

Клаус Маєр

Журналістика

Переклад із німецької мови
Віталія Климченка та Володимира Олійника

Академія української преси
Центр вільної преси

2022

УДК 070:004.7](072)

M12

Текст друкується за виданням
Meier, Klaus (2018) Journalistik (4. überarbeitete Auflage). UVK Verlagsgesellschaft
mbH Konstanz mit UVK/Lucius München.

M12

M12 Маєр К.

Журналістика: підручник / Маєр К.; пер. з нім. В. Климченка, В. Олійника / за
загал. ред. В. Іванова. К. : Академія української преси, Центр вільної преси,
2022. 300 с.

ISBN 978-617-7370-48-1

Клаус Маєр з 2011 року працює професором журналістики в Католицькому університеті Айхштетт-Інгольштадт, до цього працював у Інституті журналістики Дортмундського технічного університету та в Дармштадтському університеті прикладних наук. Він є лауреатом премії Ars legendi 2017 року за відмінне викладання в університеті.

Підручник Клауса Маєра «Журналістика» є своєрідним вступом у професію, адже охоплює загальні важливі моменти історії, теорії та практики журналістики.

Це видання може стати в нагоді студентам, аспірантам, викладачам факультетів та інститутів журналістики, усім, кого цікавить журналістський фах.

Інтернет-версії або електронні видання німецькою мовою доступні на сайті за посиланням: www.utb-shop.de.

Видання, включаючи всі його частини, захищене авторським правом. Будь-яке використання поза вузькими рамками закону про авторське право без згоди видавця є неприпустимим і карається. Це стосується, зокрема, копіювання, перекладу, мікрофільмування, зберігання та обробки в електронних системах.

1-е видання 2007 року

2-е видання 2011 року

3-е видання 2013 року

4-е видання 2018 року



Бібліотека масової комунікації
та медіаграмотності
Академії Української Преси



**FRIEDRICH NAUMANN
FOUNDATION** For Freedom.
Ukraine and Belarus

© 2018 Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG.
© UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz und München 2018
© Центр вільної преси 2022
© Академія української преси 2022
© переклад Віталій Климченко, Володимир Олійник 2022

ISBN 978-3-8252-3923-7 (нім)

ISBN 978-617-7370-48-1 (укр)

Зміст

Передмова від українського видавця	5
Передмова	12
1 Журналістика та журналістські дослідження.....	15
1.1 Предмет і перспективи спеціальності	15
1.1.1 Що таке журналізм?	15
1.1.2 Журналізм і демократія.....	17
1.1.3 Що таке журналістика?	20
1.1.4 Публіцистика, комунікативістика, медіазнавство	25
1.2 Теорії журналізму	27
1.2.1 Наукова та повсякденна теорії	27
1.2.2 Огляд: теоретичні концепції.....	29
1.2.3 Приклад I: підхід на основі теорії систем.....	31
1.2.4 Приклад II: культурологія (Cultural Studies) як культурно-теоретичний підхід.....	39
1.3 Дослідження журналізму.....	43
1.3.1 Основи емпіричних соціальних досліджень	43
1.3.2 Методи емпіричних досліджень журналізму...	51
1.3.3 Фундаментальні дослідження та прикладні дослідження	61
2 Журналізм у суспільстві.....	69
2.1 П'ять рівнів журналізму.....	69
2.2 Історія та трансформації журналізму.....	74
2.2.1 Етапи історії журналізму.....	84
2.2.2 Приклади багаторічних традицій	
2.3 Свобода комунікації та медіасистеми.....	87
2.3.1 Свобода комунікації як ознака демократичних медіасистем	87
2.3.2 Медіасистеми в порівнянні.....	91
3 Журналізм та його аудиторія.....	102
3.1 Дослідження аудиторії.....	102
3.2 Зміни у використанні медіа.....	114
3.3 Вплив журналістики	121

