

MIC GHID

(COMPILAT!!!) PENTRU UN ANUME TIP DE JURNALIȘTI ÎNCEPĂTORI II. Text jurnalistic

„Privește și ascultă. Ascultă, află și înțelege.” Stephens și Lanson

CE ESTE UN TEXT?

Câteva lucruri despre text pe care le știm încă din clasa I:
Emitător
Receptor
Mesaj
Cod
Context

„Textul e un ansamblu frastic interrelaționat, caracterizat de continuitatea și stabilitatea sensului.” (P. Cornea, *Introducere în teoria lecturii*)

- Cineva produce un text (scris/oral/imagie) dintr-o anumită cauză și urmărește un scop.
- Textul este destinat unui public.
- Textul comunică idei într-o anumită limbă.
- Ideile comunicate iau o anumită formă.
- Textul este produs într-un anumit context (spațiu, timp determinate, alături de alte texte).
- Textul este transmis pe un anumit canal
- Textul așteaptă un răspuns

Care sunt „secretele” unui text bun?



1. să aibă o temă bine aleasă
2. să prezinte un conținut unitar ducând la o concluzie
3. autorul să ofere informație de calitate, interesantă, corectă și sinceră
4. să împărtășească cu abilitate cititorilor gânduri și sentimente
5. să aibă un scop clar
6. să satisfacă așteptările cititorului
7. să convingă cititorul
8. autorul să-și asume conștient consecințele pe care textul său le-ar putea avea asupra publicului. (apud Andra Șerbănescu, *Cum scriem un text*, p.16)

CE ESTE UN TEXT JURNALISTIC?

„Textul jurnalistic este acel material produs de un comunicator profesionist (de obicei, jurnalistul) cu intenția de a informa, forma, convinge sau distra publicul.”

ro.wikipedia.org/wiki/Genuri_jurnalistiche

- Textul jurnalistic este un mijloc de transmitere a informației în condiții specifice definite prin precizarea statutului emitătorului ca jurnalist care își asumă toate responsabilitățile ce derivă de aici (despre statutul jurnalistului vezi *Mic ghid I*).

- Forma finală a textului jurnalistic este rezultatul activității de colectare, de selecție, ierarhizare și condensare a informației.

- Informația este legată totdeauna de un eveniment de actualitate. Natura comunicării și publicul țintă generează o construcție specifică, structura informației „în cascadă”, sau „piramida răsturnată”, reprezentată grafic sub forma unei piramide cu vârful în jos, alcătuită din trei svențe textuale:

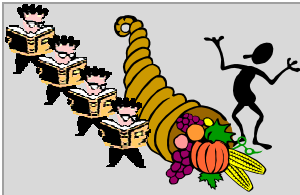
1. baza piramidei – cea mai importantă structură textuală, paragraful inițial (lead, atac);
2. corpul textului, contextul/background;
3. paragraful final sau faza de încheiere.

Structura piramidei inversate are următoarele avantaje în receptare:

1. ușurează și ordonează lectura
2. satisface curiozitatea publicului
3. ierarhizează informațiile .

Nevoia de a stabili și a menține o relație cu publicul impune jurnalistului un limbaj specific: folosirea cuvintelor neutre, evitarea cuvintelor lungi, selectarea cuvintelor cheie, evitarea frazelor arborescente.

Vezi Luminița Roșca, *Textul jurnalistic, în Manual de jurnalism*, vol. I.



Care este „secretul „ unui text jurnalistic bun? Tot ce s-a spus mai sus.

În plus:

„A scrie bine înseamnă **a scrie adecvat**: adecvare la public, la canalul mediatic și la exigențele genului.”

„Oricât de bine ar scrie cineva despre un anumit subiect, dacă acel subiect nu interesează, textul nu are nicio valoare jurnalistică.” Marcel Tulcea, în *Manual de jurnalism*, vol. I. p. 109

Modele de texte jurnalistice

După George Herbert Mead:

- a. *information model* (modelul informativ)
- b. *story model* (modelul poveste), argumentând că mulți reporteri sunt trimiși pe teren nu ca să adune fapte, ci ca să găsească o poveste.

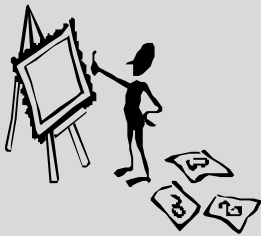
Care sunt etapele scrierii unui text jurnalistic, indiferent că este sau nu narativ?

