв насильства та нещасних випадків. Публікація імен у таких випадках може завдати серйозної моральної шкоди постраждалим і їхнім близьким.

10. Не акцентуйте увагу на расовій та національній належності людини, її статі, професії, політичних і релігійних переконаннях, якщо такі деталі не є контекстуально або змістовно необхідними.

Будьте уважні при використанні фотографій

11. Наведені вище правила також стосуються і фотографій.

12. Монтаж, цифрова обробка фотографій та підписи до них не повинні вводити читача в оману та викликати у нього неправильні уявлення. Обов'язково забезпечте зображення, яке зазнало змін, або фотомонтаж відповідними поясненнями. Це стосується й архівних матеріалів.

Вислухайте всі сторони

13. Дайте можливість людині, на адресу якої висловлені критичні зауваження, одразу ж відповісти на них. Старайтеся викласти думки всіх зацікавлених сторін. Також пам'ятайте і про те, що єдиною метою деяких заяв може бути заподіяння шкоди іншим сторонам.

14. Пам'ятайте, що, за законом, особа, підозрювана у вчиненні кримінально злочину, вважається невинною, поки її провина не буде повністю доведена в суді. Завжди потрібно повідомляти про остаточне рішення суду у справі, яку раніше висвітлювали.

Будьте обережні при публікації імен

15. Ретельно зважте на можливі згубні наслідки опублікування імен людей. Оприлюднюйте ім'я людини лише тоді, коли цього вимагає суспільний інтерес.

16. Якщо не передбачається називати ім'я людини, утримайтеся від публікації його фотографій, а також від згадування даних, які дозволяють його впізнати, – таких, наприклад, як рід занять, посада, вік, стать чи національність.

17. Знайте, що вся відповідальність за публікацію імен і фотографій повністю покладається на особу, яка їх оприлюднила.

Будь-який громадянин може подати скаргу на дії друкованих видань омбудсмену з питань преси. Заявник повинен вказати у своєму зверненні, що саме в публікації, на яку він скаржиться, є образою, наклепом або спотворенням фактів. Заяву може подати й особа, яка не фігурує в публікації, але в такому випадку особа, що вважає себе ображеною газетою, повинна дати свою згоду на подачу скарги. Після

отримання заяви зі скаргою на публікацію в пресі, омбудсмен насамперед вивчає проблему, зокрема з'ясовує, чи публікація справді порушує загальноприйнятну практику журналістики. Далі – аналізує, чи може заявник розраховувати на виправлення або спростування у виданні, що надрукувало матеріал, на який заявник скаржитися, і чи прийнятне для заявника таке вирішення конфлікту. Якщо справу неможливо врегулювати в такий спосіб, омбудсмен звертається до відповідального редактора газети за письмовим поясненням. Після цього заявник отримує можливість прокоментувати пояснення відповідального редактора.

Якщо в ході такого розслідування омбудсмен робить висновок, що підстав для винесення осуду газеті немає, то справу закривають, і заявника негайно інформують про це. Заявник має можливість оскаржити рішення омбудсмена в Раді з питань преси. Якщо ж омбудсмен у процесі свого розслідування дійде висновку про те, що газета порушила етичні правила, то він передає справу до Ради з питань преси. Якщо Рада з питань преси доходить висновку, що публікація є порушенням загальноприйнятої практики, виданню, яке опублікувало цей матеріал, виносять осуд, в якому, зазвичай, не вказане ім'я заявника. Газета повинна опублікувати осуд Ради з питань преси «на помітному в газеті місці», а також сплатити адміністративний штраф. Кошти, що надходять від стягнення штрафів, використовують для фінансування поточної діяльності омбудсмена з питань преси та Ради з питань преси.

Звичайно ж, Швеція повинна дотримуватись і міжнародних правил і угод, зокрема Конвенції ООН про права людини, яка закріплює за кожною людиною право вільно висловлювати свою думку. Питання свободи слова прописані також у Європейській конвенції з захисту прав людини та основних свобод, яка була ухвалена в 1950 році Радою Європи.

Радіо і телебачення

Роботу електронних ЗМІ у Швеції регулює Закон про радіо і телебачення, в якому, зокрема, зазначено, що для здійснення радіомовлення або телемовлення за системою наземних передавачів, в

аналоговому чи цифровому форматі необхідно отримати ліцензію на мовлення. Ліцензія на мовлення громадського радіо і телебачення (*Шведське радіо і Шведське телебачення*) складається з чотирьох розділів: загальні положення, програмний зміст, право на спростування, а також положення, які регулюють рекламу та спонсорську діяльність. Комерційний канал *ТВ 4* також оформляє ліцензію на мовлення, в якій, зокрема, обумовлені умови публікації реклами, яка, до речі, заборонена на громадському радіо і телебаченні. На відміну від комерційних каналів, які фінансуються в основному за рахунок продажу рекламного часу, громадські радіо і телерадіокомпанії фінансуються з ліцензійного фонду, що формується за рахунок абонентської плати, яку сплачують усі власники телевізійних приймачів.

Одна з вимог до громадського телебачення і радіо – безпристрасне і неупереджене висвітлення подій. Глядачі і слухачі громадських радіо- і телеканалів повинні мати можливість отримувати різнобічну інформацію – новини, програми на тему культури, розважальні та освітні програми, новини спорту. У Статуті Шведського телебачення, зокрема, зазначено, що «діяльність повинна здійснюватись незалежно від держави та комерційних інтересів». Аналогічне положення є і в Статуті Шведського радіо.

Роботу радіо і телебачення у Швеції контролює державний Комітет із питань радіо і телебачення. Комітет повинен стежити за дотриманням Закону про радіо і телебачення та Ліцензії на мовлення різними радіо- та телекомпаніями країни. Членів комітету призначає уряд, а очолює його суддя високого рангу. Глядачі можуть звернутися до Комітету зі скаргою на зміст тієї чи іншої програми. Члени комітету вивчають скаргу і можуть винести осуд на адресу програми. Найсуворішим покаранням є відкликання ліцензії на мовлення, але жодного випадку відкликання у шведській практиці не було.

Розумно, однак, поставити питання, наскільки ж незалежним є громадське радіо і телебачення від держави, і чи не варто його називати не громадським, а державним?

Я почав свою роботу на Шведському радіо у 1969 році, пізніше перейшов на Шведське телебачення, і з впевненістю можу сказати, що за ці вже майже 40 років роботи жодного разу не стикався зі спробами політиків, депутатів Риксдага або членів уряду натиснути на керівництво радіо- чи телеканалів або спробувати зупинити вихід передачі в ефір. Водночас мені не раз доводилося чути, як депутати,

міністри, високопосадовці критикували деякі програми або сюжети *SVT* чи *SR* між собою або публічно, але, ще раз повторюю, у моїй практиці не було жодного випадку, коли б влада намагалася завадити виходу в ефір сюжету з критикою. Лайка на адресу журналістів – звична справа. Однак будь-яка спроба управляти журналістами, здійснена політиками, слугувала б причиною для гучного скандалу. Ось чому можна сказати, що суспільному радіо- і телебаченню у Швеції справді вдалося досягти незалежності від держави.

ЗАВДАННЯ

Студентам:

1. Складіть у мікрогрупах список законів, що регулюють діяльність журналістів у вашій країні. Які закони працюють на практиці, які не працюють? Які закони/положення закону, на вашу думку, обмежують свободу слова? Порівняйте з законами, що регулюють роботу журналістів у Швеції.

2. Знайдіть інформацію про свіжі випадки позовів до засобів масової інформації/журналістів у вашій країні. Обговоріть ці випадки в групі.

Журналістам-практикам:

Наскільки незалежна від різних інтересів у суспільстві редакція, в якій ви працюєте? Хто намагається тиснути на редакцію? Як можна протистояти цьому тиску?

Глава 8

Принцип нейтрального ставлення до наслідків публікації

Уночі з 10 на 11 січня 1997 року болгарський спецназ атакував демонстрантів, що зібралися біля будівлі парламенту в Софії. Розгін мирної демонстрації став кульмінацією напруженої ситуації в країні та політичної нестабільності, що спричинили заворушення і масові протести проти керівництва БСП – Болгарської соціалістичної партії та прем'єр-міністра країни Жана Віденова.

Ця подія також стала поворотним моментом у відносинах болгарських засобів масової інформації та влади. Болгарські журналісти досі пам'ятають про «феномен Дарик», що вніс корективи в новітню історію Болгарії. Історія «Дарик» – чудовий приклад, що підтверджує значення незалежних ЗМІ та їхню роль у суспільстві, а також прекрасна ілюстрація принципу, який хотів би описати в цій книжці і який називаю «принципом нейтрального ставлення до наслідків публікації». Це принцип, до реалізації якого, на мою думку, журналістам потрібно прагнути.

Два роки влади Болгарської соціалістичної партії (колишньої комуністичної) довели країну до фінансового та економічного краху: закриття банків, гіперінфляція, порожні прилавки продуктових

магазинів. Щодо недалекогоглядної політики уряду почали лунаати все більш гучні голоси протесту, опозиція вимагала відставки кабінету міністрів і проведення дострокових парламентських виборів. Країною прокотилася хвиля масових протестів.

10 січня 1997 року біля будівлі парламенту в Софії зібрався численний натовп, на якому мітингарі вимагали розпуску парламенту та проведення позачергових виборів. Уряд і парламент відхилили вимоги демонстрантів. У відповідь мітингувальники заявили, що не випустять парламентарів із будівлі доти, поки керівництво країни не прислухається до голосу народу. У другій половині дня невелика група войовничо налаштованих мітингувальників спробувала штурмувати будівлю, але їх зупинила поліція. Переважна більшість демонстрантів була налаштована мирно, протягом дня сталося лише кілька сутичок із поліцейськими, переважно через правоохоронців. Уряд не був налаштований на поступки й ухвалив рішення очистити площу від демонстрантів із застосуванням сили. О 2 годині ночі 11 січня спецназівці розігнали народ, вдаючись до найбільш жорстоких методів.