4	Медіаорганізації	133
4.1	Медіа та масова комунікація	133
4.2	Організаційні форми та економіка масмедіа	137
4.2.1	Приватні та громадські медіа	137
4.2.2	Двоїста природа приватних медіаорганізацій..	140
4.2.3	Концентрація медіа і транснаціональні медіакорпорації	146
4.2.4	Економічні виклики інтернету	151
4.3	Медіаландшафт Німеччини: основні дані	155
4.3.1	Інформаційні агентства	156
4.3.2	Ландшафт друкованих медіа	157
4.3.3	Ландшафт телерадіомовлення	163
4.3.4	Цифрові медіа	168
4.4	Екскурс: Австрія та Швейцарія	171
4.5	Редакційна організація	176
5	Журналістські будні	189
5.1	Журналізм, реальність і об'єктивність	189
5.2	Форми представлення та моделі висвітлення подій ...	196
5.3	Добірка новин	209
5.4	Журналізм та паблік рилейшнз	217
6	Журналісти	222
6.1	Журналізм як професія	222
6.2	Освіта та кваліфікація	236
7	Актуальні дискусії в журналістиці	244
7.1	Якість та управління якістю	244
7.2	Етика	255
7.3	Майбутнє журналізму	266
	Рекомендована література	282
	Бібліографічний покажчик	284

Передмова від українського видавця

Протягом двадцяти років Академія української преси займається перекладом та просуванням взірців німецької літератури для навчання журналістів. Це 26 найкращих видань у своїй галузі. Предметом нашої гордості є те, що на факультетах та в інститутах журналістики України студенти навчаються за підручниками та посібниками, які прийшли в українські аудиторії за нашого посередництва.

Першою книгою, де публікувалися кращі нароби німецькомовних дослідників журналістики, була «Масмедіа на перехідному етапі: система масмедіа, політична комунікація, аспекти журналістики, методи дослідження» (2001). Статті Р. Блюма, інших швейцарських учених не втратили актуальності й нині.

Два видання витримала «Новинна журналістика» З. Вайшенберга (2004, 2011), де викладено основи інформаційної журналістики. На студентів та журналістів-початківців орієнтовано посібники В. Фон Ла Роша «Вступ до практичної журналістики» (2005), Ш. Рус-Моля «Журналістика» (2013), Н. Больца «Абетка медіа» (2015), Г. Носке «Журналістика: що треба знати та вміти» (2017).

АУП також випустила книги, де аналізується робота журналістів в окремих жанрах. Зокрема, це три підручники «Пошук і збір інформації» (2006), «Інтерв'ю» (2008), «Репортаж» (2011) М. Халера.

Окремо варто зупинити увагу на посібниках із журналістики розслідування Ф. Лілієнталь «Розслідування» (2016) та Й. Людвіг «Інвестигативний пошук» (2017).

Проблемам організації роботи журналістів різних видів медіа присвячені видання Ф. Вольфа «Журналістика газет і журналів» (2017), Д. Моя та М. Ордольфа «Телевізійна журналістика» (2019), Б. Сташена «Мобільна журналістика» (2021).

Ми також випустили низку підручників і з цифрової журналістики: «Нова мережа: ознаки, практики і наслідки веб 2.0» (2013) Я. Шмідта, «Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики» (2014) В. Шнайдера та П.-Й. Рауе, «Соціальні медіа для журналістів. Редакційна робота з Facebook, Twitter & Co» (2018) Ш. Прімбса.

На студентів, аспірантів та науковців орієнтовані медіаенциклопедія «Публіцистика. Масова комунікація» (2007) за редакцією легендарної Е. Ноель-Нойман; довідник «Журналістика та медіа» (2011), який редагували З. Вайшенберг, Г. Й. Кляйнштойбер та Б. Пьорксен; переклад праці видатного німецького філософа Н. Луманна «Реальність масмедіа» (2010).

Для орієнтації журналістів у складних питаннях професійних стандартів видано збірник рішень Німецької ради з питань преси «Етика в редакційному повсякденні» (2010).

Питання забезпечення права на слово, роль медіа в демократичному соціумі були в центрі розгляду М. Мая «Медіаполітика в інформаційному суспільстві» (2011), К.-Г. Флаха «Влада і злиденність преси» (2015) та полемічних нотаток колишнього міністра внутрішніх справ ФРН Г. Баума «Врятуйте фундаментальні права! Громадянська свобода проти божевілля безпеки» (2016).