- Selectarea informațiilor
- Alegerea unghiului de abordare
- Scrierea unei prime variante
- Conceperea unui „lead” („atac”/ „intro”)
- Redactarea și corectarea textului
- Titarea

Caracteristicile stilului jurnalistic

„Stilul jurnalistic se caracterizează printr-o sintaxă concentrată, prin alegerea cuvântului clar, concret și activ precum și a detaliului obiectiv. De asemenea, stilul jurnalistic are ca tendință eliminarea bruiajului semantic.” Curtus D., MacDougall

Scrie pentru a scrie bine



Cum îți cultivi stilul?

1. Citind mult
2. Cultivându-ți sensibilitatea
3. Scriind mult în toate genurile
4. Dezvoltându-ți punctele forte
5. Șlefuiindu-ți textul
6. Acceptând sfaturile altor persoane

Și mai ales:

- Folosește fiecare ocazie în care scrii pentru a-ți dezvolta creativitatea (fă-ți liste de cuvinte „tari”, liste de sinonime, exersează diferite procedee de realizare a alternanțelor).
- Descrie senzațiile și emoțiile în detaliu într-o primă fază, nu te preocupa de lungimea textului, pentru că vei reveni ulterior asupra lui.
- Cizelează textul la relectură (ortografie, punctuație, alegerea cuvântului celui mai potrivit, ritm etc.).
- *Nu uita*: un jurnalist este un martor, el consemnează ce a văzut și a auzit, dar niciodată nu trebuie să apară el în prim-plan.

„Îmbrăcarea” articolului

Elemente ce constituie al doilea nivel de lectură a textului jurnalistic
Componente speciale ale aranjării în pagină, permițând totodată aerisirea articolului
Șapoul
Intertitul
Lead-ul/atacul
Chenarele
Paragrafele

Ilustrația

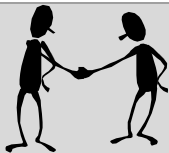
Toate imaginile publicate în presă: fotografii, tabele, scheme, desene.

Funcții:

- primul nivel de lectură: „agață” privirea
- aduce un surplus de informații
- ca document, conferă autenticitate textului
- poate avea o funcție simbolică
- poate fi sursă de divertisment, poate amuza
- este un adjuvant estetic al paginii

Calitățile unei fotografii bune:

- Să fie vie
- Să se potrivească cu stilul de ansamblu al publicației
- Să aducă un plus de informații textului
- Să fie realizată corect din punct de vedere tehnic
- Să aibă valoare estetică



Un sfat de la un editor și jurnalist cu experiență:

„Conștientizarea faptului că un articol nu se poate scrie dintr-odată este foarte importantă pentru tinerii jurnaliști. Ei scapă astfel de inhibiții ce se instalează după mai multe încercări, firesc ratate de a scrie bine după prima încercare.” Marcel Tolcea, *Manual de jurnalistică*, vol. II, p. 109

GENURI JURNALISTICE

După Yves Agnès există 27 de „genuri”

Categorii

1. *articole de informație strictă*: știrea scurtă, sinteza, revista presei etc.
2. *Istorisiri*: reportaj, portret, relatare, anchetă etc.
3. *Studii*: analiză, anchetă, dosar etc.
4. *Opinii în afara redacției*: interviu, masa rotundă etc.
5. *Comentarii*: editorialul, recenzia, cronica, caricatura

DOUĂ GENURI CARE STAU LA BAZA JURNALISMULUI NARATIV

1. REPORTAJUL

„Reportajul ilustrează cea mai frumoasă atribuție a scrisului de presă: prezentarea vieții sub toate formele ei, în toată amploarea și în toate circumstanțele.” Yves Agnès

Doă definiții

1. DEX: Specie publicistică, apelând adesea la modalități literare de expresie, care informează asupra unor evenimente de interes general sau ocazional, realități geografice, economice, culese de obicei la fața locului.”

Luminița Roșca (*Manual de jurnalism*, I, p. 11 completează definiția DEX cu:

Reportajul:

- a. informează un public larg
- b. cu fapte de actualitate
- c. ca urmare a prezenței reporterului la fața locului
- d. reportajul are un specific stilistic.