Використовуючи свою владу над радіо і телебаченням, уряд доклав усіх зусиль, щоб заблокувати інформацію про ці події. 10 січня в ефірі державної радіокомпанії БНР замість екстрених випусків новин грала спокійна музика, на площі перед будівлею парламенту працювали «особливо надійні» журналісти станції. Державне телебачення БНТ зверталось з закликами до мітингувальників і громадськості «поводитися розумно» і припинити страйкувати. Державне радіо і телебачення позбавили мітингувальників «права голосу» і не пускали їх в ефір. У повідомленнях БНР і БНТ демонстранти виглядали як хулігани і скандалісти.

Опівночі БНТ відкликала з площі біля парламенту своїх журналістів і операторів, залишивши тим самим повну свободу дій поліції та спецназу. Влада і підконтрольні їй ЗМІ позбавили народ можливості дізнатися, що ж відбувалося тієї ночі на площі.

Невелика приватна радіостанція «Дарік», навпаки, направила на площу практично весь штат журналістів – співробітників служби новин, спортивних коментаторів, журналістів, що висвітлюють економіку, – всіх, хто в цей вирішальний день міг вийти на роботу. Всю ніч журналісти «Дарік» висвітлювали розвиток подій на площі. Вони розповідали людям про те, як жорстоко розправлялися з демонстрантами охоронці порядку та спецназ. У ефірі невеликої

радіостанції лунали голоси демонстрантів, їхні вимоги до уряду та парламенту.

«Дарік» прорвала інформаційну блокаду, репортерам радіостанції вдалося втамувати інформаційний голод людей, які прагнули дізнатися, що ж відбувалося на головній площі країни. Як з'ясувалося пізніше, 55% людей, які слухали в ті дні радіо, слухали «Дарік» і тільки 25% – БНР. Радіостанція «Дарік» здобула аудиторію та її довіру, стала найрейтинговішим радіо за результатами опитувань і вимірів, проведених після січневих подій.

Повідомлення цієї радіостанції спричинили радикальні зміни на політичній арені країни. Викриття неприйнятних методів боротьби з демонстрантами змусило уряд піти у відставку. У квітні 1997 року в країні були проведені дострокові вибори, на яких опозиційні партії здобули перемогу. Радіо «Дарік», у свою чергу, здобуло перемогу над спробами влади задушити голос народу та інформаційні канали країни. Станція не була власністю держави, а отже, уряд не міг диктувати умови її керівництву. У своїй оцінці новин редактори радіостанції виходили з суспільної значущості події, а не з тих наслідків, до яких могло призвести її висвітлення.

Натомість державне радіо і телебачення, злякавшись наслідків, вирішило йти «правильним» шляхом і підкорилося волі уряду, що відобразилося спочатку в тенденційному висвітленні подій і цензурі, а потім і в повному перекритті потоку інформації.

Принцип нейтрального ставлення до наслідків означає, що журналіст, відбираючи новини, не повинен думати про те, хто може перемогти або постраждати від того, що правдива та значима для аудиторії новина буде оприлюднена.

Це, в свою чергу, передбачає, що редакції повинні прагнути передавати ту інформацію, яка є достовірною і важливою для їхньої аудиторії. Відповідальність за наслідки, викликані цими публікаціями, не можна покладати на редакцію. Якщо для ухвалення рішення про публікацію журналістського матеріалу репортер або редакція розраховує і враховує його можливі економічні або політичні наслідки, то принцип безпристрасної передачі інформації порушений, і мова вже йде про формування думок. Журналіст не повинен своїми діями переслідувати мету досягнення якогось ефекту. При відборі новин він не може враховувати інтереси тієї чи іншої сторони. У цьому випадку репортер має бути нещадним. Потрібно уточнити, що мова йде про інформаційну журналістику, а не про формування громадської думки.

У передовиці чи редакційній колонці⁴ газета може висловлювати думки та інтереси, що відповідають її політичній спрямованості. Цілком прийнятно, щоб газета на *спеціально відведеному* місці боролася за той чи інший варіант розвитку суспільства і пропонувала свої рішення різних проблем. Однак роздільна лінія між новинами та думками – між *news and views* – повинна бути чітка.

Отже, основоположними критеріями в доборі та оцінюванні новин повинні бути правдивість і значимість інформації. Обом цим поняттям важко дати точне визначення і ще складніше втілити їх у життя. Що таке істина? Жоден суд, філософ чи науковець не зможе дати однозначне і беззаперечне визначення цьому поняттю. А журналістові щоденно доводиться відсіювати хибну або сумнівну інформацію від тієї, що, на його думку, є правдивою і достовірною.

Вимога щодо правдивості інформації означає на практиці, що репортер, відбираючи новини, повинен керуватися фактами. Те, про що ми повідомляємо нашій аудиторії, має бути коректним і перевіреним з величезною ретельністю.

Критику значимості визначити легше, але застосування її не менш складне на практиці. Йдеться про інформацію, важливу для нашої аудиторії, про негласну угоду між тими, хто постачає новини, і тими, хто їх споживає. Критерії значущості в профспілковому або спеціалізованому виданні одні, в жовтій пресі – інші. Те, що здається важливим для місцевої газети, для загальнонаціонального видання, можливо, буде нецікавим.

Керуючись досвідом і покладаючись на своє професійне чуття, журналіст, за можливості, повинен намагатися відбирати ті новини, які, на його думку, значимі для його аудиторії. Тиск ззовні, чужі або власні інтереси та думки не повинні впливати на ухвалені ним рішення.

Йдеться тут про незалежність інформаційних органів. Недопустимо, щоб невисловлена особлива зацікавленість у чомусь або особисті симпатії та антипатії редактора чи автора впливали на відбір новин. У цій роботі вирішальною повинна бути професійна оцінка репортера, зроблена без урахування позитивних чи негативних для

⁴ У Швеції друга шпальта газети в переважній більшості випадків є передовою або редакційною, на якій сам редактор сторінки та співробітники його відділу можуть висловлювати свої політичні симпатії та робити оцінні коментарі. На всіх інших шпальтах політична спрямованість видання не повинна виявлятися. (Прим. ред.).

певної сторони наслідків, до яких може призвести публікація, а не позиції партій чи урядів.

Мітинг на площі біля будівлі парламенту – новина, і вона повинна бути відображена, народ має право знати про те, що відбувається, незважаючи на те, які наслідки такої публікації.

Отже, ми знову повертаємося до питання про роль журналіста, про завдання інформаційних служб в демократичному суспільстві, про владу засобів масової інформації та про те, як вона використовується. На практиці все, зазвичай, виявляється набагато складніше, існує багато прикордонних, або так званих «сірих» зон – коли застосування певного принципу не є однозначним.

Тому цілком доречно говорити про *дилему* принципу нейтрального ставлення до наслідків публікації. Захопленість журналіста – джерело, з якого він черпає натхнення, нейтральне ставлення до наслідків – те, чого журналіст має прагнути. Наше завдання – утримати баланс між можливим і бажаним.

Репортер має захоплено повідомляти про важливі для громадян події, але не пропонувати і не нав'язувати їм свої рішення з кожного питання. Захоплення темою – прекрасно, але лише до певної межі. У цьому, напевно, і полягає дилема принципу. Коли ми повинні бути нейтральними стосовно наслідків? У яких випадках цей метод роботи важко застосувати? А коли взагалі неможливо? Це надзвичайно складне і широке питання, відповідь на яке потребує окремої книги.

Дотримуватися цього принципу простіше, коли йдеться про питання загальнонаціонального характеру, і значно складніше, коли торкається життя й інтересів приватної особи. Заклики президента країни до захисту «інтересів нації» не повинні зупиняти журналіста і його редакцію у прагненні опублікувати достовірну і важливу для суспільства інформацію. Американським журналістам довелося навчитися цього на гіркому досвіді.

У 1961 році журналісти американської газети *The New York Times* Тед Шульц і Джеймс Рестон здобули відомості про те, що ЦРУ сприяло підготовці нападу на Кубу, який мав бути здійснений силами іммігрантів з Острова Свободи, що проживають в США і вороже налаштованих до режиму Кастро. Ця інформація безсумнівно мала високу цінність і заслуговувала на те, щоби стати новиною першої шпальти. *The New York Times* дотримувалася в своїй роботі принципу нейтрального ставлення до наслідків, що виражено в кількох рядках на

першій шпальті: *All the news that's fit to print*. – Усі новини, гідні публікації.

ЦРУ попередило президента Джона Кеннеді про те, що *The New York Times* володіла вкрай секретною інформацією. Кеннеді кинувся до телефону і зв'язався з відповідальним редактором газети Орвіллом Дрейфусом, попросив його накласти вето на публікацію. Своє прохання президент мотивував тим, що розкриття загрожує операції провалом, призведе до загибелі багатьох солдатів у кровопролитних боях, що завдасть шкоди інтересам нації. «Чи може керівництво газети взяти на себе відповідальність за такі наслідки?» – таке питання поставив Кеннеді Дрейфусу.

Найдивовижніше в цій історії не те, що президент зателефонував редактору газети, а те, що керівництво *The New York Times* піддалося тиску з боку президента з закликами проявити патріотизм. І хоча десь на сторінках газети все ж таки з'явилася маленька інформаційна замітка про чутки щодо можливого нападу на Кубу, не було повідомлено ні про те, що він повинен був відбутися в найближчі дні, ні про те, що в підготовці було задіяне ЦРУ. Замітка не викликала жодної реакції. Висадка в Бухті свиней (затока Кочінос) відбулася 17 квітня 1961 року, як і було заплановано. Операція зазнала повного провалу. Збройна група, що складалася з 1500 кубинських емігрантів, була розбита за три дні боїв, а становище Фіделя Кастро на Кубі ще більше поліпшилося.

Яка ж відповідальність *The New York Times* за те, що сталося? Якби газета оприлюднила дані, які в неї були, висадка на узбережжі Куби, найімовірніше, не відбулася б. Саме такий докір згодом висловив Кеннеді газеті, яка, за його словами, в цьому питанні була надмірно стримана і обережна. Якби *The New York Times* надрукувала всю правду про підготовку операції, то операцію скасували б, країна не була б принижена цим провалом, а сотні людських життів були б врятовані. Ці звинувачення Кеннеді висловив Дрейфусу публічно.