Для медіапедагогів ми також видали посібник Г. Тулодзєцького, Б. Герціга та С. Графе «Медіаосвіта в школі та на уроці» (2020).

Усі німецькі підручники (у тому числі і той, який Ви тримаєте в руках) мають чудову рису: вони практично орієнтовані. Це допомагає молодим журналістам організувати свою роботу, створювати оригінальні та професійні матеріали, повноцінно задовольняти інформаційні потреби аудиторії. Саме за цими підручниками та посібниками вчаться студенти журналістики в німецькомовних країнах. І за ними навчаються і їхні українські колеги. Багато з цих книг ви знайдете в рекомендованих для вивчення в підручнику К. Маєра. Це й не дивно, бо вони є найкращими в німецькомовному світі.

Підручник відомого німецького дослідника Клауса Маєра «Журналістика» витримав уже чотири перевидання в Німеччині. Видання призначене для першокурсників і є своєрідним вступом у професію. Цим пояснюється широкий спектр питань, які розглядаються в книзі.

Підручник К. Маєра поєднує як практичні, так і теоретичні засади журналістської професії. З одного боку, автор розглядає проблеми

журналістики як фаху, але детально зупиняється й на науці про журналістику. Огляд основних медіатеорій точно стане в нагоді тим, хто хоче пов'язати своє життя з цією професією.

Автор відверто закоханий в обрану професію та щиро бажає передати своє захоплення студентам. Це не бездумна симпатія. К. Маєр аналізує та доводить важливість журналістики для демократичного соціуму. Також розглядаються й суміжні сфери, бо, як вважає автор, журналістика не може бути чітко відмежована від інших видів діяльності в медіабізнесі.

Практичну журналістику К. Маєр визначає як журналізм, який «досліджує, вибирає та представляє теми, які є новими, актуальними та які відображають факти. Він створює публічність, спостерігаючи за суспільством, роблячи це спостереження доступним для масової аудиторії через періодичні медіа, конструюючи, таким чином, спільну реальність. Ця сконструйована реальність пропонує орієнтацію в складному світі». І головна цінність для журналістів – довіра. Довіра аудиторії в тому, що журналісти правдиво й релевантно висвітлюють теми, які справді важливі для людей. Саме для задоволення цього попиту журналізм розробив спеціальні професійні методи роботи – журналістські практики.

Довіра відіграє роль і у виживанні журналістики в умовах Web 2.0. Важливо перевіряти факти, щоб аудиторія довіряла професійним медіа, а не «очевидцям» із соціальних мереж. Люди все більше розуміють, що в інтернеті широко (і часто спеціально) розповсюджуються фейки, що не можна довіряти «авторитетам» із соціальних мереж. Не можна довіряти й повідомленням, які проплачуються зацікавленими структурами.

Але ж і журналістика залежить від економічних і політичних інтересів. Тому особливо важливим є відокремлення рекламної частини від редакційної, незалежність журналістів та медіа. Це, за К. Маєром, ключова ознака журналістського професіоналізму. Тобто журналісти можуть професійно працювати лише тоді, коли вони не залежать від чийось приватних чи ділових бажань, а також і від власних економічних чи інших інтересів.

«Журналістика має надавати інформацію, яка є максимально повною та правдивою, щоб ми могли отримувати змістовну картину політичних та економічних подій» – важко не погодитися з цим твердженням.

Не варто забувати й про функції критики й контролю, бо їх потребує суспільство. Також журналістика має організовувати діалог між суспільними групами. Вона має, і це особливо важливо, надавати право голосу тим, хто його немає через економічні, політичні чи інші причини.

