

Газета Фахового коледжу «Універсум»
Київського університету імені Бориса Грінченка

NOTA BENE

березень–квітень 2021



У цьому випуску: Твір як втілення задуму автора * Реалізація творчого задуму: процес написання матеріалу * Методологія створення журналістського твору * Процес сприймання художнього тексту * Механізм сприймання тексту * #ЩО * Ось так і пишу

«NOTA BENE»
випуск № 18
березень — квітень 2021

ГОЛОВНА РЕДАКТОРКА	Вікторія Христовська
ДИЗАЙНЕРКИ	Зоя Шумак Вікторія Малюта
АВТОРИ	Альона Гриценко Ольга Перевозник Марія Рудьківська Вікторія Христовська Катерина Гаврилюк Валентина Майстренко Дмитро Челишев
ШЕФ-РЕДАКТОРКА	Тетяна Іванівна Ус

У цьому випуску

Твір як втілення задуму автора	с. 4
Реалізація творчого задуму: процес написання матеріалу	с. 6
Методологія створення журналістського твору	с. 9
Процес сприймання художнього тексту	с. 12
Механізм сприймання тексту	с. 13
#ЩО	с. 16
Ось так і пишу	с. 18

У номері використані ілюстрації з сайту Pinterest

ЗАСНОВНИК І ВИДАВЕЦЬ:

Фаховий коледж «Універсум» Київського університету імені Бориса Грінченка

Циклова комісія з видавничої справи, культури та української філології

АДРЕСА РЕДАКЦІЇ: просп. Гагаріна, 16

E-MAIL: notabene.kubg.edu.ua@gmail.com

Редакція залишає за собою право редагувати і скорочувати текст.

Висловлені авторами думки можуть не збігатися з позицією редакції.

При передруку посилання на «NOTA BENE» — обов'язкове!

Твір як втілення задуму автора

Твір – це продукт мовної діяльності автора, найчастіше закріплений в тексті. Твір – це мовне вираження творця. Твір створюється за законами мовної діяльності. Журналіст як спеціаліст імітує процес породження твору. Журналіст має конкретну комунікативну мету, конкретний комунікативний задум і залежно від мети і задуму він продовжує свій твір.

Задум може мати чітку структуру, а може й не мати. Будь-який твір є результатом авторської предикації (судження). Твір – це образно-емоційно-мовно-знакова форма існування предиката у вигляді розгалуженої поняттєвої системи, що відображає предмет в образній або і в мовній, графічно-знаковій, текстовій формі.

Предикація має 4 рівні: перший рівень – долокутивної предикації. Спрямований на збір матеріалу, вироблення мотивації, зародження задуму. Другий рівень – локутивної внутрішньомовної предикації: розробка теми. Зміст думки переходить у зміст твору. Третій рівень – локутивної явної мовної предикації: розкриття теми, вибір форми вираження. Четвертий рівень – локутивної неявної мовної предикації. Автор працює з підтекстом.

На кожному з цих рівнів предикації автор включає своє я. Він мислить і тим самим породжує зміст твору.

Комунікативний задум. Це предметний зміст комунікативної мети. Образ предмета, що знаходиться в акцепторі дії, в ситуації спілкування, є комунікативний задум автора. Під час визначення комунікативної мети треба чітко визначити задум. Задум – це уявний результат, якого має досягти автор своїм твором, оскільки мета

повідомлення здійснюється у відповідних діях публіки, в її думках, переживаннях, нових знаннях.

Усвідомити складність, способи формування та функціонування твору як художнього цілого неможливо без пізнання таких основних формантів літературної творчості:

1) творчий імпульс – результат зіткнення авторського ідеального світу з реальністю, позитивне чи негативне потрясіння, що стало першопштовхом до творчого задуму;

2) творчий задум – етап творчого процесу, коли виникає образно-емоційний зародок майбутнього твору, який буде розгортатися, конкретизуватися, набирати мовної, образної та жанрової форми, емоційності, змістовності та смислу;

3) творче натхнення – короткочасний стан митця, що характеризується особливим піднесенням його творчих сил, активізацією психічних, інтелектуальних процесів. Завдяки цьому творчий задум спонтанно розгортається і кристалізується в художні образи та жанрово-стильові форми, придатні для текстуальної реалізації;

4) творчий (робочий) стан – споріднений із натхненням особливий емоційно-психічний та інтелектуальний стан письменника, досягнення якого дає йому змогу після перерви повернутись у творений ним художній світ, включитися в нього і продовжити роботу над реалізацією (написанням) твору. Уміння вводити себе у творчий стан має особливе значення для авторів масштабних художніх форм (романів, повістей, драматичних творів тощо), текстуальна реалізація яких не може бути здійснена під впливом натхнення — як короткотривалий творчий акт;

5) творчий пошук – підготовчий етап творчого процесу, який може мати різне спрямування і мету: поповнення художньо-творчого інструментарію (пошуки нових виражально-зображальних засобів, образотворчих прийомів, жанрово-стильових форм, версифікаційних новацій тощо); збирання інформації про об'єкт і предмет зображення (епоху, умови і реалії життя, заняття, мислення і поведінку людей, біографічні деталі, технологічні процеси, одяг різних станів); пошук ідейно-змістового плану (нові теми, проблеми, конфлікти, ідеї тощо); пошуки в межах обраної теми (відштовхування від зробленого іншими, заглиблення в суть зображуваного, нові повороти теми, нове трактування, переоцінка вартостей) тощо;

6) творчий акт – творча дія, момент чи етап творчості, що характеризується емоційним та інтелектуальним піднесенням митця, напруженням його творчих сил, унаслідок якого з'являється твір або суттєвий фрагмент твору;

7) творчий процес – сукупність послідовних дій (творчих актів) митця від задуму до завершення твору – написання і викінчення художнього тексту. У різних письменників творчий процес відбувається по-різному, часом драматично, що залежить від характеру творчості, творчих завдань, обставин, психології автора тощо;

8) творчий (художній) експеримент – окремий вид новаторства, коли письменник свідомо відхиляє традиційні, усталені, давно апробовані способи, прийоми творення і застосовує власні чи запозичені з метою досягнення більшого художнього ефекту;

9) психологія творчості – закономірності психічної діяльності автора у процесі творчості та зумовленість результатів творчої діяльності переживаннями, психічними станами митця. На межі психології, мистецтвознавства та соціології сформувалася міждисциплінарна наука, предметом якої є закономірності творення художніх цінностей (природа і виявлення таланту, роль інтуїції та уяви, підсвідомого і свідомого у творчому процесі) та їх естетичного сприймання;

10) філософія творчості – ідейно-світоглядна основа літературної творчості, що визначає коло і характер зацікавлень письменника, його увагу

до універсальних аспектів буття, світобудови, сенсу людського існування, долі народу тощо;

11) методологія творчості – конкретизація філософії творчості через верифікацію світогляду письменника з певною філософською системою та способом творення; художній (творчий) метод письменника, система основних принципів художнього узагальнення, відтворення або створення ним «іншої реальності», місце його творчості в системі історико-літературних методів;

12) історія твору – процес його виникнення: що слугувало творчим імпульсом; як виник творчий задум; час та обставини його зародження і написання; можливі аналоги і прототиби; стимули і труднощі на творчому шляху; трансформація первісного задуму; історія його опублікування і розповсюдження;

13) життя твору – історія його функціонування в літературі, історико-літературному процесі, суспільстві: реакція на нього письменників, критиків і читачів; оцінка твору владою; з'ясування факторів сприйняття чи несприйняття твору сучасниками; вплив твору на суспільство, творчість і долю автора; дослідження причин живучості твору, мотивів повернення його в активний обіг наступними поколіннями тощо.