2. În *Petit Robert* reportajul este definit astfel: articol sau ansamblu de articole în care un jurnalist relatează într-o manieră vie ceea ce a văzut și a auzit.”

Yves Agnès explică definiția de mai sus astfel:

„*Relatează*: reportajul povestește, ne arată ceva concret, fapte, locuri, oameni într-o manieră vie: spre deosebire de tratarea strictă a informației, de analiză, de proces-verbal reportajul trebuie să înfățișeze o realitate vie ori să reînvie realitatea.

Ceea ce a văzut: ochiul este prima unealtă a reporterului, jurnalistul aduce în scenă realitatea așa cum a observat-o.

Și a auzit: Jurnalismul înseamnă viață, oameni care trăiesc realitatea ca actori, martori, spectatori. Ceea ce știu, gândesc, doresc e mai important decât evenimentul, situația în care sunt implicați.”

Tipologia reportajului

M-am axat pe un singur criteriu – narativitatea - considerându-l util în relație cu sarcina pentru portofoliu.

În funcție de modalitatea de construcție – specificul reportajului ca *text narativ*. Prin urmare reportajul prezintă faptele (întâmplare, eveniment) în succesiunea lor logică sau cronologică, cu grijă pentru detalii (decor, portret, psihologia personajelor) pentru ca evenimentele să fie recunoscute de receptor.

În funcție de preponderența nucleelor narrative vorbim de reportaj:

1. *de atmosferă* - intenția de a recrea culoarea locală, de a-l ajuta pe cititor să vadă, să simtă ca și cum ar participa ca martor la eveniment;
2. *de eveniment* – plasarea cititorului în mijlocul evenimentului cu ajutorul detaliilor de atmosferă, ca și cum ar participa ca protagonist.

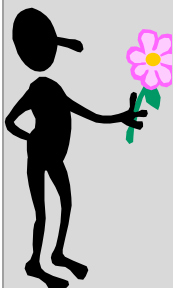
Etaple pregătirii reportajului

- a. pregătirea prealabilă (documentarea asupra subiectului: timp, loc, fapte, protagoniști)
- b. alegerea ipostazei din care va prezenta evenimentul: martor (observare neutră) sau unul dintre protagoniști (implicare emoțională)
- c. adunarea informațiilor la fața locului
- d. evaluarea informațiilor în funcție de interesul larg uman, noutate, semnificație
- e. selectarea acelor aspecte care pot interesa cititorul prin actualitate și semnificație generală