Надзвичайно цікавим для мене, як університетського викладача, є питання підготовки майбутніх журналістів. Неодноразово доводилося слухати міркування про те, що журналісти мають вчитися в полі, що в США, Німеччині, інших країнах у журналістику йдуть люди, які здобули вищу освіту в якійсь іншій галузі, а потім вони стають журналістами в процесі практики. Дані К. Маєра повністю розвінчують ці доводи. Автор мало того, що вважає університетську спеціалізовану комунікаційну освіту для майбутніх журналістів обов'язковою, він ще й наводить цифри, що свідчать про пріоритет такого підходу в провідних країнах Заходу.

Так, на початках існування ФРН підготовка журналістів дійсно в основному відбувалася безпосередньо на практиці. Але критика як ззовні, так і в середині професійного середовища призвела до вагомих змін у бік підготовки журналістів в університетах уже з 1970-х років. І тут взірцем були США, де «існує понад 100 журналістських курсів (усього майже 500 програм із комунікативістики) та 100-річна традиція вищої освіти для журналістів. Понад три чверті журналістів, які почали свою професійну діяльність у США в 1990-х роках, вивчали журналістику або комунікацію в університетах». А у 2015 р. 79% американських журналістів мали університетські дипломи в галузі журналізму або комунікацій. Такий диплом, за свідченням К. Маєра, є майже обов'язковим для працевлаштування журналістів, а волонтерат та власні школи журналізму при видавництвах неприпустимі в США. Тому Німеччина запровадила повні, часткові та додаткові курси з журналістики. І це зараз є провідним шляхом підготовки журналістських кадрів.

Українські роздуми та суперечки щодо підготовки журналістів не є оригінальними. Такі дискусії тривають давно й в усьому світі. У США основу для створення університетської журналістської освіти заклав Джозеф Пулітцер, коли заповів два мільйони доларів Колумбійському університету в Нью-Йорку (тобто це була не тільки премія для журналістів). К. Маєр перераховує аргументи (з якими стикався і Дж. Пулітцер і які існують і зараз): «...журналістів не можна навчити, вони мають принести з собою талант, який може розвинути лише через практичну роботу в редакції». У відповідь

Дж. Пулітцер порівнює журналістику з іншою соціально відповідальною професією – медициною. Він вважав, що освіта журналіста має бути так само обов'язкова, як медична. «У журналізмі зараз редакції газет – це лікарні, але студенти приходять до них, нічого не знаючи про принципи та теорії. Газетна лікарня надзвичайно привітна. Вона постачає пацієнтів для своїх молодих людей для практики, дає препарувальні ножі в руки початківців, які не відрізняють артерію від червоподібного апендикса, і платить їм за помилки, завдяки яким вони поступово навчаються своїй професії», – наводить слова Дж. Пулітцера К. Маер. Щодо аргумента, що журналістом треба народжуватися, відомий американський журналіст та видавець відповідає ще дотепніше: єдина посада, яку людина може зайняти тільки по факту свого народження, – це посада ідіота.

Говорячи про дослідження журналістики, цікавим є опис методів дослідження. Це ті ж самі методи збору первинної соціологічної інформації, які активно використовуються для вивчення медіа в Україні: опитування, спостереження та контент-аналіз. Особлива увага приділяється питанням репрезентативності та валідності методів.

Цікавим є аналіз взаємодії та взаємопроникнення журналістики та інших соціальних систем. З одного боку, журналістика – це вільна професія (тобто будь-хто може займатися інформаційною діяльністю та називатися журналістом), з іншого – журналістика є соціально відповідальною професією, і суспільство очікує від журналістів виконання певних правил. Вони можуть бути як внормованими юридично, так і закріпленими тільки в поточній практиці (професійні стандарти) та етичних кодексах. Це, з одного боку, гарантії свободи слова, норми економічної діяльності, з іншого, перевірка інформації, її релевантний відбір (своєрідні бар'єри від штучного нав'язування «порядку денного»), захист приватності, джерел, честі та гідності людей.

Також привертає увагу аналіз К. Маером різних підходів американської та німецької журналістики до висвітлення подій. Якщо в американській традиції журналісти стоять осторонь від політичної боротьби, намагаються тільки викладати факти та бути своєрідним контролером влади, то німецькі частіше виступають на боці тих чи інших сил/рішень. Німецька журналістика – це швидше боротьба думок, ніж викладення фактів. Для українських журналістів це цікаво ще й тому, що ми теж належимо до континентальної моделі та маємо дуже багато подібних рис.