Визначальний вплив на життя твору в часі має естетична та інтенціональна якість його художності.

Альона Гриценко

Реалізація творчого задуму:

процес написання матеріалу



Перед тим як сісти за написання матеріалу, варто відповідно до задуму обрати тему, скласти список джерел інформації, дібрати факти, проаналізувати їх. Уже у відборі фактів є елемент його оцінки та аналізу. На наступних етапах створення журналістського тексту здійснюється аналіз факту або групи фактів, виявляються їхні найбільш істотні риси, установлюються зв'язки з іншими фактами і причинами, що їх породжують, розкриваються явища і тенденції, що ховаються за ними. На цьому етапі доцільно також продумати прийоми композиційної побудови та скласти план майбутнього матеріалу.

Складання плану — важлива стадія написання матеріалу. План дисциплінує думку, зберігає в полі зору всі необхідні компоненти майбутнього твору і ніби тримає журналіста в певних межах. Можна обійтися і без плану, проте для великого за обсягом матеріалу він необхідний. Звичайно, план не є догмою, і в процесі роботи текст може відійти від заздалегідь наміченої структури.

Також непогано на початку роботи зробити окремі заготовки (ключові фрази, цитати, образи, порівняння тощо, які потім увійдуть до тексту). Підбір заголовка. Заголовок — це головна теза журналістського матеріалу, частина композиційної структури тексту. Заголовний комплекс як первинний синтез змісту журналістського тексту об'єднує шапки, анонси, рубрики, власне заголовки, підзаголовки, ліди. Заголовний комплекс свідчить про концепцію видання, його спрямованість та аудиторію. Крім того, заголовок віддзеркалює суть матеріалу, анонсує його зміст. Мета заголовка — зацікавити аудиторію. У сучасних виданнях практикують надзаголовок чи підзаголовок, які доповнюють зміст матеріалу настільки, що читач легко може визначити, чи цікава йому публікація.

Заголовок є важливим не лише як своєрідний навігатор в інформаційному морі. Він так само важливий і для автора, бо дисциплінує логіку викладу фактів. Тому рекомендація досвідчених журналістів: не сідати за стіл, не маючи хоча б приблизної назви майбутнього матеріалу, — є вельми слушною. Обравши певну тезу, оформлену в заголовок, автор ніби нанизує на неї аргументи і деталі, завдяки чому матеріал виходить цільним. У заголовку закладено також інтонаційний підхід автора, образну систему викладу. Після написання матеріалу заголовок може змінюватися, однак ця зміна буде не за суттю, а за формою.

Підзаголовок — це необхідне уточнення сенсу, а тому він повинен взаємодіяти з заголовком, має підхоплювати та розвивати основну думку заголовка іншими словами.

Прийоми створення заголовка. Робота над заголовком — це широке поле творчої діяльності журналіста. Основна мета заголовка — це вплив на сприйняття всього тексту. Часто тільки через один інтригуючий або сенсаційний заголовок купують журнал чи газету. Заголовок виконує в тексті номінативну, комунікативну та рекламну функції. Газетний заголовок є втіленням лінійної стислості викладу. Тема виконує найважливіші функції тексту та характеризується різноманітністю структур.

При створенні заголовків використовують такі прийоми як констатацію, коли суть тексту викладається спокійно і просто; коментар, оцінку, цитування тощо. Часто також використовують ігрові заголовки (перифрази, навмисне порушення граматики, заміна слова у відомому афоризмі, римовані заголовки тощо). Існують образні заголовки, у яких є помітними асоціативні мотиви з відомими виразами, і це допомагає активізувати уяву читача, інтригує його, залучаючи прочитати текст далі. Добре, коли заголовок знайдено відразу, це свідчить про продуманість концепції, чіткість логіки, точність висновків і взагалі про зрілість матеріалу. Але часто заголовок з'являється наприкінці роботи. Іноді його добре обігрують всередині тексту, ніби повторюють, але не обов'язково дослівно. А можна цього й не робити — тут все залежить від майстерності автора і його завдання.

Композиція журналістського матеріалу. Композиційні прийоми. Композиція — це будова твору, системно-структурна організація в плані його змісту. Змістовні частини твору, з яких утворюється твір і які становлять його композицію, мають бути тематично однорідними, оскільки композиція завжди є тематично зумовленою. В основі композиції лежать елементарні типи змісту, що визначають логіку розгортання змісту: часова і просторова логіка для розповіді, аналітична для опису, індуктивна чи дедуктивна для роздуму, експресивна — для заклику.

Редакторський композиційний аналіз твору включає в себе три вимоги: будь-які частини твору на

різних рівнях ієрархії змісту, включаючи рівень фраз, мають бути тематично однорідними; частини — логічно пов'язаними; вибір композиції повинен мати жанрово-стильову зумовленість.

Отже, перед тим як писати матеріал, потрібно продумати композицію (з'ясувати для себе: з чого почати статтю, чим її закінчити, на які частини поділити, що повідомити відразу, а що потім, про що розповісти докладно, а про що побіжно). Корисно уявити й коротко записати її «каркас» — основні події та думки початку, середини та кінцівки. Це дасть змогу відчувати ціле, з'ясувати, за чим стежитиме читач і як розвиватиметься ідея статті.

Попереднє обмірковування композиції — справа складна, але необхідна, оскільки від неї значною мірою залежать стрункність і доладність матеріалу. І якщо ми прагнемо завоювати увагу читача, нам варто передусім з'ясувати, якою ж має бути композиція цікавої статті. Для цього варто оперувати основними прийомами композиційної побудови журналістського тексту.

Найпоширенішим для невеликих газетних заміток є прийом «перевернутої піраміди», коли найцікавіший, свіжий чи сенсаційний факт виносять на самий початок або в заголовок. Стаття, власне, починається з найважливішого, що хоче повідомити журналіст, а інші факти подають у порядку зменшення їхньої важливості: деталі, обставини, передісторія, додаткові пояснення — уся та інформація, яку випусковий редактор може безболісно опустити, якщо є потреба скоротити статтю.

Для статей трохи більшого обсягу можливий інший варіант: перший і другий абзаци вводять у суть справи, а далі йде найголовніше. І лише потім наводять деталі та подробиці. Можна будувати матеріал за асоціативним принципом, досить вільно викладаючи факти. Це дозволяє відступити від хронології та повідомити максимум цікавих фактів.

Творчі прийоми написання журналістського матеріалу. Пошуки творчого алгоритму. Украй важливим є початок твору, те, що виносить автор у перший абзац. Бажано уникати поширених штамів (Черкаси — місто наречених... тощо). Найчастіше складно написати саме перший рядок, і на це автор зазвичай витрачає багато часу.

Усім знайомий стан, коли «не пишеться» (так званий «синдром чистого аркуша»). Але писати треба і доводиться (навіть що завгодно).

Відомо, що є взаємозв'язок між фізичними діями і розумовими, фізичний процес написання рано або пізно викличе відповідну реакцію в розумовому процесі, і потрібна фраза з'явиться. Корисно буває для цього почати читати якийсь близький текст, що теж викликає творчі імпульси. Загалом, щоб щось написати – потрібно писати. Іншого шляху немає. Перша фраза може з'явитися в результаті довгого писання і знаходження цієї самої першої фрази, а всі ці «муки творчості» лишаються за межами готового твору. Фактично за першими фразами можна визначити майстерність журналіста. Побуває думка, що перша фраза не має перевищувати 13 слів. (Це актуально насамперед для інформаційних жанрів, а от для аналітичних та художньо-публіцистичних — не завжди).