Ця історія стала повчальна для американських журналістів, а її відгомін дійшов до молодого покоління репортерів. Наслідки журналістської публікації неможливо передбачити, тому редакції не повинні піддаватися спекулятивним міркуванням про можливі ефекти оприлюднення тієї чи іншої новини. Незалежна редакція не повинна підпорядковуватися навіть президентові та спекуляціям з приводу розуміння інтересів нації. Завдання ЗМІ – оприлюднювати ту інформацію, достовірність якої документально підтверджена і має

значущість для читацької аудиторії. У тому, що оприлюднена новина може призвести до війни або до укладення миру, не можна робити винною редакцію.

Принцип, розглянутий у цій главі, важливий і тоді, коли редакція має дані про корупцію та контрабанду, що пустили коріння на великому військовому підприємстві країни. Проте в багатьох країнах, серед різних груп населення існує своє розуміння про завдання засобів масової інформації в суспільстві. За роки роботи репортером і редактором служби новин на радіо, мені не раз доводилося чути докори, мовляв, ми, журналісти, безсовісні, постійно женемось за «смаженими» фактами і обожнюємо смакувати скандальні історії. Багато хто вважає, що перед тим, як вирішити, чи друкувати матеріал, чи ні, нам не завадило б замислитися над наслідками.

З такою реакцією мені довелося зіткнутися і навесні 1987 року, після того, як наша редакція новин «Відлуння» викрила шведське оборонне підприємство *Vofors*, яке заплатило великі хабарі, щоб отримати від Індії великий контракт на постачання польових гаубиць. Ця новина призвела до нечуваних наслідків, і нам не раз доводилося слухати докори на кшталт: *«Вам, скандалістам з "Відлуння", варто було б подумати, до чого призведе ваше полювання на сенсації!»*.

Викриття, справді, завдало шкоди багатьом. Воно завдало шкоди шведському уряду і соціал-демократичній партії країни. Воно нашкодило пам'яті Улофа Пальме, який мав репутацію миротворця. Тепер стало очевидно, що під час своїх поїздок він обговорював не лише питання миру, а й можливості постачання зброї. Повідомлення журналістів «Відлуння» завдали шкоди шведському експорту загалом, оскільки продукцію зі Швеції почали ототожнювати з корупцією і хабарництвом, до підприємства *Vofors* на багато років було втрачено довіру на світовому ринку. Слово «буфорс» тепер є у мові хінді й означає хабарі та корупцію. З'явилося навіть висловлювання «займатися буфорсом», тобто займатися нечистими справами, давати хабарі.

Повідомлення нашої редакції дуже зашкодили тодішньому уряду Індії. Прем'єр-міністр Раджив Ганді не раз говорив про те, що головною причиною, чому він програв вибори, був скандал, спричинений з угодою з *Vofors*.

Тож, новина призвела до зміни уряду в одній з найбільш густонаселених країн світу. Нечасто повідомлення «Відлуння» призводили до таких колосальних наслідків, як це. Пізніше з'явилася

інформація про те, що Раджив Ганді розробляв план нападу на сусідній Пакистан, щоб відволікти увагу свого народу від скандалу з *Vofors*. Якби це трапилося, то кривава війна з сотнями, а може, і тисячами загиблих, стала б трагічним наслідком викривальних матеріалів нашої редакції. Тепер, багато років по тому, ми знаємо, що ця війна не спалахнула, але якби вона все-таки стала реальністю, чи означало б це, що особисто я (тоді відповідальний за випуск на «Відлунні») повинен був би відповідати за трагічні наслідки?

Я глибоко переконаний у тому, що я відповідаю лише за одне – за оцінку наявної в нашому розпорядженні інформації за критеріями достовірності та значущості. У нашому розпорядженні були документи та достовірні свідчення, що підтверджували факти корупції, які пізніше витримали перевірку під час слідства та розглядів і, більше того, були підтверджені індійською владою.

Ми вважали, що громадяни обох країн мали право та повинні були отримати інформацію про те, як Швеція отримала найбільше для країни (на той час) експортне замовлення, яке оцінювали 8 млрд крон (за курсом валюти у 2007 р. – понад 1 млрд доларів США). Саме тому ми вирішили оприлюднити цю новину, відповідальність за наслідки не можна покладати на мене. Відповідати повинні були ті, хто давав хабарі, і ті, хто їх брав.

У журналістиці є давня традиція, згідно з якою журналіст повинен допомагати звичайній людині. Репортер повинен стояти на боці знедолених, це впливає з неписаного закону нашої професії. Кого у Швеції можна вважати більш незахищеним, ніж біженця, який ховається від переслідувань у церкві далекої північної провінції Норрланд? Хто, як не журналіст, повинен допомогти цій беззахисній людині?

Принцип нейтрального ставлення до наслідків означає, що наше завдання полягає не в тому, щоб *допомагати* або *нашкодити* комусь. Мета, яку ставить перед собою журналіст, не в тому, щоб підтримати президента Кеннеді або скинути прем'єр-міністра Ганді. Наше завдання – передати своїй аудиторії інформацію, якою ми володіємо і вважаємо важливою. І все ж багато хто вважає, що ми повинні стояти на стороні добродійності. Це уявлення – хибне. Журналіст не повинен стояти на *чиємусь боці*, і саме в цьому суть нашої ролі в суспільстві.

Сім'я Сінкарі, яка ховалася від депортації в невеличкій церкві в поселенні Оселе на півночі Швеції, як основний доказ політичних

переслідувань у себе на батьківщині, використовувала вирізку з турецької газети.

Ця вирізка – оголошення турецької влади в розшук батька родини Сінкарі, якого звинувачували у співпраці з РПК⁵. Регіональна програма новин Шведського телебачення – *Nordnytt* (Новини Півночі), повідомила про це, як тільки співробітники редакції дізналися про нього. Після виходу сюжету в ефір позиція родини Сінкарі поліпшилася – на прохання про надання притулку були підстави, адже батька родини піддано політичним переслідуванням у себе на батьківщині, отже, Сінкарі мають право на отримання статусу біженців у Швеції. Редакція *Nordnytt*, однак, вирішила показати цю новину не тому, щоб досягти подібного ефекту, а тому, що оцінила інформацію як правдиву та важливу для аудиторії.

Редакція новин цього регіонального каналу Шведського телебачення продовжила своє розслідування, один із кореспондентів вирушив до Анкари, де в архіві Національної бібліотеки виявив, що представлена як доказ публікація оголошення – очевидна підробка. У газеті з вказаною Сінкарі датою, яку репортер знайшов у архіві, не було жодного оголошення про розшук. На місці, де воно нібито розміщувалося, було надруковано репортаж про футбольний матч. Той “аргумент”, який раніше зміцнив становище родини у Швеції, тепер поставив їхнє перебування в країні під питання. Стало очевидно, що Сінкарі не мали права на отримання політичного притулку. Кореспондент *Nordnytt* своїм розслідуванням завдав шкоди сім'ї Сінкарі. Чи правильно він вчинив? Хто, як не журналіст, має допомагати безправним і слабким?

Але де ж тоді проходить межа? Наскільки сильно ми повинні прагнути допомогти? Чи маємо ми право приховувати здобуту нами достовірну і важливу інформацію, знаючи, що комусь вона може завдати шкоди?

Застосування принципу нейтрального ставлення до наслідків часто пов'язане з дилемою. Однак у наведеному тут прикладі ситуація цілком зрозуміла.

Ретельне розслідування редакції показало, що були вагомі підстави вважати фальшивим єдиний доказ політичних переслідувань, який представила сім'я. Міграційне відомство відхилило наведену

⁵ РПК (РКК – Partia Karkaren Kurdistan) – Робоча партія Курдистану; заборонена у Туреччині, розцінюється турецькою владою як терористична організація. (Прим. ред.).

газетну вирізку на підтвердження слів Сінкарі, справу про надання притулку на підставі політичного переслідування було передано на розгляд уряду. Його рішення залежало від оцінки достовірності оголошення про розшук. Саме тому оголошення-підробка було таке важливе значення для результату справи. Чи мала громадськість право на отримання достовірної інформації, чи ні?

Таке питання повинна ставити собі редакція, навіть якщо її співробітникам суто по-людськи може бути шкода сім'ю Сінкарі, навіть якщо у батька сімейства могли бути підстави для підробки оголошення про розшук.

Оприлюднення нових даних, що викривали підробку, було не тільки виправданим, але й необхідним. Якщо ми, навіть із найдобриших спонукань, почнемо цензурувати зібраний нами матеріал, то поступово підірвемо довіру нашої аудиторії. Якщо громадськість почне підозрювати, що засоби масової інформації свідомо замовчують якісь факти, скажімо, про стосуються біженців, це призведе до підвищеної підозрілості до цих груп населення і створить благодатний ґрунт для упереджень і домислів. Благородні наміри ЗМІ не розпалювати пристрасті навколо іммігрантів, що виражаються в «тактовному» ігноруванні конфліктів і пліток на цю тему, можуть призвести до абсолютно протилежного ефекту – ксенофобії та підозрілості щодо іноземців.

З іншого боку, дотримання принципу нейтрального ставлення до наслідків не повинно доходити до абсурду. Завжди були, є і будуть ситуації, коли можливі наслідки публікації даних мають такий характер, що їхнє оприлюднення є небажаним. Класичний приклад цього – захоплення заручників у банку на Нормальсторьєт у Стокгольмі в 1973 р., коли озброєні грабіжники захопили кілька заручників, яких вони тримали в підвальних приміщеннях банку РК. Розвиток подій детально висвітлювали в екстрених випусках радіо- і теленовін. Обидва грабіжники регулярно слухали зведення останніх новин. Журналістам і поліції було відомо, що у бандитів є радіоприймач. Поліція почала підготовку операції з визволення заручників, що включала штурм підвального приміщення з використанням сльозогінного газу. Потрібно було вирішити, чи повідомляти Шведське радіо про підготовку операції в черговому або екстреному випуску новин? Дані були достовірними і, поза всяким сумнівом, становили інтерес для громадськості. Проблема полягала в тому, що ці повідомлення попередили б злочинців про майбутній штурм. У відчайдушній спробі запобігти цьому грабіжники

могли наражати життя заручників на небезпеку. Керівництво радіо вирішило повідомити про штурм банку після того, як операція буде завершена.