Уже всі знають про ставлення німецьких журналістів до своєї аудиторії як до «короля», інтересам якого підлягає вся діяльність. Цій клієнтоорієнтованості присвячено багато сторінок у підручнику К. Маєра. Це питання й досліджень аудиторії, і маркетингової політики, і пошук нових шляхів досягнення цільових користувачів.

Окремо проводиться аналіз стану різних видів медіа в Німеччині та їхнього розвитку й взаємодії. Ситуація з телебаченням, радіо, пресою, інтернет-медіа в цілому така ж, як і в Україні. Традиційні медіа трохи поступилися цифровим, але не зникли та знайшли своє місце на ринку.

Подібна картина спостерігається й з впливом медіа, тобто ефективністю їхньої роботи. У цілому, як і у всіх країнах західної цивілізації, аудиторія селективно сприймає медіаінформацію. Але є й винятки. У випадках надзвичайних ситуацій (як, наприклад, російсько-українська війна) вплив різко збільшується. Люди в Німеччині теж знаходяться в «інформаційних бульбашках» та «ехо-камерах», хоча досліджень цього явища ще явно недостатньо.

Традиційна для сучасних підручників увага приділяється проблематиці переходу на цифрові платформи, крос-журналізму, використанню соціальних мереж. Окремо дискутується питання підходу до топ блогерів. Тобто якщо вони мають аудиторію, яку можна сміливо порівнювати з аудиторією старих медіа, то, можливо, вони мають і подібним чином регулюватися. Звичайно, роль держави в цьому регулюванні (мається на увазі медіарегулювання взагалі) теж має бути гнучкою та залежати від суспільного інтересу, шляхів фінансування тощо.

Цікавим є представлення дискурсу щодо співвідношення медіа-реальності та фізичної дійсності. Тобто дискусії між тими, хто вважає, що медіа повинні бути «правдивим дзеркалом дійсності», та представниками радикального конструктивізму, який заперечує пізнаваність дійсності та вважає, що сполучення суспільства й культури народжують реальність. Тут важливими моментами є забезпечення можливості критичного мислення та розрізнення між об'єктивністю (що правильно?) та релевантністю (що важливо?).

Розгляд моделей журналізму в західних країнах показує домінування «об'єктивного» підходу. Але широко використовуються й альтернативні моделі інvestigативного та інтерпретаційного журналізму. Важливими для задоволення потреб аудиторії також є тематичні спеціалізації та використання специфіки різних медіаплатформ.

Окремо К. Маєр розглядає діяльність та взаємовплив природних опонентів: журналістики (яка зображає інших) та паблік рилейшнз (який займається самозображенням). Звичайно, вони обидва мають важливі суспільні функції. Журналістам тут треба уважно спостерігати за спробами інституцій паблік рилейшнз будувати свій порядок денний для медіа та обов'язково надавати слово тим, хто не займається PR, але його діяльність важлива/цікава для аудиторії.

К. Маєр закінчує свою книгу оглядом прогнозів про розвиток журналізму. Але це робиться не абстрактно, а на підставі конкретних соціальних досліджень, наприклад, опитувань експертів, огляду інновацій, прогнозування економічних змін. Наголос для успішного розвитку робиться на моніторинг якості, дослідження аудиторії, розробку формату або оптимізацію організаційних структур та управління якістю.

Ми щиро вдячні Клаусу Маєру та видавництву UVK за люб'язну згоду на переклад українською мовою та видання цієї корисної й цікавої праці.

Особлива подяка Віталієві Климченку та Володимирі Олійнику за те, що в найкоротший час високоякісно виконали переклад книги.

Це видання не побачило б світ без підтримки Фонду Фрідріха Науманна за Свободу, за що щиро подяка нашому доброму та надійному партнеру.