Щоб не було у журналіста перед очима — білий аркуш чи монітор комп'ютера, правило одне: писати що-небудь. Іншими словами, досвідчені журналісти радять не перебирати в думках кращі й гірші варіанти заголовків, початків, кінцівок, а одразу ж викладати їх. Не треба боятися великої кількості закреслень або варіантів на екрані, навіпаки, чим більше чорнових варіантів, тим ліпшим вийде кінцевий продукт.

Отже, кожен журналіст має знайти власний творчий алгоритм — сукупність таких психофізичних обставин, завдяки яким виникає та неповторна мить, коли з-під пера чи клавіатури комп'ютера вже з'являються перші довгоочікувані рядки. Такий процес дуже індивідуальний.

Якщо творче завдання журналіста полягає в простому донесенні до аудиторії новин, факту, явища, то й образні засоби мають обиратися більш прості, однозначні і без особливих образів. Але якщо розраховувати на більш тривалий резонанс, привести в дію громадську думку, то образні засоби мають бути відповідні. Тут уже має бути краса логіки, переконливість аргументів, співтворчість. Важливим є і розташування тексту за абзацами, розставлення розділових знаків, тощо.

Завершення роботи над журналістським матеріалом. Часто труднощі виникають у журналістів і на

завершальній стадії своєї роботи, коли потрібно написати останній абзац чи останню фразу статті. Американський письменник Ернест Гемінгвей одного разу сказав, що переписував фінал роману «Прощай, зброє» 39 разів, перш ніж залишився ним задоволений.

Отже, закінчення журналістського тексту майже так само важливе, як і початок. Якщо написати невдалу кінцівку (найчастіше на неї просто може не вистачити часу й сил), то матеріал виходить «зім'ятим». Тому варто завчасно підготувати фінішний шматок і, потім скоректувавши, спокійно ввести його в текст і поставити крапку. Але якщо це нарис, серйозна стаття, то непогано, щоб ця крапка не закривала ваші роздуми, а їх продовжувала. Великі за обсягом публікації варто завершувати плавно. Звичайно, не можна наводити вимучений висновок, коли автор відчуває, що має винести свій вердикт. Не можна і різко обривати статтю, немов автору просто все набридло. Вдала кінцівка — це який-небудь епізод або короткі описи фінальної сцени, ефектна цитата, який-небудь поворот основного сюжету, збережений наостанок; можна зробити перекличку кінцівки зі вступом або з епізодом зі статті. Загалом, все, що додасть матеріалу завершеності і не залишить у читача відчуття, ніби журналіст писав-писав — і раптом згадав про якісь важливі особисті справи.

Ольга Перевозник

Методологія створення журналістського твору

Кожен автор, зважаючи на власні можливості, прагне обрати оптимальний стиль роботи над матеріалом. А творчі процеси, пов'язані з підготовкою текстів, мають закономірні етапи, знання яких дозволить оптимізувати роботу над журналістським твором. Звичайно, готових інструкцій вирішення тих чи тих творчих проблем немає. Журналіст, спираючись на власний досвід, знання та вподобання, визначає для себе певну спеціалізацію, тему, жанр, виробляє не тільки власний стиль роботи, а й індивідуальну манеру написання. Головним критерієм творчості є оригінальність результату, його новизна та актуальність. Саме на це орієнтуються творчі люди.

Методологія створення журналістського твору має чимало складностей. Доволі часто, навіть маючи багатий фактичний матеріал, професіонали годинами не можуть написати перше речення, довго розмірковують над концептуальною ідеєю твору, неодноразово переписують матеріал у пошуках оптимального композиційного рішення. Щоб уникнути цього, необхідно чітко уявляти структуру майбутнього журналістського твору.

Структура твору повинна сприяти досягненню мети, заради якої його написано, і відповідати очікуваному процесу читання, напрямкові читачької думки. Ефективним повідомлення буде лише тоді, коли враховано й те, на основі якого матеріалу його створено і в який спосіб зможе зрозуміти його читач, як оцінить (свідомо чи підсвідомо) доцільність побудови твору. Мета спілкування може обмежуватися завданням викликати в читача певні думки і дії, які з них випливають. Вона може полягати у передачі теоретичних положень та фактичного матеріалу, необхідного для прийняття рішення, виконання дій.

Структура твору складається із двох підструктур: комунікативної, що забезпечує перебіг комунікативного акту, і пізнавальної, що зображує особливості фрагмента дійсності. Комунікативна і пізнавальна структури взаємодіють між собою. До складу кожної із цих підструктур входять дві складові. У комунікативну – психологічна, що забезпечує активність свідомості читача у процесі читання, і естетична, що формує загальну позитивну оцінку повідомлення щодо доцільності його форми.

Складовими пізнавальної підструктури є логічна, що забезпечує доцільний, не суперечний і переконувальний спосіб пізнання фрагмента дійсності, що постає перед читачем, та інформаційна, в якій використовується лише та інформація, що дає можливість створити у свідомості читача зображення дійсності, яку бачить автор.

Методологія створення журналістського твору передбачає такі етапи: задум, тема, концепція, ідея твору. У журналістиці задум і тема є результатом роботи не тільки одного автора, а й працівників редакції, насамперед її керівництва. Тому визрівання журналістського задуму можна поділити на два головні види: редакційне замовлення і вільне зародження задуму. Незалежно від способу зародження задуму журналіст повинен бути зацікавлений темою. Адже він із задоволенням працюватиме над близькою йому темою чи задумом.

Тема виникає із задуму як процес його глибшого осмислення. Як влучно зазначав В. Здоровега, тема літературного твору – це певне коло життєвих явищ і пов'язаних з ними проблем. Тема має бути ретельно продуманою та сформульованою.

Концепція є своєрідною версією можливого тлумачення фактів. В. Шкляр дає таке визначення концепції: «Концепція – загальний задум журналіста, його система поглядів на ті чи інші явища або ж спосіб розгляду і розуміння їх».

Композиційна побудова журналістського твору передбачає чітку структурну організацію. В окремих жанрах публіцистики, як, наприклад, в есе чи нарисі, матеріал будується за допомогою засобів асоціативної композиції: різні плани розповіді, епізоди, авторські ремарки. В інформаційних та аналітичних жанрах, де основними функціональними цілями публікації є або повідомлення, або аналіз, жорстке структурування матеріалу – творча необхідність. Обумовлено це також і особливостями читачького сприйняття: краще і легше читаються ті матеріали, які мають чітку структурну організацію, оскільки дозволяють орієнтуватись у тексті, дають змогу повернутися до вже прочитаного.

В основній частині теоретичного твору постійно опиняється матеріал, який потребує двох різних типів викладу. Коли автор ретельно намагається викласти факти, він використовує прикладний стиль, коли звертається до знання, що формується, – теоретичний. Щоб уникнути використання цих двох суперечливих стилів, прикладний текст іноді виносять за межі основного, набирають іншим шрифтом. Іноді фактичний матеріал виокремлюють у таблиці, графіки тощо.

Відповідність сприйняття виявляється й у повторенні основної ідеї на різних етапах процесу читання. Повідомляючи читачеві основну ідею твору кілька разів (заголовок, зачин, корпус тексту, висновки), автор створює кращі умови для засвоєння читачем своїх поглядів і запам'ятовування формулювань.