Обставини навколо цієї драми, загроза для життя і безпеки заручників переважали важливість дотримання принципу нейтрального ставлення до наслідків, які були більше ніж очевидні. Питання, яке варто ставити в таких випадках, – чи завдасть затримка з повідомленням новини на пів години шкоди демократичному устрою суспільства, в цьому випадку не було актуальним. Драма, що розігралася на стокгольмській площі Нормальмсторьєт, – яскравий приклад того, що принцип нейтрального ставлення до наслідків не завжди можна застосувати на практиці.

І в іншій драмі з заручником, що розігралась у Швеції майже через 30 років після цієї історії, журналісти вчинили так само. Злочинна група з балтійської держави викрала молодого й успішного шведського бізнесмена. Викрадачі тримали свою жертву в сараї, десь недалеко від Стокгольма, і погрожували батькам розправою над їхнім сином, якщо ті звернуться до поліції по допомогу.

Родичі викраденого бізнесмена таємно все ж звернулися до поліції, але відомості про це просочилися у вечірню газету *Expressen*. Якби це таблоїдне видання опублікувало свою інформацію, злочинці зрозуміли б, що батьки їхньої жертви, попри загрозу, звернулися до поліції. Це могло б призвести до розправи над молодим мільярдером.

Керівництво газети *Expressen* вирішило пожертвувати ексклюзивною сенсаційною новиною, однак домовилося з родичами про те, що перше інтерв'ю після звільненням бізнесмен має дати репортеріві саме цього видання. Інтерполу вдалося спіймати викрадачів під час драматичної автогонки в Парижі. Це сталося вже після того, як родичі передали їм викуп – великі гроші. Журналіст *Expressen* взяв інтерв'ю у звільненого заручника, як і було домовлено.

Восени 2005 року данське видання *Jyllands Posten* надрукувало кілька карикатурних малюнків на пророка Мухаммеда, що пізніше викликало хвилю протестів у багатьох мусульманських країнах. Публікація мала провокативний характер, але не була порушенням Закону про свободу слова, в межах якого сатира, навіть жовчна, дозволена.

Публікація карикатур призвела до більш ніж відчутних наслідків для данських компаній, зокрема, в арабських країнах був оголошений

бойкот продукції великого шведсько-данського молочного концерну *Arla*, що спричинило мільйонні збитки концерну. Представники мусульманських релігійних організацій та арабських країн вимагали, щоб данський уряд втрутився в це питання і змусив вибачитися керівництво данської газети. Але данський уряд підкреслив, що він не має права втручатися в справи вільної преси і що вимога застосування санкцій щодо видання суперечить основоположним принципам і цінностям демократичного суспільства, навіть якщо йдеться про злу та гостру сатиру. І тут повинен діяти принцип нейтрального ставлення до наслідків. Якщо рішення про публікацію (правильне чи помилкове) ухвалив відповідальний редактор, ніхто – ні уряд його країни, ні уряди інших держав – не має права зупинити публікацію або змінити її.

Шведські газети не друкували ці карикатури. Шведський міністр закордонних справ Лайла Фрейвальдс доручила співробітнику свого відомства звернутися до інтернет-провайдера, який здавав місце на сервері під вебсайт, що передрукував сатиричні малюнки з зображенням пророка Мухаммеда. Невідомо, чи спробував співробітник МЗС тиснути на провайдера інтернет-зв'язку і власників цього сайту. Однак самого лише факту, що співробітник шведського відомства контактував з інтернет-компанією щодо публікації і в такий спосіб намагався обмежити свободу слова, було достатньо для жорсткої критики на адресу МЗС, зокрема з боку прем'єр-міністра країни. Коли було встановлено, що співробітник діяв за дорученням голови зовнішньополітичного відомства, Лайла Фрейвальдс була вимушена негайно піти у відставку.

У засобів масової інформації є влада: впливати, критикувати, встановлювати порядок дебатів. У короткостроковій перспективі ЗМІ мають владу визначати теми обговорень і повідомлень, у довгостроковій перспективі – над тим, що сприймається в суспільстві як важливе. Влада – предмет досліджень, це поняття з численними і далеко не безсумнівними формулюваннями.

Стосунки влади особливі тим, що хтось може реалізувати свою волю щодо іншого.

Макс Вебер

Влада – це досягнення поставлених цілей.

Бертран Рассел

Загальним для багатьох визначень є те, що вони передбачають певний зв'язок між *метою (наміром)* і *наслідком*. Той, хто має владу, виношує цілі досягнення певного ефекту: «Впливати – значить отримати результат, намагаючись досягти своєї мети».

Принцип нейтрального ставлення має, отже, значення для розуміння того, як владу журналістів сприймають у суспільстві. Намагання дотримуватися цього принципу в передаванні інформації означає, що репортер повинен відмовитися відстоювати будь-які інтереси і завдання щодо матеріалу, який він сам або його редакція вирішують друкувати чи не друкувати. Оприлюднення факту має наслідки і, більше того, може вплинути на подальший розвиток подій, залежно від конкретних обставин. Журналіст повинен активно протистояти виношуванню таких задумів під час роботи з новинами. У цьому і є суть вимоги нейтрального ставлення до наслідків. Хто його дотримується, не використовує свою владу над іншими в тому розумінні, яке визначене в наведених цитатах. Кожний репортер знає про почуття спокуси порушити цей принцип і контролювати виконавчу владу. Однак ця влада і обов'язок журналіста – поняття несумісні.

Принцип незалежності засобів масової інформації важливий як для організації роботи інформаційних служб загалом, так і для визначення юридичної бази їхньої діяльності. Незалежність медіа, як і свобода слова, повинна не лише гарантуватись, а й захищатись конституцією, зокрема, наданням видавцеві суверенного права одноосібно відповідати за публікацію, заборонаю цензури тощо. У Швеції законодавці та засоби масової інформації у цьому досягли багато. Інформаційні служби країни мають можливість бути нейтральними щодо інших інститутів влади і під час надзвичайних ситуацій, зокрема й у випадку війни.

Уявімо собі, що Швеція стоїть на межі збройного конфлікту з іншою державою. Звичайно, важко сказати, що може відбуватися в реальній ситуації, але цілком ймовірний розвиток сценарію, наведений далі, що називається

Кровопротиття в Ломчері

Ось уже рік поряд зі Швецією йде війна. Війська ворожої держави ще 10 місяців тому перетнули кордон з Фінляндією й сьогодні стоять практично біля кордону Швеції. Інтервенти змучені війною й перебоями в постачанні провіантом. Солдати грабують і вбивають мирне населення, сіючи страх і залишаючи по собі руїни. Десятки тисяч біженців – фінів, представників балтійських держав – шукають притулку від жорстоких загарбників у Швеції і Норвегії.

Холодної березневої ночі чергова група біженців перейшла по замерзлій річці Турне-Ельв, на півночі країни, опинившись нарешті на території Швеції. Виснажені, погано одягнені, змучені голодом і холодом люди. У натовпі здебільшого літні люди, діти, жінки, проте миготять і обличчя молодих чоловіків. Виснажені тривалим переходом біженці розбивають табір на засніженому полі, поблизу поселення Ломчер, по дорозі між Хапарандою та Карунгі.

На початку березня ситуація критична, пікова для Швеції, табори для біженців переповнені, у країні панує страх, майже істерія щодо можливого вторгнення ворога в країну. Ворожа пропаганда стає все більш агресивною, підливаючи масло в вогонь і сіючи паніку. У кабінетах шведської розвідки триває напружена розумова робота: як і коли почнеться вторгнення, який хід зробить підступний ворог? що стане приводом для військових дій – саботаж, теракт чи провокація? а, можливо, ворог проникне в країну під виглядом біженців?

Чутки, що розповзаються як змії, наводять жах не лише на мирне населення країни, а й створюють ґрунт для нервозності у шведській армії. Багато призовників ніколи «не нюхали пороху» і про бої знають лише з чуток. Усе більше мешканців країни впевнені в тому, що солдати ворожих спеціальних підрозділів проникають у країну під виглядом біженців, і незабаром, зібравши достатньо сил, завдадуть удару зсередини. Страх породжує ірраціональні дії, в країні зростає підозрілість, що межує з ненавистю до людей, які рятуються тут від війни.

Підполковник Грен, командир полку прикордонної охорони, прокинувся о третій годині ночі від телефонного дзвінка. Телефонували з поліції. Вночі до поліцейської дільниці звернувся мешканець села Ломчер, він повідомив, що група біженців розбила тут табір, у натовпі біженців, на його думку, «явно були представники ворожої армії».

Отже, командир полку прикордонної охорони отримав інформацію, що ворог, здається, разом із біженцями перетнув річку і зараз перебуває під Ломчером. Чи це справді так, поки що невідомо. Підполковник Грен відправляє в розвідку загін, щоби з'ясувати чисельність і дислокацію людей, які, можливо, замасковані під біженців вороги.

Командир прикордонного загону Свен Карлссон разом зі своїми солдатами в наметі неподалік від Кукколи, всього за 20 хвилин їзди на лижах до Ломчера. Військовослужбовцям належить виконати завдання – в повному бойовому спорядженні дістатися до Ломчера й уточнити обстановку. Усі солдати цього взводу – новобранці, атмосфера в групі напружена. О четвертій годині ранку солдати прикордонного загону зайняли позицію за невеличким пагорбом трохи вище Ломчера. Зі свого укриття вони бачать, як у пекельній темряві сяють іскри від вогнищ, у нічній тиші ледь чутні голоси людей, які говорять незнайомою мовою.

Що відбувається? Здається, на полі розбили табір біженці, що рятуються від війни. Але чи немає серед них солдатів? У бінокль нічного бачення Свен Карлссон бачить обличчя молодих людей, які, здавалося, охороняють табір. Хто вони – біженці чи переодягнені у цивільне солдати ворожої армії? Чи вони озброєні?

Лейтенант Карлссон віддає завдання чотирьом військовослужбовцям з'ясувати, хто розбив табір, скільки їх і чи озброєні вони. Загін укріплює позицію на пагорбі. Встановлюють кулемети і гранатомети.