	<p>f. optarea pentru unghiul de abordare (identificat de cele mai multe ori în „lead”:</p> <ul style="list-style-type: none"> - prezentarea faptelor neutru, obiectiv - prezentarea faptelor din perspectiva protagonistului <p>Unghiul de abordare se poate modifica pe parcurs: poate fi panomeric sau detaliu, se focalizează pe personaj sau prinde întreg cadrul.</p>
Modalități de redactare a reportajului	<p>a. <i>Povestirea</i> - accentul se pune pe povestirea întâmplării, evidențiind personajele, dând detalii despre cadru, descriind gesturile, faptele.</p> <p>b. <i>Personajul principal</i> pentru că simbolizează ideea forță pe care este axat reportajul. Vom reveni asupra ideii mai târziu.</p> <p>c. <i>Tablourile</i> - ca într-o piesă de teatru, o succesiune de scene, înlănțuite logic pe parcursul unui anume interval de timp.</p>
Reportajul și cititorii săi	<p>Un reportaj bun:</p> <ul style="list-style-type: none"> - implică cititorul, îl face să se identifice cu persoanele aduse în scenă - poate să descopere adevărata realitate, uneori în opoziție cu punctul de vedere oficial - poate să-l facă să înțeleagă mai bine realitatea, pentru că prezintă aspecte concrete, tangibile - un bun reportaj îi furnizează întotdeauna cititorului o poveste (decor, personaje, replici)
<p>Reporterul „spectator activ” (Y.A., p247)</p> <p>Un set de sfaturi de la Yves Agnès:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lasă-te impresionat! Pe teren reporterul poate fi emoționat, se impregnează de ambianță, dar când trece la redactare trebuie să aibă mintea limpede. 2. Ai grijă la detalii, „faptul mărunț, replica dă sarea și piperul reportajului și lasă impresia că ai participat la eveniment. 3. Oameni, mereu oameni! Întreabă, înregistrează reacțiile. 4. Fii mobil! Trebuie să știi să te deplasezi, să stai la pândă, să mergi unde se întâmplă lucruri interesante. 5. Gândește-te la publicul cititor! 6. Dar fotografia? Alege scene vii, semnificative. 	
<p>2. PORTRETUL</p>	
<p>Care este rostul social al portretului[...]? Pe de o parte, cel de model: de aici abundența genului în reviste specializate (copii, tineri, femei); apoi de element valorizant, de comparație într-un sistem axiologic al lectorului, de proiecție utopic identitar sau de evaziune (în cazul subiectelor legate de actori sau prințese...)” Radu Bâlbâie, <i>Portretul, Manual de jurnalism, II, p. 113</i></p>	
Definiții	<p>Yves Agnès: „Portretul este descriere și poveste totodată A face portretul cuiva presupune ca în picturii, a-i da viață (prin cuvinte) în fața cititorilor, a-l prezenta așa cum se prezintă un eveniment.” <i>Introducere în jurnalism, p. 252</i></p> <p>M. Voirol: „reportaj asupra unei persoane</p> <p>Melvin Mencher: „O anchetă asupra unei persoane.”</p> <p>Radu Bâlbâie, <i>ibidem, p. 111</i>: „Portretul jurnalistic este un gen publicistic de informare, reprezentând o narațiune centrată în jurul unui subiect animat (cine), de cele mai multe ori uman.”</p>
Tipuri de portrete	<p><i>Crochiu</i>: simplu, concentrat, axat pe trăsăturile fizice, surprinderea unei trăsături proeminente.</p> <p><i>Biografia</i>: „portretul unei întregi vieți. Este importantă selectarea momentelor esențiale contextualizate.</p> <p><i>Portretul-reportaj</i>: de tipul – un interval de timp împreună cu... (loc de muncă, în familie)</p> <p><i>Portretul-interviu</i>: interesul cade pe dialog, idei, convingeri prin intermediul cărora se pune în evidență personalitatea celui portretizat.</p> <p><i>Portretul anchetă</i>: descoperirea unor aspecte mai puțin cunoscute ale persoanei. Se recurge la o documentare minuțioasă: surse diferite, părerile unor prieteni, dușmani etc.</p> <p><i>Portretul album foto</i>: prezentarea unei persoane prin intermediul unui șir de fotografii, cu propriile comentarii și explicațiile jurnalistului.</p>
Tipuri de abordări	<p>a. <i>folosirea mai multor surse care se vor compara</i>: fotografii, dosare de presă, înregistrări audio, persoane care pot da informații.</p> <p>b. <i>una sau mai multe întâlniri cu persoana portretizată</i>: din propria mărturie se vor consemna fapte, replici a căror autenticitate e verificată și prin alte surse.</p>



„Ingredientele” unui portret bun



concluziile.

1. Selectarea aspectelor semnificative
2. Trăsăturile esențiale trebuie scoase încă de la început în evidență printr-un portret fizic, o replică etc.
3. Este important detaliul, nuanța, evitarea îngroșărilor
4. Citarea din discursul persoanei, dar evitarea abuzului de citate
5. Mici povești, anecdote ajută la însuflețirea portretului
6. Recurgerea la paralelisme, comparații, metafore pentru expresivitate
7. Descrierea fizică (ticuri, gesturi, tonalitatea vocii, privirea, mersul) și a cadrului (camera, biroul, un tablou, o carte)
8. Un final de efect: o închidere la prezentarea de la început, dar evitând redundanțele sau

GLOSAR

Câțiva termeni cu care operează (chiar și) un jurnalist (începător)

Construcția textului

Îmbinarea cuvintelor pentru a crea ritmul textului.

Scop: să dea relief/expresivitate textului; să relanseze lectura; să dea textului tonalitatea în acord cu subiectul și genul jurnalistic.

Mijloace: a. *Alternanța:* fraze lungi/fraze scurte; discursul jurnalistului (aprecieri, explicații, fapte)/citate; acțiune/reflecție; planuri strânse/planuri largi; flashbackuri (introducerea în planul prezentului a unei priviri retrospective); trecut prezent (alternarea timpurilor verbale).

b. *Efecte de ritm:* ruptura ritmică a unor fraze printr-o propoziție scurtă; acumulările; fraze construite simetric etc.