Серед великої кількості матеріалів, які різняться тематикою, структурою, обсягом, читач обирає не лише такі, які зацікавили його змістом, а й такі, що «сподобалися» способами подання – розташуванням, кількістю додаткової інформації (заголовки, врізи, підзаголовки, зображення тощо), оформленням й іншими показниками. Тому від розташування сусідніх матеріалів, заголовків, зображень, виділень декоративними елементами залежить ефективність конкретного матеріалу.

Але перше, на що звертає увагу читач, – це заголовок. Адже завдання заголовка – привернути увагу читача до статті. Отже, автор при створенні свого публіцистичного твору повинен ретельно продумати не тільки задум, тему та ідею твору, але й заголовок. Бо саме від заголовка залежить успіх будь-якого твору.

Навмисне порушення граматики, що стало доволі популярним за останні роки, також позитивно впливає на успіх статті та надає їй комічного характеру, але не завжди.

Не менш привабливими для читача є римовані заголовки: «Чарку – смик, під лавку – брик», «Пацієнт з «пушкою» під подушкою», «Реформи, як дитина... у Харкові вийшло»

Варто зазначити, що ігровий заголовок може приховувати деякі небезпеки. При виборі та обігруванні цитат, приказок, оригінальних слів слід уникати небажаних асоціацій та штучності.

Є ще кілька методів, за допомогою яких можна підвищити популярність твору шляхом використання прийомів неформальної типографіки, що є надзвичайно популярною серед користувачів мережі інтернет, але, на жаль, поки що її використання у заголовках сучасної української періодики майже не практикується.

Прийом закреслювання першими відкрили рекламисти, закреслюючи «старі» ціни. Поруч вказувалась нова (нижча) ціна, а попередня залишалась для порівняння. Звісно, глядач бачить і ту, й іншу. Виділення смислу, який мав на увазі автор, закреслюванням набуло популярності за останні кілька років серед авторів блогів та інтернет-щоденників.

Будь-які спроби розмістити текст маркерами настрою (за допомогою смайликів) до недавнього часу не мали успіху. Нині в текстах вживаються тільки два знаки, що визначають емоції, – знак запитання та знак оклику. Три крапки, що вживаються частіше як знак розгубленості або витриманої паузи перед повідомленням важливого факту, з натяжкою можна вважати позначенням настрою.

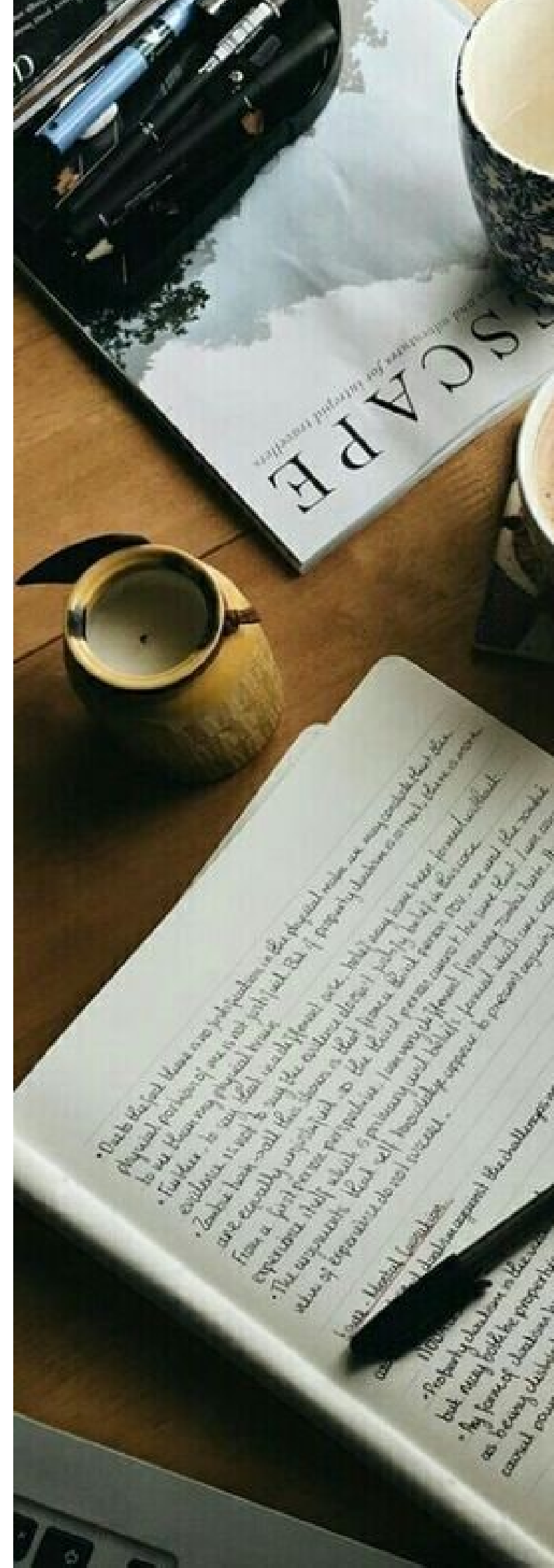
Смайлики, що вже років двадцять використовуються під час електронної переписки, з'являються в пресі у двох випадках: у статтях про

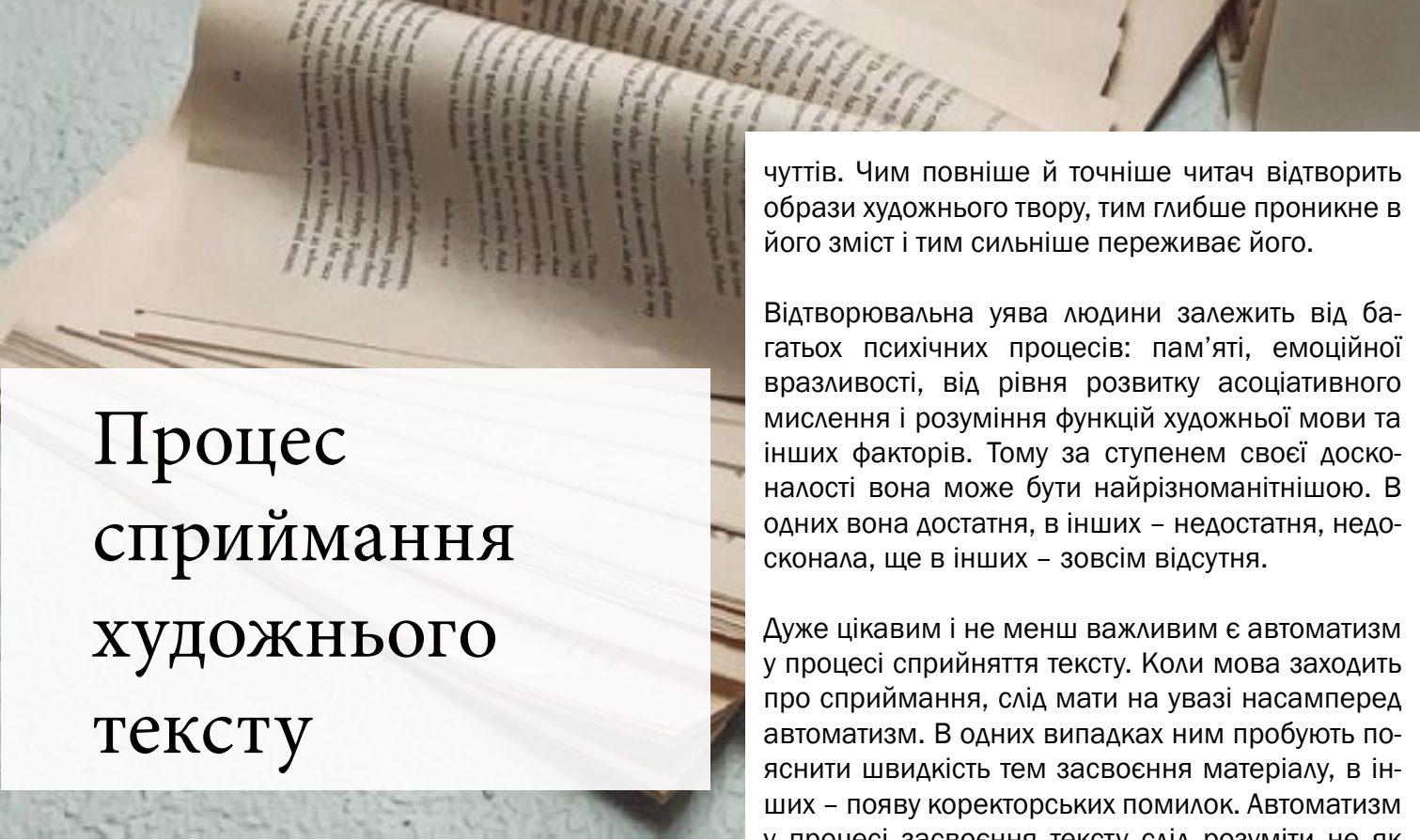
смайлики або в молодіжній періодиці. Смайлики незаслужено вважаються другосортним прийомом вираження емоцій. Коли вони складаються із розділових знаків, перед нами постає чистий, класичний типографічний прийом з усіма формальними ознаками. Тому їх можна і потрібно використовувати.