Раптово повітря пронизує страшний крик, чути автоматну чергу, у біноклі Карлссон бачить, як перший солдат у ланцюжку його людей, що прямують у бік табору, махає руками і падає обличчям у сніг. Лейтенант не встигає зреагувати, як хтось із військовослужбовців з його загону кричить:

– Наших вбивають! Стріляйте, чого ви чекаєте!

Починається безладна стрілянина, вибухають гранати, чути стогони поранених і крики людей, які в паніці розбігаються в різні боки...

Після обіду починається підрахунок убитих. На полі біля Ломчера – 174 вбитих. П'ятеро з них – молоді люди, одягнені в цивільне, проте озброєні. 280 осіб вижили, але багато хто важко поранений.

Ще вранці чутки про криваві події біля Ломчера доходять до репортера редакції загальнонаціональної програми новин «Відлуння» Шведського Радіо в Лулео. Пер Хольма сам родом із долини річки Турне-Ельв і добре говорить фінською. Шведське радіо вже півроку працює в режимі воєнного часу, редакція переїхала зі своєї сучасної будівлі в центрі міста в засекречене місце на північній околиці Лулео. Пер Хольма передає свої повідомлення не в Будинок радіо в центрі Стокгольма, як це було раніше, а черговій службі «Відлуння», яка також переїхала в засекречене місце в південній частині шведської столиці. Зв'язок тільки телефонний і комп'ютерний. Практично робота Пера Хольма мало чим відрізняється від його роботи в мирний час. Хіба що через те, що кілька молодих журналістів призвані на військову службу, навантаження на кожного збільшилося.

Отже, чергова служба програми «Відлуння» перемістилася в засекречене приміщення, обладнане в одній зі скель на півдні столиці. Слухачам це невідомо, проте вони, звичайно, помітили зміни в мережі мовлення Шведського радіо. В ефірі працюють тільки два загальнонаціональних радіоканали. Новини «Відлуння» передають усіма каналами Шведського радіо, включно з Р4 (канал місцевого мовлення). В іншому ефір мало чим відрізняється від ефіру мирного часу.

Нове місце розташування редакції програми «Відлуння» є стратегічним об'єктом, його охороняють солдати шведської армії. Репортерів Шведського радіо під час війни вважають мобілізованими, але вони підпорядковуються не військовим структурам, а редактору служби новин «Відлуння». Така організація роботи редакції була ретельно продумана і пропрацьована ще в мирний час. Підпорядкування редакції військовому командуванню призвело б до втрати незалежності журналістів, а отже, і до обмежень у виконанні свого професійного обов'язку.

Отже, о 6 годині ранку Перу Хольму зателефонував його шкільний друг і розповів про «незрозумілу стрілянину» в районі села Ломчер. Журналіст сідає в машину і їде в бік Хапаранди. На під'їзді до села він бачить, як шведські солдати вантажать в машину трупи людей, які за зовнішнім виглядом ніяк не нагадують солдатів, він розмовляє з очевидцями, чує обривки розмов солдатів і потроху починає розуміти, що сталося.

Що стало початком кровопролиття – досі не зрозуміло, очевидно одне: результатом погано проведеної операції стало безглузде

кровопролиття з великою кількістю жертв і поранених. Швеція перебуває на межі війни, солдати шведської армії порушили міжнародні закони.

Як вчинити журналісту Шведського радіо? Чи можна оприлюднити отриману інформацію в такій ситуації? Чи треба це робити?

Пера Хольма охороняють шведські військові, так само, як шведські солдати охороняють редакцію програми «Відлуння» та її регіональні кореспондентські пункти. Але журналісти Шведського радіо не перебувають під командуванням шведських військових. У Швеції заборонена цензура навіть у воєнний час. За законом, відповідальний випусковий програми «Відлуння» одноосібно відповідає за весь контент, який виходить в ефір. Ні прем'єр-міністр, ні директор радіостанції, ні головнокомандувач шведських збройних сил не мають права заборонити випускати в ефір достовірну і важливу для суспільства інформацію – ні в мирний, ні у воєнний час.

Отже, чим повинен керуватися головний редактор служби новин, вирішуючи, публікувати чи ні матеріал, який підготував Пер Хольм? Відповідями на питання: чи правда, що 174 особи загинули під Ломчером від куль шведських військових? чи має ця інформація суспільну значущість?

Якщо редактор відповів на обидва питання ствердно, то новина має бути оприлюднена. Іншого вибору в цій ситуації бути не повинно. Свобода, яку за потреби ми захищаємо зі зброєю в руках, передбачає і право громадян знати про зловживання і порушення в різних суспільних інститутах, зокрема і в армії. Свобода, за яку ми готові віддати життя, включає в себе і свободу слова. Суть такого устрою суспільства полягає в тому, що засоби масової інформації повинні виконувати притаманні їм функції як у мирний час, так і в час війни. Шведські журналісти не підпорядковуються військовим у мирний час, не повинні вони підкорятися армії і під час війни.

Звичайно, сценарій, наведений у цій главі, всього лише передбачуваний розвиток подій, але він порушує принципово важливе питання про роль і функції засобів масової інформації як у мирний, так і в воєнний час. Можливим наслідком демократичного устрою суспільства може стати те, що шведські журналісти, редакції яких переїхали в засекречені, спеціально облаштовані на випадок війни бункери, які охороняють шведські військовослужбовці, повинні мати право і можливість викривати військові злочини чи порушення

міжнародних законів з боку тих же військових. Це крайній вияв принципу нейтрального ставлення до наслідків публікації, і саме в трагічні для демократії часи зміст цього принципу підлягає випробуванню.

ЗАВДАННЯ

Студентам:

1. Вивчіть підшивку газети за тиждень/місяць. Обговоріть з одногрупниками питання, як редакція/окремі журналісти дотримуються принципу нейтрального ставлення до наслідків? Чи можна знайти приклади статей, в яких автор "гне свою лінію"?

2. Чи можна визначити за публікаціями, чи редакція незалежна, чи вона захищає інтереси певної групи/однієї людини?

3. Проведіть інтерв'ю з відомими в місті політиками, громадськими діячами, письменниками, журналістами про те, як вони ставляться до принципу нейтрального ставлення до наслідків.

4. Як ви особисто ставитеся до сформульованого в цій главі принципу?

5. Вирішіть для себе особисто, в якому випадку ви не стали б друкувати матеріал? Чому? Поділіться своїми роздумами у групі, вислухайте думку інших.

Журналістам-практикам:

Наскільки незалежна ваша редакція? Як залежність від тих чи інших інтересів впливає на вашу роботу? Чи будете ви друкувати статтю, якщо дані в ній можуть зупинити будівництво нової фабрики/відкриття нової компанії?

Глава 9

Назустріч майбутньому!

У наш час події розвиваються більше ніж стрімко. Два роки тому одна з дуже відомих і улюблених читачами оглядачок популярної в Швеції вечірньої газети *Expressen* відкрила свій блог. У своєму живому журналі Лінда Скутге щодня порушувала актуальні питання, одночасно вона продовжувала писати й для друкованої версії газети. Лінда Скутге гостра на язик і не скупа на іронічні висловлювання на адресу відомих у Швеції людей, що не раз викликало в них образ.

Блог, на який було посилення на сайті газети, був одним із найвідвідуваніших. Незабаром стало очевидно, що коментарі, залишені читачами в живому журналі, більш іронічні та образливі, ніж тексти відомої журналістки, яка дуже швидко втомилася від постійних нападів на свою адресу та на адреси героїв її публікацій. У травні 2007 року Лінда Скутге повідомила читачів, що закриває свій живий журнал, адже:

«За два роки в ролі блогера я не переставала дивуватися тому, як багато в цьому світі дурнів і божевільних. Не розумію, як можна витратити стільки часу на читання мого блогу, і не розумію, як можна так ненавидіти людей. Я просто шокована!

Краплею, що переповнила чашу мого терпіння, стало електронне листування з однією жінкою, яка повідомила, що вона запитала людей, які знають мене, про те, яка я людина. І

ось який портрет у неї вийшов: смиренна і невдаха, що затинається і червоніє щоразу, коли намагається сказати щось розумне.

Можливо, багато хто скаже, що я боягузка, якщо закрила коментувальну функцію до свого блогу. Але хіба не боягузи ті, що пишуть свої повні ненависті коментарі анонімно або залишають на сайті нечинні адреси електронної пошти? Ховаючись під вигаданими іменами, ви критикуєте направо і наліво як мене, так і інших людей.

Я теж критикую людей, але роблю це відкрито – в текстах, підписаних моїм іменем і супроводжуваних моєю фотографією. А це, як кажуть, дві великі різниці.

Блогерство робить із мене погану людину. Анонімні знущання і цькування виводять мене з себе, що позначається на моїх текстах, які стають все більш жовчними.

Мені набридло витрачати свій час на листи та коментарі, повні ненависті. Я хочу використовувати час більш раціонально. Живий журнал має відображати особисті думки та позиції автора, досягти об'єктивності в блозі складно, якщо не неможливо. Ось чому я вирішила закрити свій блог.

Прощавай, живий журнале! Усім тим, хто читав і цінував мої думки, всім, хто підтримував мене, – дякую! До зустрічі на сторінках газети!».

Лінда Скугге не самотня. Вона — одна з багатьох блогерів, які потонули в морі коментарів. Вона вирішила поставити крапку у своєму живому журналі, повернувшись на сторінку «звичайної», тобто друкованої газети. Так вчинили й багато інших. Ще недавно блогерство розвивалося шаленими темпами. Щойно з'явившись, як заняття для «просунутих» користувачів Інтернету, воно стало платформою вираження думок еліти, але дуже швидко під натиском «народних мас» перетворилося на загальну моду. У Швеції сьогодні можемо спостерігати зворотний процес — багато відомих блогерів, втомившись, пішли у «друкований простір», інші, раніше невідомі, міцно зайняли свою нішу в кіберпросторі. Їхні живі журнали, присвячені політиці, моді, фінансам чи іншим темам, є популярними. Деякі блоги переросли в інформаційні портали. Варто пам'ятати, однак, що думки в живих журналах часто суб'єктивні і нерідко забарвлені симпатіями та

антипатіями автора, що вимагає критичного ставлення до блогів як до джерел інформації.