Lead

(Atac, intro)

To lead – a merge înainte, a deschide calea, a fi în frunte, a fi primul

Primul paragraf care concentrează esența știrii/evenimentului, dar nu-l epuizează.

Mică listă cu posibile începuturi

- *descriere.* Cititorul trebuie să vadă ca într-o fotografie protagonistul sau faptul

- *un citat.* O replică cu greutate a unui dintre protagoniști

- *o poveste scurtă/o anecdotă.* Doar dacă este semnificativă.

- o afirmație scurtă. Doar dacă este semnificativă

- *un joc de cuvinte*

- *o întrebare* la care se dă imediat un răspuns

- *un paradox* - subiectul este atacat de unde nu te aștepti

- *o imagine neașteptată* sau o acumulare de imagini

Finalul („căderea”)

Ultima sau ultimele propoziții dintr-un text jurnalistic.

- Lasă ultima impresia, de aceea e tot atât de important ca lead-ul/atacul

- Ce nu trebuie să fie finalul:

- idei dezordonate care nu au putut fi atinse în articol

- o morală

- o concluzie

- Calitățile unui final bun: să fie dramatic, original, cu impact etc.

Ca procedee se pot utiliza tot cele din lead.

Paragraful

Împărțirea pe secțiuni a unui text.

Funcțiile paragrafului:

- sparge monotonia textului printr-un rând alb, ritmează lectura în funcție de plan;

- relansează interesul pentru lectură, mai ales dacă începe în același fel ca articolul: o propoziție scurtă, un citat, o imagine puternică etc.

„Piramida răsturnată”

Plan principal, specific textului jurnalistic.

Plan opus planului învățat în școală care se structurează pe introducere, dezvoltare și concluzie.

„Piramida răsturnată” presupune un text în care informația esențială/mesajul se dă la început, continuând cu prezentarea detaliilor în ordine descrescătoare.

Titlul, supratitlul, subtitlul, intertitlul


Intertitulul – mic titlu între două paragrafe pe care le separă un blank (spațiu alb)

Titlul

- primul care atrage atenția la lectură

- în el trebuie să apară cuvintele cheie ale articolului

	<p>- este scris cu litere mai mari</p> <p>- un titlu bun trebuie să fie: scurt, plin de nerv, original/incitant, la obiect/trebuie să se potrivească numai acelui articol, aproape de cititor.</p> <p><i>Supratitlul</i></p> <p>- este scris deasupra titlului cu caractere mai mici</p> <p>- funcția lui constă în principal în a situa acțiunea în timp și spațiu (întrebările la care răspunde: unde? când?)</p> <p><i>Subtitlul</i></p> <p>- completează titlul răspunzând la întrebările: cum? de ce?</p>
<p>Șapoul Câteva rânduri, plasate între titlu și începutul articolului.</p>	<p>Poate avea următoarele funcții:</p> <ul style="list-style-type: none"> - completează titlul articolului - rezumă informația - justifică articolul - plasează subiectul articolului în context.
<p>Unghi Termen publicistic pentru <i>temă</i>, <i>subiect</i>.</p>	<p>Orientarea ansamblului articolului înspre un anumit mesaj. Reguli esențiale: să restrângi câmpul de observație, să fii cât mai concret și original, să ții seama de publicului căruia i te adresezi. Se face a. Înainte de documentare când jurnalistul optează pentru un aspect semnificativ în funcție de publicul căruia i se adresează; b. în timpul redactării când jurnalistul selectează din materialul strâns în timpul documentării aspectele care se subordonează unghiului</p>



Dacă ați ajuns până aici, înseamnă că sunteți pregătiți să mergeți mai departe. Deocamdată, înainte de a vă anunța sosirea, deschideți-vă bagajele și verificați dacă nu trebuie să scoateți sau să adăugați ceva. Nu trebuie să vă grăbiți, mai aveți timp pentru următoarele încercări. Vă poate servi și aprofundarea sensului termenilor din glosar

.....

.....

.....

.....

.....

Bibliografie

1. Agnès, Yves, *Introducere în jurnalism*, Traducere de Ovidiu Nimigean, Polirom 2011.
2. Coman Mihai (coordonator), *Manual de jurnalism*, ediția a II-a revăzută, volumele I, II, Polirom, 2006.
3. Șerbănescu, Andra, *Cum se scrie un text*, Polirom, 2000.