Доречно використаний смайлик вкаже на піднесений настрій автора і допоможе уникнути небажаних наслідків у випадку ризикованої заяви. Звичайно, використання закреслювання і смайликів ні в якому разі не може слугувати заміною дотепності та вміння передавати сенс.

Робота журналіста над твором має ступеневий характер і підпорядковується певним закономірностям. Журналіст повсякчас перебуває у творчому пошуку, починаючи від задуму твору та закінчуючи його композиційним рішенням. Керуючись індивідуальними особливостями, кожен журналіст відпрацьовує свої методи роботи над створенням твору. Характер кожної творчої стадії, в якій перебуває журналіст, залежить не лише від індивідуальних особливостей творця, а й від поставлених перед ним завдань, цілей та складності досліджуваного об'єкта. Опанування різних технологічних прийомів, що акумулюються у практичній журналістиці, – лише перша сходинка до професійної майстерності. Тільки на практиці журналіст відшліфовує індивідуальний стиль, набуває окремих навичок, що зроблять успішною журналістську діяльність.

Марія Рудьківська





Процес сприймання художнього тексту

Повноцінність сприймання читачами художньої літератури досягається тоді, коли у їхній свідомості постають змальовані автором картини, взаємозв'язаний ланцюг подій, образів, компонентів твору. Це потребує від них добре розвиненої уяви.

Уява може бути двох різновидів: творча і репродуктивна. Творча уява розвиває у читача уміння конструювати нові образи, нові ідеї. Це дуже цінна здатність, яку людина набула у процесі своєї еволюції.

Непоміченою не може не залишитись і відтворювальна, тобто репродуктивна увага. Бо читач повинен не тільки усвідомити значення окремих слів, зміст окремих виразів, фраз, описів, діалогів, частин тексту і всього твору, а й уявити образи, змальовані в художньому творі, побачити усе те, що показує письменник за допомогою відтворювальної уяви. Без такого «бачення» образів художнього твору сприймання його буде суто вербальним, а отже, й неповноцінним.

Чим розвиненіша відтворювальна увага в людини, тим вона здатна точніше, адекватніше відтворити художні деталі тексту без власних доповнень і змін. Доповнення і зміни саме й пояснюються впливом творчої уяви. Вони також необхідні, щоб повноцінніше сприйняти текст твору.

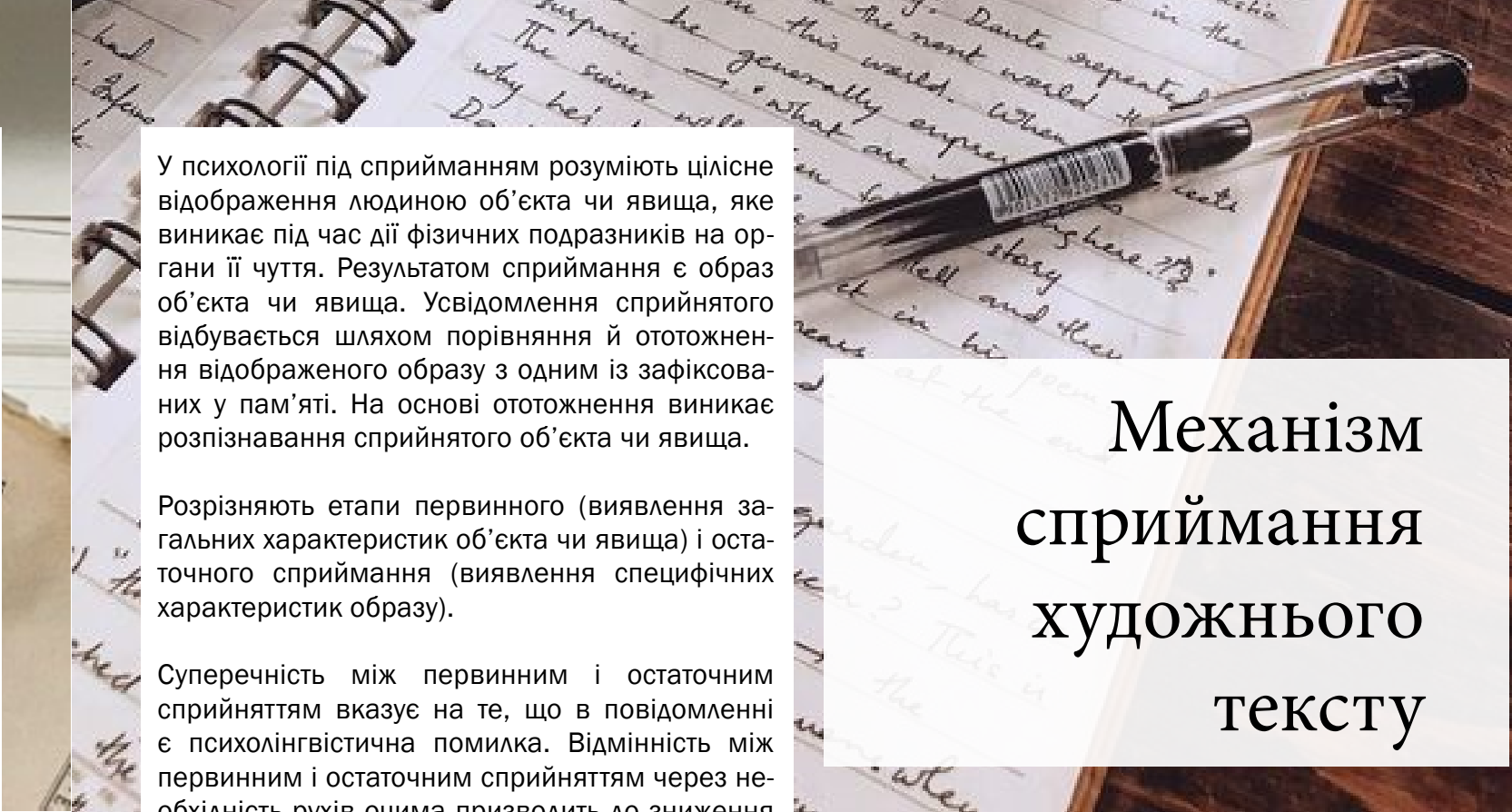
Художній твір – продукт уяви письменника, вияв за допомогою художніх образів його думок і по-

чуттів. Чим повніше й точніше читач відтворить образи художнього твору, тим глибше проникне в його зміст і тим сильніше переживає його.