Медіаконвергенція

Те, що тут написано про процес розвитку нових технологій і форм передавання в галузі журналістики, можливо, буде вже не актуальне після виходу книжки у світ. Розвиток настільки стрімкий, що те, що ще вчора здавалося чимось фантастичним, сьогодні вже не тільки буденне, а й іноді вже застаріле. У медіасфері на повну потужність відбувається конвергенція ЗМІ.

Газети відкривають телестудії і виходять в ефір з новинами. Телебачення публікує статті і новини на своїх сайтах. Те ж саме відбувається і на радіо. Завдяки новим технологіям, все більше людей можуть озвучити свої ідеї, висловити свої думки, тон розмов стає все жорсткішим, суперечки все більш безпардонними і запеклими. Мова зараз йде радше не про професійних «працівників пера і мікрофона», а про людей, які залишають коментарі на сайтах, або про блогерів. Можливість відразу, не завжди виважено й обдумано, відреагувати на телепередачу, статтю в газеті або на сайті сприяє зростанню жорсткості і нестриманості в дебатах.

У Швеції одним із найперших популярних блогерів став колишній прем'єр-міністр країни, а нині міністр закордонних справ Карл Більдт, член Помірковано-коаліційної партії Швеції. Він став блогером кілька років тому, коли почав випускати електронний безкоштовний бюлетень, у якого невдовзі з'явилося багато підписників. Однак незабаром Білдт дійшов висновку, що концепція електронного бюлетеня безнадійно застаріла. Навіщо чекати кілька днів або навіть тижнів, якщо у тебе є що сказати сьогодні? Зараз очільник шведського МЗС має свій блог, який досить регулярно поповнює свіжою інформацією і думками з актуальних питань. Однак міністр-блогер – явище аж ніяк не повсякденне. Як би там не було, Карл Білдт очолює зовнішньополітичне відомство країни, позицію Швеції з важливих і принципових питаннях повинен висловлювати уряд загалом, а не в довільній формі у блозі, навіть якщо його автор – глава МЗС.

І все ж таки поява міністра-блогера має й позитивний аспект. Думаю, суб'єктивний погляд міністра важливий як для громадськості,

так і для політичного життя країни. Його живий журнал – це також джерело додаткової інформації для журналістів.

Однак найважливішим у процесі розвитку нових технологій і форм передавання інформації є, мабуть, те, що сьогодні право бути почутим мають не лише міністри, журналісти, директори і еліта країни. Раптово доступ до трибуни отримали й «прості смертні». Кожна людина, яка має доступ до комп'ютера й інтернету, може відкрити свій сайт, кожен може заявити про себе і поділитися своїми поглядами та думками з іншими. Сьогодні ми маємо право говорити про перерозподіл влади, наслідки якого нам важко передбачити, але те, що вони є і будуть, безсумнівно. Революція почалася!

Революція

Інформаційна революція – це насамперед революція в розподілі влади, а не в технологіях. Нові технології та наукові відкриття лише створюють передумови для перевороту в структурах влади, який відбувається з небуваючою швидкістю в наші дні.

На початку вісімдесятих років у Сполучених Штатах було всього 10 теле- і радіостанцій, які мали комп'ютерне забезпечення. Навесні 1983 року я в складі групи репортерів Шведського радіо був у поїзді по США, де вивчав досвід застосування комп'ютерів у сфері радіо- і телебачення. Ми тоді вважали, що Америка в сто крат обігнала Європу в цій галузі. Проте не всі революції проходять стрімко. Багато з того, що нам довелося побачити під час цієї поїздки, було прикладом глухого кута в розвитку техніки.

На маленькій радіостанції в Джонсборо (штат Арканзас) ми зустріли репортера, який висвітлював питання сільського господарства. Ледь не ридаючи, він розповів нам про те, що його комп'ютер час від часу «зажовував» дискети з усім їхнім вмістом. Усі тексти, записані на них, зникали в череві цього ненаситного монстра.

Одна з телестанцій, яку ми тоді відвідали, була розташована в підвальному приміщенні на території старовинної садиби в одному з південних штатів Америки. Репортери цієї станції були задоволені життям. У тісній співпраці з геніями-програмістами з Каліфорнії вони розробили власну комп'ютерну систему. Журналісти розповіли комп'ютерникам, яке програмне забезпечення їм хотілося б мати і які

функції воно повинно виконувати, і ті повністю реалізували задумане. Усі телеграми, що надходили на комп'ютерний термінал, сортувалися за темами і потрапляли в так звані «корзини», а ефірний час розраховувався тепер автоматично.

Ця комп'ютерна система – *Basys* – незабаром стала загальноприйнятим програмним забезпеченням багатьох теле- і радіоредакцій по всьому світу. Програма залишалася провідною ще 15 років після появи першої версії, сьогодні вона поступається новим розробкам. Непогано влаштоване і життя репортерів цієї маленької телестанції. Редакція давно вже перемістилася з підвалу садиби в Атланті і сьогодні транслює під ім'ям *CNN*.

У середині вісімдесятих років ситуація з комп'ютерним забезпеченням Шведського радіо була досить невизначена. Чимало співробітників відчайдушно опиралися появі нової техніки, мотивуючи свої протести тим, що комп'ютеризація призводить до безробіття. І як же з небезпечним випромінюванням? – питали вони нас. Після повернення зі США, ми побачили у Швеції хвилю недовіри та скептицизму.

У середині вісімдесятих багато редакцій і відділів новин у Швеції, як і в багатьох інших країнах світу, отримували телеграми і повідомлення агентств телетайпами. Друкарські пристрої в передбанниках редакцій приймали і роздруковували інформаційні повідомлення телеграфних агентств. Звичайний телетайп зазвичай видавав один оригінал і три копії. За смужки телетайпної стрічки відповідав спеціальний співробітник, який сортував повідомлення та розносив їх керівництву. Тільки в нашій редакції було п'ятнадцять таких працівників.

Перший штурм бастіонів редакції новин відбувся восени 1986 року, коли кілька репортерів «Відлуння» отримали в своє розпорядження власні комп'ютерні термінали з щойно придбаною системою *Basys*. Саме це дало в руки простим репортерам зброю, що дозволила їм відібрати владу у чергових вартових «Відлуння» – всемогутніх відповідальних секретарів.

Журналісти, які отримали власні термінали з доступом до комп'ютерної інформаційної системи, могли тепер оперативно читати всі повідомлення, що надходили. Крім того, у них з'явилася можливість стежити за процесом планування програми, що дало їм змогу відразу побачити, чи випав їхній сюжет з майбутньої передачі, чи ні.

На межі нового тисячоліття відбувся народний штурм інформаційних служб. Те, що ще в середині вісімдесятих років було предметом розкоші, надбанням лише небагатьох редакторів відділів новин у редакціях країни, раптом стало доступним усім власникам персональних комп'ютерів. Мільйони людей мають можливість працювати з комп'ютерами. Більшість із них під'єднані до Інтернету. Користувачі мають можливість ознайомитися з новинами, що надходять з усіх інформаційних агентств світу. У їхньому розпорядженні потужні пошукові системи – *Google*, *Yandex* та ін. Інтернет надає доступ до сотень, тисяч газет і журналів з усього світу. Тепер громадяни можуть користуватися пресархівом з практично необмеженими можливостями. Матроси інформаційного крейсера, які ще зовсім недавно вирвали зброю з рук володарів новин, тепер стали свідками процесу захоплення влади народом.

Ця величезна кількість обробленого журналістами матеріалу – лише крапля в морі порівняно з доступними сьогодні багатом *документами-оригіналами*. Ті, кому вже недостатньо лише журналістських реферувань і описів подій, можуть звернутися до першоджерел. Підприємства, установи, організації та різні політичні партії мають свої сайти в інтернеті. Результати роботи комісії або дослідження, згадані в газеті, в повному обсязі «витають» у кіберпросторі. Протокол засідання міської ради та виступ голови місцевої адміністрації можна знайти на сторінці муніципалітету. Все безкоштовно і можна надрукувати!

Нові технології надали громадянам альтернативу журналістському трактуванню події та можливість перевірити достовірність того, що вони прочитали в газеті або побачили по телевізору. Доступ до документів через інтернет доповнює продукт журналістської праці, але не конкурує з ним, а скоріше навпаки!

Запит на журналістів, які сортують, добирають, «пакують» і подають новини, видобуті з постійно зростаючого потоку інформації, очевидно, зростатиме і найближчим часом. Революція, яка продовжується, змінює владу, і нові технології змінюють, однак, вимоги до журналістики. Наша аудиторія зможе викривати та відкидати репортерів, які подають спотворені або упереджені описи подій. Влада переходить від тих, хто постачає інформацію, до тих, хто її споживає, а в разі масштабних подій, часто ті, хто раніше споживав інформацію, перетворюються на її постачальників. Після цунамі в Південно-Східній Азії сотні людей відправляли свої аматорські знімки та відеозйомки до

редакцій газет і телеканалів, давали інтерв'ю по мобільних телефонах. Те ж відбувалося і після подій у США 11 вересня 2001 року.

Але сама тільки фізична присутність людини на місці подій ще не робить її журналістом, так само як і можливість зафіксувати подію, свідком якої вона стала. Щоб документальна фіксація певної події стала новиною, її необхідно професійно опрацювати в редакції і доставити «адресату» – тобто читачеві, глядачеві, слухачеві. На сайті *YouTube* є безліч відеокліпів, глядачами яких є мешканці багатьох куточків нашої планети. Політична пропаганда тут мирно співіснує з веселими кадрами аматорської зйомки. Сьогодні, щоб мати мільйонну аудиторію, зовсім не обов'язково бути власником великого телеканалу. Революція триває!

Політика в прямому ефірі

Стрімкий розвиток нових технологій є підґрунтям до появи нових телеканалів, які спеціалізуються на висвітленні політики та роблять це в прямому ефірі. Плани *BBC* розпочати пряму трансляцію засідань британського парламенту були сприйняті з нерозумінням та скептицизмом. На думку опонентів, такі трансляції призвели б до поверхового висвітлення політичного життя країни. Аналогічна критика звучала на адресу американського каналу *C-SPAN*, коли він почав транслювати засідання конгресу. Багато сенаторів незадоволено бурчали, вважаючи, що трансляція призведе до підвищення вимог до стилю одягу та риторичних здібностей ораторів.

Сьогодні абсурдна сама думка про те, що громадськість може бути позбавлена можливості стежити у прямому ефірі за дебатами і темами, які обговорюють народні обранці.

Парламент – законодавчий орган. Інформація про те, що відбувається в цьому зібранні, важлива з погляду зміцнення та захисту демократії. Також важливо відкрити завісу того, що відбувається в виконавчому органі влади – кабінеті міністрів.

Отже, прагнення багатьох каналів транслювати засідання парламенту своєї країни можна пояснити не бажанням здешевити телевізійний продукт і зробити його нудним, а прагненням дати жителям країни можливість доступу до інформації про те, що

відбувається у верхніх ешелонах влади, що обговорюють та які рішення ухвалюють їхні обранці.

У багатьох країнах світу чимало аспектів політичного життя довго приховували від широкої аудиторії. Шведські журналісти часто обмежувалися короткими повідомленнями про те, що вирішували або обговорювали міністри чи депутати Риксдага. Ще менше знали громадяни про те, що відбувалося в стінах Європарламенту. Відсутність інформації спочатку призводить до зникнення інтересу до політики, а згодом поступово закладає основи для зневажливого та нешанобливого ставлення до політиків. Незнання того, що відбувається у стінах законодавчого органу, веде до появи ставлення "вони (політики) самі по собі, ми (народ) самі по собі". Таке ставлення здатне поставити під сумнів легітимність народних обранців.

1968 року під час передвиборчої кампанії середній хронометраж часу, виділеного на спіч того чи іншого кандидата на пост президента США, становив 42 секунди. 1996 року – 8 секунд. Чи можна встигнути сказати щось суттєве за 8 секунд? У Німеччині 1990 року на висловлювання кандидатів у сюжетах відводилося 30 секунд, за часів передвиборчої кампанії 1998 р. – 19 секунд. У 1998 році середньостатистична кількість речень політиків, виголошених у сюжетах шведського телебачення, була 11,1; 2002 року – 10.

Науковий співробітник університету шведського міста Сундсваль Йеспер Стрембек, вивчаючи тенденції сучасного медіасвіту, дійшов такого висновку:

– У 6–12 реченнях, наданих політикові в телесюжеті чи газетній статті, неможливо досягти глибини, так само, як неможливо встигнути сказати те, що ти хочеш донести до своїх виборців. Унаслідок такого висвітлення передвиборчої кампанії неминуче стає все більша залежність політичних діячів від того, як тлумачить слова політика журналіст, і в якому контексті подано ці слова.

3 грудня 2003 року я працюю відповідальним випусковим нового каналу Шведського Телебачення – *SVT 24 Direkt*, який висвітлює багато сторін політичного життя країни «від і до», часто у прямому ефірі.

SVT 24 Direkt – це демократичний проєкт Шведського телебачення. В основі створення нового каналу *SVT* було прагнення відчинити народу двері в зали, в яких ведеться політична робота. *SVT 24 Direkt* транслює всі важливі дебати із зали пленарних засідань Риксдагу, з'їзди всіх парламентських партій Швеції, семінари, дебати та

важливі пресконференції. У прямому ефірі тут транслюють опитування міністрів і депутатів, які проводять конституційна або інші депутатські комісії Риксдагу. Зразком для наслідування під час створення *SVT 24 Direkt* був американський канал *C-SPAN*.

Отже, основним джерелом інформації для нас є те, що відбувається в Риксдазі Швеції, Урядовій канцелярії та в Європарламенті. Матеріали, що стосуються рішень на рівні ЄС, складають близько 10% від загального ефірного часу. Крім цього, висвітлюють й інші події політичного та промислового життя Швеції, семінари, конференції та з'їзди.

У період передвиборчої кампанії значна частина матеріалів присвячена темі виборів. Іноді наш канал транслює і засідання судові, які мають принципове значення. Звісно, йдеться лише про аудіотрансляцію, оскільки відеозйомка в залі суду не дозволена.

Це ще один приклад того, як розвиток технологій сприяв появі нових, нішевих, каналів, що відповідають інтересам і потребам різних груп населення.

Влада "працівників пера та мікрофона" над засобами виробництва

Поява та розвиток нових нішевих телевізійних каналів – наслідок технічного прогресу. Сьогодні телевізійні передачі можуть поширюватися найрізноманітнішими способами, зовсім не лише мережею наземних передавачів або кабелем, як це було раніше. Сьогодні програми можна завантажувати як файли на I-rod, новини можуть надходити безпосередньо на мобільні телефони підписників такої послуги, наявність вдома цифрової апаратури з можливістю відеозапису дасть можливість багатьом самостійно вибирати, коли вони хочуть подивитися свою улюблену передачу. Можна сказати, що програма передач в її традиційному вигляді почала відмирати, глядач уже сьогодні вибирає сам, коли йому дивитися новини чи фільми. Дратівливу рекламу можна прокрутити вперед, що, у свою чергу, вже впровадило нові трюки рекламодавців, наприклад, розміщення товарів у фільмах або біжуча рекламна стрічка під час показу фільму.

Все більша частина глядацької аудиторії дивиться телебачення в мережі. Шведське телебачення давно вже зробило ставку на розвиток свого сайту. Сьогодні глядачі *SVT* можуть подивитися в мережі документальні фільми або тележурнали, які часто представлені в інтернеті в більших обсягах, ніж в ефірі. Це тільки початок розвитку, наслідки якого поки що складно передбачити.

Ми всі на порозі явища, яке можна було б назвати «новини на вимогу». Телеглядачі самі зможуть вирішувати, які новини вони хочуть дивитися, в якій послідовності і в який час доби. Хто бажає, зможе стати домашнім «відповідальним секретарем», відбирати і складати свою програму останніх новин, виходячи з власних інтересів і потреб. Глядачі без особливих труднощів і з притаманною їм прискіпливістю зможуть вибирати тематику, ведучого програми, «сортувальника» і коментатора.

Але це означає й те, що нам, репортерам, ще більше доведеться дотримуватися старих перевірених журналістських принципів. Достовірність інформації відправника і його наміри щодо публікації будуть ще важливіші в новій медійній обстановці. Кому можна вірити, а кому – ні в цьому інформаційному хаосі? Довіри заслуговує той, хто займає незалежну позицію і присвячує себе журналістиці, а не *PR* чи *пропаганді*. *Нейтральне ставлення до наслідків публікації* має свою цінність. Публікація новин – дещо інше, ніж лише поширення інформації з метою продати свій товар і переконати інших в тому, що ви маєте рацію. Чітка межа між журналістикою та іншими формами поширення інформації буде вирішальною в питанні довіри до нас з боку аудиторії. Реклама і *PR* мають право на існування, але ні за жодних обставин не повинні зміщуватися з журналістикою.

Нова роль журналістики вимагає дотримання всіх усталених правил нашого ремесла і знань про сучасні інструменти подання та поширення інформації. Журналіст майбутнього стане своєрідним художником мистецтва мультимедіа, певним універсалом, який не лише володіє темою і добре пише, а й уміє працювати зі звуком і відеокамерою. Сьогодні на багатьох телеканалах світу працюють відеожурналісти, які самостійно знімають і навіть монтують відзнятий матеріал.

Зайве говорити про те, що опанування технікою запису та монтажу – ще не гарантія успіху в роботі журналіста. Мабуть, йому не вдасться досягти майстерності проведення зйомки, якщо він не розуміє, що таке мова кадрів у телевізійному фільмі або якщо він не знайомий з

основами драматургічної побудови радіосюжету. Не кожен, хто старанно клацає по клавіатурі, стає письменником. Професія оператора або фотографа вимагає глибоких знань і досвіду роботи, захопленості своєю справою і, звісно, обдарованості. Робота телеоператора не обмежується знаннями техніки зйомки та функцій відеокамери. Завдання режисера відеомонтажу полягає не тільки в тому, щоб різати і склеювати плівку. Тут, окрім суто технічних навичок, потрібно володіти технікою оповідання та основами драматургії, вміння працювати з композицією кадру та знання історії кінематографії. Щоби стати хорошим монтажником або оператором, необхідно спеціалізуватися у своїй галузі. Але телерепортерам майбутнього все ж доведеться опанувати основи кількох професій, а операторам і монтажникам – бути добре обізнаним у принципах роботи журналіста, поглибити спеціалізацію.

Відеозаписи в цифровому форматі вимагають використання комп'ютерів з потужною пам'яттю, однак технічний прогрес веде до здешевлення техніки. Ті види робіт, які раніше вимагали мільйонних інвестицій у закупівлю дорогих камер, складних відеомагнітофонів і мікшерних пультів, тепер можна виконати і з допомогою досить дешевих цифрових камер і недорогих персональних комп'ютерів. Цей процес також веде до перерозподілу влади, яка поступово переходить від великих компаній до невеликих незалежних теле- і радіостанцій. Найновіші технології створюють передумови, коли журналісти зможуть відкривати продакшн-студії, оскільки сучасне обладнання дає можливість створювати готові до виходу в ефір сюжети в невеликому офісі або навіть у себе вдома. Сьогодні все більше репортерів стають вільними журналістами – фрілансерами (freelance), які відкривають свої фірми або акціонерні товариства.

Нині багато великих медіахолдингів замовляють продукцію фрілансерів, яку розміщують як на радіо, телебаченні, в газетах, так і в інтернеті. Це, звичайно, актуалізує питання про авторське право та компенсацію праці журналіста. З іншого боку, сьогодні фрілансери можуть жити за рахунок розміщення реклами на власних сайтах, де вони публікують свої статті. Популярний сайт приносить достатньо доходів від реклами.

Висловлюючись мовою марксистів, можна сказати, що працівники медіасфери сьогодні перебувають на шляху завоювання влади над засобами виробництва. Водночас ми можемо спостерігати абсолютно протилежний процес, а саме концентрацію влади в руках

великих медіахолдингів, які перетворилися на фабрики виробництва новин, документальних і розважальних програм. Обидва процеси паралельні!