Відтворювальна уява людини залежить від багатьох психічних процесів: пам'яті, емоційної вразливості, від рівня розвитку асоціативного мислення і розуміння функцій художньої мови та інших факторів. Тому за ступенем своєї досконалості вона може бути найрізноманітнішою. В одних вона достатня, в інших – недостатня, недосконала, ще в інших – зовсім відсутня.

Дуже цікавим і не менш важливим є автоматизм у процесі сприйняття тексту. Коли мова заходить про сприймання, слід мати на увазі насамперед автоматизм. В одних випадках ним пробують пояснити швидкість тем засвоєння матеріалу, в інших – появу коректорських помилок. Автоматизм у процесі засвоєння тексту слід розуміти не як звичайну бездумність, не як полегкість, що її дозволяє собі читач на шкоду розумінню, а як особливе пришвидшене виконання роботи. Такий автоматизм трапляється не лише під час читання, а й виконання найрізноманітніших буденних справ. Тільки після того, як стандартні рухи сотні раз повторились і запам'яталися, можна з легкістю читати різні твори автоматично. Автоматизм виникає лише за умови, коли людина швидко читає. Автоматизм сприймання дозволяє звичайному читачеві всю свою увагу спрямовувати не на літери і слова, а на думку автора. Букви і слова – немов би знаки, за якими читач вгадує або намагається вгадати перебіг авторської думки, перебіг розповіді.

Вікторія Христовська



Механізм сприймання художнього тексту

У психології під сприйманням розуміють цілісне відображення людиною об'єкта чи явища, яке виникає під час дії фізичних подразників на органи її чуття. Результатом сприймання є образ об'єкта чи явища. Усвідомлення сприйнятого відбувається шляхом порівняння й ототожнення відображеного образу з одним із зафіксованих у пам'яті. На основі ототожнення виникає розпізнавання сприйнятого об'єкта чи явища.

Розрізняють етапи первинного (виявлення загальних характеристик об'єкта чи явища) і остаточного сприймання (виявлення специфічних характеристик образу).

Суперечність між первинним і остаточним сприйняттям вказує на те, що в повідомленні є психолінгвістична помилка. Відмінність між первинним і остаточним сприйняттям через необхідність рухів очима призводить до зниження середньої швидкості сприймання повідомлення. Тому редактор у подібних ситуаціях повинен виправляти текст так, щоб ця суперечність зникла, а, отже, швидкість сприймання стала максимальною.

Приклад: Лінгвістичні механізми породження і сприймання повідомлень є різними. Відмінність у механізмах проявляється переважно в тих ситуаціях, коли лінгвістична одиниця певного рівня може виявляти омонімію: Руки нікому не подавав. Тут слово «руки» є граматичним омонімом, тобто має дві граматичні форми — називний та знахідний відмінки; правильна форма — знахідний відмінок, але різні люди по-різному можуть сприйняти це слово та поставити наголос на ньому.

В основі сприймання, яке пов'язане з низкою психічних процесів – уявою, увагою, мовленням, пам'яттю і мисленням, – лежать відчуття людини. Узгодження швидкості передачі з продуктивністю сприймання

Із позицій сприймання слід розрізняти терміновані й нетерміновані повідомлення.

Терміновані повідомлення реципієнт може сприймати лише впродовж визначеного джерелом інформації — ЗМІ — інтервалу часу (прикладом можуть слугувати повідомлення радіо й телебачення). При цьому можна говорити не лише

про тривалість, а й про швидкість їх передачі (наприклад, у кількості знаків — звуків, літер, цифр — за секунду; кількості слів — надрукованих чи усномовних — за хвилину тощо).

Нетерміновані повідомлення реципієнт може сприймати впродовж будь-якої невизначеної джерелом інформації кількості часу (прикладом є всі друковані повідомлення).

Під час передачі ЗМІ повідомлень іноді може виникнути ситуація, коли швидкість передачі значно вища, ніж продуктивність сприймання реципієнта. У такому випадку реципієнт нічого не зрозуміє і перемкне увагу на щось інше. Може виникнути й така ситуація, коли швидкість передачі стане нижчою, ніж продуктивність сприймання реципієнта. Тоді реципієнт або роздратується, або занудьгує.

Швидкість передачі повідомлення повинна вкладатися в межі середньої продуктивності сприймання для обраної групи реципієнтів. Психологічними дослідженнями встановлено, що середня продуктивність сприймання для людини становить: надрукованих зв'язних слів за хвилину — 150-200; усних зв'язних слів за хвилину — 115 (із поправкою щодо віку реципієнтів).

Психолінгвістичні механізми сприймання Опрацьовуючи повідомлення, редактор повинен враховувати, що в народів, які належать до різних культур, сприймання тексту відбувається

по-різному: у європейській культурі — зліва на право; у культурі народів Близького і Центрального Сходу — справа наліво; у народів культур Далекого Сходу (Китай, Японія та Корея) — згори вниз). Такі відмінності викликані різними стереотипами сприймання текстів (горизонтальним чи вертикальним, зліва направо чи справа наліво).

Отже, редактор, що працює в Україні, тобто в межах європейської культури, повинен враховувати локальний механізм сприймання, згідно з яким повідомлення сприймають зліва направо. Таким чином, усі найважливіші елементи повідомлення (найновіші, найцінніші) слід розташувати у його лівій частині.

Вплив уваги на сприймання

Увага — це психічний процес, який виявляється у спрямованості і зосередженості людини на певних об'єктах при одночасному абстрагуванні від інших.

У реципієнтів розрізняють такі види уваги:

Мимовільна (ґрунтується переважно на орієнтувальному рефлексі «Що таке?», викликаному самим повідомленням).

Повідомлення мають чітке спрямування на певну аудиторію реципієнтів. Тому для них слід контролювати лише те, чи привертають вони увагу реципієнтів. Розташовують такі засоби привертання уваги на самому початку повідомлення — на його «обгортці» (для друкованих повідомлень — на оправі, титульному аркуші, супероправі, першій сторінці; для електронних — у перших реченнях, перших кадрах).

Довільна (передбачає наявність у реципієнта чіткої мети й вимагає від нього певних зусиль волі для сприймання інформації, що є в повідомленні).

Психологічні дослідження встановили, що довільна увага залежить від чотирьох параметрів:

динамічності передачі повідомлення (друковані повідомлення є нерухомими, а тому увага на них концентрується дуже короткий відрізок часу);

віку реципієнта (для дітей тривалість зосередження довільної уваги коротша, для дорослих — довша);

рівня інтелектуального розвитку (реципієнти однакового віку, але різного рівня інтелектуального розвитку мають різну тривалість зосередження довільної уваги: вищий інтелектуальний рівень реципієнта забезпечує довшу тривалість уваги);

ступеня розуміння повідомлення (за однакового віку й ступеня інтелектуального розвитку довільна увага буде тривалішою в того реципієнта, який краще розуміє повідомлення).

Встановлено, що для нерухомих — статичних — повідомлень (усієї друкованої продукції) довільна увага утримується лише 2-3 с (максимум — 12 с). Тому для статичних повідомлень важливим є підвищення мотивації їх сприймання. Для електронних — динамічних — повідомлень спад уваги в середньому настає через 10–20 хв. При цьому кількість інформації, яку сприймуть реципієнти за ці 10–20 хв, буде різною, оскільки продуктивність її сприймання залежить від кваліфікації реципієнтів.

Крім того, для довільної уваги існують свої специфічні фактори підтримання уваги. Тому редактор повинен керуватися такими нормами: 1) у повідомленнях постійно повинна з'являтися нова реципієнтська інформація, 2) повідомлення повинно бути зрозумілим реципієнтові, 3) обсяг повідомлення повинен бути таким, щоб час його сприймання не перевищував 10-20 хв.

Коли обсяг повідомлення за часом його сприймання перевищує 20 хв, його слід ділити на окремі композиційні одиниці. У статичних повідомленнях (романі, науковій монографії) — це кінець розділу, підрозділу чи параграфа. У динамічних повідомленнях «паузами» можуть виступати музичні відеокліпи, реклама.

Післядовільна (визначається здебільшого інтересом реципієнта до об'єкта, та потребою отримати про нього інформацію).

За відрізок часу, поки довільна увага не спадає, автор повинен зацікавити реципієнта і викликати в нього потребу далі сприймати повідомлення. Якщо ж за ці 10–20 хв автор не зумів зацікавити реципієнта і не сформував у нього належних потреб, то далі реципієнт може і не виявити уваги до повідомлення.

У частині повідомлення, яка йде після його початку і за часом сприйняття триває 10–20 хв, автор повинен сформувати такі потреби реципієнта, які змусять його сприймати повідомлення до кінця

Існують деякі суб'єктивні труднощі при сприйманні тексту реципієнтом.

1. Відсутність у автора чіткого уявлення про читача.

Потрапляючи «не в ті руки», текст виявляється непотрібним, неінформативним, сприймається з великими, часом непереборними, труднощами.

2. Обмеженість творчих можливостей автора.

3. Активність творчого процесу.

Перебуваючи у полоні творчих задумів, автор часто не замислюється над тим, наскільки зрозумілим і повним буде його твір. Існує навіть досить поширена серед людей, які пишуть, думка: спочатку, і чим швидше, викласти принципово важливе, стрижневе, а вже потім опрацювати одержаний текст. Однак це не завжди легко: адже численні моменти, початково пропущені, пізніше можуть бути не відновлені, забуті.

4. Інерція авторського письма.

Тобто виклад за звичкою, готовими фразами, що вже втратили семантичну наповненість і стали штампами. Природу цього явища, і саме з позицій розумової діяльності, а також шкідливість описав Л. В. Щерба: «Наша мова має величезний асортимент готових шаблонів, готових фраз і навіть готових думок». Внаслідок цього вона «часто допомагає нам не думати, мало того, вона частенько тиранічно заважає нам думати, тому що негайно підсовує нам поняття, що не відповідають більше дійсності, і загальні, трафаретні судження, які потребують ще діалектичної переробки».

5. Нераціональна структура повідомлення.

Зайва розтягнутість або, навпаки, стислість окремих його частин; нелогічна послідовність структурних одиниць; непропорційність при описі однаково значущих елементів змісту; повтори або ж, навпаки, пропуски потрібного матеріалу.

6. Емоційний перепад (своєрідні ножиці настрою).

Тон викладу не відповідає матеріалу чи не збігається з уявленням про емоційність викладеного. При цьому сприйняття тексту гальмується через перебудову власного емоційного ставлення до предмета повідомлення.

Усе це, коли авторський задум опиняється за межами читацького сприйняття, може усунути досвідчений редактор.

Отже, серед багатьох проблем, з якими стикається редактор/журналіст, працюючи над текстом, чи не головна — сприяти тому, щоб текст був сприйнятий майбутнім читачем у повній відповідності з авторським задумом, тобто адекватно та максимально ефективно.

Катерина Гаврилюк

Використані джерела:

1. Антонов А. В. Сприймання та розуміння тексту. – К. : Знання, 1977. – 48 с.
2. Антонова С. Г. Редакторская подготовка изданий: Учебник. – М. : Логос, 2004. – 496 с.
3. Іванченко Р. Г. Літературне редагування / Р. Г. Іванченко. – 2-е вид. – К.: Вища школа, 1983. – 368 с.
4. Мильчин А. Э. Методика редактирования текста / А. Э. Мильчин. – М. : Книга, 1980. – 320 с.
5. Різун В. В. Аспекти теорії тексту // Нариси про текст. Теоретичні питання комунікації і тексту / Різун В. В., Мамалига А. І., Феллер М. Д. – К.: РВЦ «Київський університет», 1998.
6. Різун В. В. Літературне редагування / В. В. Різун. – К. : Либідь, 1996. – 242 с.
7. Социальная практика и журналистский текст / Под ред Я. Н. Засурского, Е. И. Пронина. – М., 1990. – 267 с.
8. Феллер М. Д., Квітко І. С., Шевченко М. Г. Довідник коректора. - Харків, 1972. – 408 с.
9. Феллер М. Д. Эффективность сообщения и литературный аспект редактирования / М. Д. Феллер / – Львов: Вища школа, 1978. – 193 с.
10. Чепелева Н. В. Текст і читач [Текст] : посібник / Н. В. Чепелева ; Ін-т психології ім. Г. С. Костюка НАПН України. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. – 128 с.

#[ШЧО]

Топ-5 фільмів про відомих письменників

ПОДИВИТИСЯ

За прірвою у житті (2017)
США**Режисер: Дені Стронг**

Той випадок, коли лише однієї назви достатньо, аби зрозуміти, про кого фільм. Сюжет фільму обертається навколо молодих років відомого американського письменника Джерома Селінджера, який мріяв стати відомим письменником. Поряд із талантом і наполегливістю письменника крокує нестача знань та досвіду. До того ж, хлопця зовсім не підтримують батьки. Одного разу батько запитав: «З чого ти взагалі взяв, що тобі є що сказати людям?»... А хлопець сказав... Та так сказав, що весь світ почув. Фільм демонструє глядачу атмосферу, в якій виріс та почав творити Джером Селінджер. Кінострічка знята за мотивами біографії Кеннета Славенські «Дж. Д. Селінджер: Життя».

**Заборонений (2019)****Україна****Режисер: Роман Бровко**

Дійсно якісний український фільм про поета-дисидента Василя Стуса (аж серденько тріпотить від того, що всі ці слова поєднані в одному реченні). Кінострічка розповідає про протистояння митця гніту Радянської влади. Автори зобразили основні етапи життя Стуса — київський період, суд і його останні дні у колонії. Створення та показ фільму супроводжувалися ажітажем та скандалами, що свідчить про небайдужість та зацікавленість стрічкою.