ЗАВДАННЯ

студентам:

1. Обговоріть у групі, як, на вашу думку, буде виглядати процес виробництва засобів масової інформації через 10 років? Визначте позитивні та негативні моменти, обґрунтуйте свою відповідь.

2. Які вимоги сучасний розвиток пред'являє до журналістів завтрашнього дня? Чи вважаєте ви, що рівень професійної підготовки сьогодні відповідає цим вимогам? Якщо ні, що, на вашу думку, потрібно змінити?

Журналістам-практикам:

Розкажіть своїм одногрупникам про те, як виглядає ситуація у вашій редакції сьогодні. Які зміни, на вашу думку, відбудуться в найближчому майбутньому? Через 10 років? Чи готові співробітники редакції до цих змін?

Глава 10

Десять «заповідей журналістики»

Усе, що написано в цій книжці, можна було б узагальнити у вигляді 10 правил, якщо хочете, – «заповідей журналістики». Ті, у кого не вистачає терпіння ознайомитися зі змістом усієї книжки, можуть прочитати ці правила і дізнатися, про що в ній йшлося.

Отже, 10 «заповідей журналістики» звучать так:

1. Працюй захопливо!

В основі доброї журналістики – захопленість самого журналіста. Одержимий своєю справою репортер цікавиться всім, що відбувається навколо, і прагне зрозуміти події, щоб, відповідно, розповісти про них своїй аудиторії. Те, про що він розповідає, повинно бути важливим, цікавим, не нудним і бути важливим для аудиторії. Нерідко репортер стає не лише свідком і учасником подій, а й першовідкривачем новини. Привілей журналіста полягає в тому, що він першим повинен

розповісти своїм читачам, слухачам, глядачам про те, що сталося.

2. Повідомляй про важливе!

Ті новини, які редакція відбирає для публікацій або виходу в ефір, повинні допомагати громадянам розуміти процеси, що відбуваються в країні та світі. Репортер не повинен піддаватися спокусі, щоб вибирати легкі, приємні для всіх або сенсаційні новини, він повинен прагнути висвітлювати те, що важливе для багатьох. Йому необхідно вміти простежити зв'язок між подіями та їхнім впливом на умови життя людей.

3. Працюй планомірно!

Творчий процес не повинен бути хаотичним. Випуск газети, радіо- або телевізійного сюжету – це колективна праця, що вимагає чіткої організації. Роль кожного співробітника в редакційному процесі повинна бути чітко сформульована, якісна журналістика вимагає від членів колективу координації роботи та співпраці.

4. Будь конкретним!

Новина повинна бути коректною – це один із головних принципів подачі інформації. Дані, які отримує від нас аудиторія, повинні бути точними та перевіреними настільки, наскільки це можливо. Але зацікавити людей може лише конкретне. Конкретні дані і деталі завжди привертають більше уваги, ніж абстрактні цифри і порожні слова.

5. Підготуйся і слухай!

Головною умовою успішного інтерв'ю є ретельна підготовка репортера. Він повинен добре орієнтуватися в предметі розмови, знати про нього майже стільки ж, скільки і об'єкт інтерв'ю. Питання повинні бути продумані, їх варто

задавати в логічному порядку. Журналіст має пропрацювати структуру розмови, її зав'язку, закінчення та розвиток за законами драматургії. Інтерв'юер, однак, не повинен сліпо слідувати заздалегідь підготовленому переліку питань, не слухаючи відповіді співрозмовника. Репортер, який вміє слухати, має бути готовим до імпровізації, залежно від обстановки або відповідей об'єкта інтерв'ю.

6. Не перешкоджай розвитку подій!

Журналіст не повинен затуляти собою те, що відбувається. Дайте можливість своєму глядачеві/слухачеві побачити на власні очі реальні події, і почути, що кажуть учасники конкретного заходу. Аудиторії набагато цікавіше побачити та почути автентичний матеріал, а не самозакоханого, нарцистичного репортера, який затінює собою те, що відбувається навколо.

7. Бережи культуру мови!

Преса, радіо і телебачення певним чином впливають на розвиток мови в країні. Нові слова або вислови, надруковані в газеті, які промовили в ефірі або які пролунали по телевізору, швидко стають модними слівцями. Це висуває підвищені вимоги до роботи журналістів. Вони повинні дотримуватися встановлених норм, берегти культуру мови та прагнути бути носіями літературної мови.

8. Створюй нові версії!

Немає нічого більш виснажливого і дратівливого для глядача, ніж повідомлення, яке починається з однакових слів і супроводжується однаковими кадрами в кожному випуску новин. Тепер, коли новини, підготовлені одним ЗМІ, з'являються в різних формах (на сайті, радіо- і телесюжеті), вимоги до різноманітності в інформаційних повідомленнях

зросли ще більше. Не тільки бажано, а й необхідно доповнювати кожну версію сюжету принаймні однією новою деталлю. Чим більше часу минає з моменту події, тим більше фактів і подробиць надходить до редакцій. Тому в журналіста є безліч можливостей для варіацій.

9. Будь нейтральним до наслідків!

Вирішуючи, варто друкувати новину чи ні, журналіст і його редакція не повинні зважати на те, кому публікація вигідна, а хто від неї може постраждати. Вирішальні в ухваленні рішення критерії достовірності і значущості новини для нашої аудиторії.

10. Іди в ногу з часом!

Форми та методи виробництва журналістського продукту змінюються сьогодні так швидко, як ніколи раніше! Технічний прогрес полегшує і спрощує процес виробництва та розповсюдження медіапродукції. Професія журналіста вимагає від нас постійного вдосконалення. Суспільство швидко розвивається, а це вимагає від нас ще більшої професійної підготовки та глибоких знань. Іти в ногу з часом чи безнадійно відстати від сьогоднішніх реалій – такий вибір у нас усіх.

ЗАВДАННЯ

Запропонуйте свої «заповіді» роботи журналіста інформаційної служби або десять «золотих правил роботи інтерв'юера». Обговоріть правила зі своїми колегами – наскільки вони прийнятні/реальні у виконанні?

Сайти з корисною для журналістів інформацією

Англійською мовою

1. www.americanpressinstitute.org/toolbox/ – сайт американського Пресінституту.
2. www.ap.org – сайт одного з найдавніших інформаційних агенцій світу AP.
3. www.bbc.co.uk/education/home або www.bbctraining.com – сайт освітнього центру BBC.
4. www.cyber.law.harvard.edu/globalvoices – інформація про блоги, подкасти, відеоблоги та інші сучасні медіаканали.
5. www.dw-world.de – сайт радіостанції та навчального центру радіо- і телекомпанії *Deutsche Welle*.
6. www.dartcentre.org – сайт Центру журналістики та травми, організації, яка об'єднує журналістів, викладачів, психологів та правників. Організація розглядає питання висвітлення травматичних подій, конфліктних і надзвичайних ситуацій.
7. www.foundation.reuters.com – сайт фонду *Reuters*, заснованого глобальною інформаційною групою *Reuters* у 1982 році з навчальною метою для досягнення медійниками високого професіоналізму в журналістиці. Фонд також підтримує розвиток гуманітарних наук, рекомендованих і затребуваних працівниками *Reuters*.
8. www.globaljournalist.org – сайт, на якому обговорюють та розглядають питання ЗМІ та захисту свободи слова.
9. www.ifex.org – сайт Міжнародної організації з захисту свободи слова.
10. www.ijnet.org – сайт Міжнародного центру журналістів (ICFJ).

11. www.journalismtraining.net – сайт, покликаний допомогти журналістам у висвітленні фінансової та економічної системи країн, що розвиваються.

12. www.poynter.org – сайт Інституту Пойнтера.

13. www.radiocollege.org – інформація про інтерактивні семінари з вивчення радіожурналістики та виробництва радіопрограм, посилання на корисні сайти тощо.

14. www.rsf.org – сайт міжнародної організації «Репортери без кордонів».

15. www.usus.org – сайт-гід ресурсами Мережі для журналістів. На сайті є поради про те, як використовувати можливості мережі.

Українською мовою:

1. <https://nsju.org/> – сайт Національної спілки журналістів України.

2. <https://corp.suspilne.media/> – сайт Суспільного мовлення України.

3. <https://imi.org.ua/> – сайт Інституту масової інформації.

4. <https://www.bbc.com/ukrainian> – сайт BBC Україна.

5. <https://www.radiosvoboda.org/> – сайт “Радіо Свобода” (Україна).

6. <https://detector.media/> – сайт “Детектор медіа”.

7. www.dw.com/uk/%D0%B3%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B0/s-9874 – сайт радіо “Німецька хвиля” (Україна).

8. https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:Prometheus+DSJ101+2022_T1/about – Цифрова безпека журналістів та інших працівників медіа.

9. <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/issue/archive> – сайт “Вісника Львівського університету. Серія журналістика”.
10. <https://day.kyiv.ua/> – сайт щоденника “День”.
11. <https://zn.ua/> – сайт тижневика “Дзеркало тижня”.
12. itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/pubFile/1583746?fbclid=IwAR3Vp7dGTrWP26_zNbfY9YkxRuMXpE7TMN8yPQHw_oFk8O_8hvGP82BraVg – Закон України “Про медіа”.
13. zakon.rada.gov.ua/laws/show/1227-18#Text – Закон України “Про Суспільне телебачення і радіомовлення України”.
14. zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12#Text – Закон України “Про телебачення і радіомовлення”.
15. www.pravda.com.ua – сайт електронного видання “Українська правда”.
16. www.nrsc.gov.ua/ – сайт Українського радіо.
17. www.ukrinform.ua/ – сайт інформаційного агентства Укрінформ.
18. www.unian.ua/ – сайт інформаційного агентства УНІАН.

Навчальне видання

Ерік Фіхтеліус

НОВИНИ

Складне мистецтво роботи з інформацією

Переклад зі шведської – *Вероніка Менжун*

Відповідальний редактор – *Вероніка Менжун*

Переклад українською – *Мар'ян Житарюк*

Адаптація, упорядкування – *Мар'ян Житарюк*

Літературний редактор – *Вікторія Житарюк*

Підписано до опублікування в інтернеті 27.06.2025. Формат 70 x 100
1/16. Гарнітура “Georgia”.
Умовн. друк. арк. 11,937.