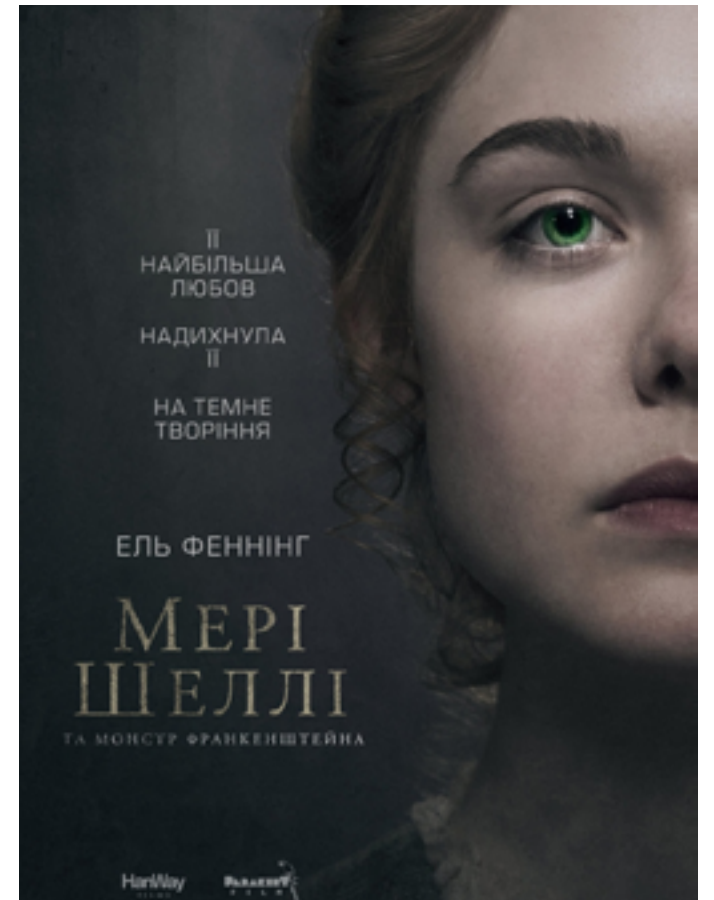


Гей, наші вітаннечка, любий кіномане! Тут за вікном знову локдаун, тому ми тут як тут, з підбіркою фільмів, які зроблять твій вечір цікавішим та розкажуть цікаві факти із життя відомих письменників. Тож всідайся зручніше, ми починаємо!

Мері Шеллі та монстр Франкенштейна (2017)
США, Велика Британія, Люксембург
Режисерка: Гайфа Аль-Мансур

Фільм про сильну жінку, створений жінкою... Ух, ви вже відчуваєте цю неймовірну енергетику фемінізму і нездоланності? У стрічці відображена історія британської письменниці Мері Шеллі, авторки «Франкенштейна, або сучасного Прометей», твору, який BBC Culture віднесло до трійки сюжетів, що змінили історію людства. Сюжет зосереджується на подіях, що стали поштовхом до написання «Франкенштейна» — дорослішання без матері, вигнання з батьківського дому, втрачати дитини.

Найвідоміший епізод життя Мері — літо, проведене в компанії коханого поета-бунтівника Персі Шеллі, Лорда Байрона і доктора Джона Полідорі. Про цю історію зняли декілька окремих стрічок, наприклад, ексцентричний горор «Готика» Кена Расселла. Але «Мері Шеллі та монстр Франкенштейна» використовує цей епізод та початок роботи над «Франкенштейном» як кульмінацію життєвого досвіду жінки і початок її становлення як письменниці.

**Сильвія (2003)****Велика Британія****Режисер: Крістін Джефс**

Розпочнемо із козирів: головні ролі у фільмі виконали Гвінет Пелтроу та Деніел Крейг, що вже мотивує переглянути цю роботу. Кінострічка розповідає про складні стосунки культової американської письменниці Сильвії Плат та її чоловіка Теда Г'юза. Пристрасний роман не витримав сірої буденності сімейного життя з ревностями, душевним дискомфортом та матеріальною скрутою. Сильвія, з її творчою вразливою натурою, розуміє, що не готова до буднів, сповнених побутовими проблемами. І тоді вона вирішує покінчити з цим... Авторам вдалося зобразити правду життя, яку іноді не всі хочуть помічати.

От така підбірка вийшла, сподіваємося, що тобі вдалося знайти щось для себе. До зустрічі в наступному випуску!

Ось так і пишу...

Прийшла весна. І якось так раптово
Період нересту у риб почався всіх.
Це час, коли стають вони готові
Розмножитись, як взимку з хмари сніг.

І щоб не сильно рибам заважати
(Напевно, в них кохання, це ж весна),
Вечерю з берега лиш можна упіймати,
Бо не дозволено ловити із човна.

Рибалки переважно в нас слухняні –
Не можна, так не можна, є ж закон.
Як треба, то ловитимуть хоч в ванні,
Допоки нересту триватиме сезон.

Отож, місця, де риба пропливає,
Заповнені людьми без вихідних.
Їх я також, як всі, звичайно, знаю,
Принаймні, переважну більшість з них.

І ось я прокидаюсь о четвертій,
Ще до світанку більше двох годин.
Але скажу вам так, скажу відверто,
Немає часу навіть з'їсти апельсин.

В рюкзак мерщій складаю все, що треба,
Велосипед з кімнати дістаю.
І поки сонце не засяяло на небі,
Кручу педалі десь у полі чи в гаю.

Село Трипілля в нас знайоме всюди.
Жили трипільці там, тепер вже не живуть.
Ну як, живуть, та це звичайні люди,
Бо справжні вимерли зі скіфами, мабуть.

Надворі ніч, проте я вже на місці,
Куди не глянь, скрізь натовпи людей.
Здається чоловік десь так під двісті
Уже рибалять і чекають свій трофей.

Так склалось, що у нас прості селяни
Із сіл своїх мігрують у міста.
В Трипілля ж, навпаки, з'їжджаються
кияни,
Бо наловити риби в них мета.

Людей десятки — не багато і не мало,
Така картина тут чомусь завжди.
Ще тільки п'ята, сонце ще не встало,
А я не можу підібратись до води.

Щоб пояснити жителям столиці,
Щоб все і інші з'ясували до пуття,
Незрозумілі не писатиму дурниці,
А наведу вам приклад із життя.

Тож уявіть Хрещатик. Вечір, ще й субота.
Із дівчиною ви в «Макдональдс» ідете.
Усюди, де не глянь, людські істоти,
Що й яблуко нікуди не впаде.

І вам завдання майже нереальне –
Знайти з місцями столик десь двома...
Така проблема для рибалок актуальна,
Коли два спінінга, а місць уже нема...

В нас справжня конкуренція існує,
Вона – не плід моїх фантазій чи ідей.
Та жодні труднощі рибалок не хвилюють,
Бо десь в воді наш плаває трофей.

Ось так і пишу...

За містом в нас шумить завод,
Пливе по річці парохід,
Я йду із коледжу додому
І доїдаю бутерброд.

Там під машину втрапив лось,
Щось інше ще десь відбулось,
А в мене пар було п'ять зразу –
Я мрію вже поїсти щось.

В нас світла й сонячна погода,
життя — суцільна насолода.
Та я похмурий і сумний —
Одного мало бутерброда.

З безсилля падаю я з ніг,
Зайти в автобус ледве зміг.
І, щоб не думати про їжу,
Сів на сидіння й спати ліг.

Перед очима м'ясо й сало,
Бо їжі взяв з собою мало.
Мені рюкзак уже свій навіть
Аж піднімати важко стало.

У мене, мабуть, перевтома
Така, що людям невідома.
Мене лише одне врятує:
Борщу каструля, та, що вдома.

Дмитро Челишев



Редакція «Nota Bene» відкрита до співпраці з викладачами та студентами.
Якщо Вам є що розказати, чим поділитися, то ми з радістю допоможемо.
Чекаємо на ваші листи: notabene.kubg.edu.ua@gmail.com