Валерій Іванов,
проф., д. філол. н.,
президент Академії української преси

Передмова

У цьому підручнику я подаю практичний і системний огляд різних здобутків журналістики як професійно орієнтованої навчальної дисципліни. Студенти першого курсу факультету журналістики так само, як і я, зазвичай «відкривають» свою пристрасть до журналістики під час стажування чи роботи на фрілансі. Я хотів би пробудити інтерес, дізнатися більше про цю захопливу професію, таку важливу для демократії – не лише через практичну роботу в редакційному «корсеті», а й через роздуми з використанням наукових методів і пізнань у просторі академічної свободи.

Ідентичність фаху «журналістика» є предметом жвавої дискусії вже понад 40 років. Навчальні програми були розширені – і при цьому стали дуже диференційованими. Здобутки досліджень у сфері журналізму стали надзвичайно вагомими. Усі курси, кафедри та професури в інститутах та університетах, які мають у своїй назві або журналізм, або журналістику, мають одну спільну рису: їхня мета ретельно підготувати студентів до професійної діяльності в галузі журналізму, і не лише через практичну підготовку, а й за допомогою наукових досліджень та рефлексії.

Цей підручник спрямований на досягнення цієї мети. Він є компактним, але вичерпним введенням у сферу журналістики, та орієнтується, з одного боку, на професійну сферу журналізму, а з іншого – на актуальний стан досліджень у галузі публіцистики, медіа та комунікації.

Підручник покликаний відповідати як сучасним змінам у журналізмі, так і вимогам нових програм бакалаврату та магістратури. Він виступає в ролі доповнення до практичних посібників та порадників, які зосереджуються на питаннях журналістського пошуку, письма та виробництва матеріалів, що є елементарною складовою підготовки журналістів, але є далеко недостатнім з огляду на динамічні зміни на медіаринку та в галузі медійних технологій та продуктів.

Ця книга розрахована на студентів спеціальності «Журналістика» як основного або додаткового фаху, а також може слугувати орієнтиром для студентів інших (медійних) спеціальностей та використовуватися для самостійного вивчення журналістської професії.

Отже, підручник можна використовувати:

- як допоміжний матеріал до навчальних модулів, лекцій, семінарів та вправ під час вивчення журналістики як основного та додаткового фаху – в основному як вступ до першого курсу або ж для підготовки до підсумкових робіт чи випускних іспитів;
- для самостійного навчання студентів інших спеціальностей, які хочуть опанувати професію журналіста;
- для самостійного навчання журналістів, які, наприклад, у межах неакадемічної освіти чи підвищення кваліфікації хотіли би дізнатися більше про свій фах та скористатися всім доступним наразі багатством прикладних досліджень у сфері журналістики.

Серія «UTB basics», частиною якої є цей підручник, подає огляд предметної галузі в стислій і дидактично опрацьованій формі. Структура дозволяє швидко зорієнтуватися завдяки оглядам розділів, мнемонікам, визначенням та узагальненим підсумкам. Для самостійного вивчення пропонуються питання. Якщо буде бажання дізнатися більше про ту чи іншу тему, після кожного розділу можна знайти посилання на додаткові матеріали й книги. Видання також стане в нагоді під час підготовки домашніх завдань, рефератів, бакалаврських та магістерських робіт: якщо під час навчання буде траплятися той чи інший дотичний матеріал, його можна переглянути у відповідних розділах цього підручника.

Підручник структуровано так, що окремі розділи не обов'язково читати підряд, можна вибирати конкретний зміст лекцій за модульним принципом, хоча всебічне розуміння предмету, швидше за все, буде отримано в результаті лінійного читання. У першому розділі я починаю з пояснення предмета, перспектив, теорії та методів дослідження журналістики. У другому розділі задається основа для подальшої структури книги, яка орієнтується на п'ять рівнів журналістики: історично обумовлені соціальні, правові та політичні рамкові умови, контекст аудиторії, медіаорганізації, у яких працюють журналісти, журналістські будні й самі журналісти, їхні соціальні характеристики та підготовка. Нарешті,

в останньому розділі окреслено три основні напрямки поточних дискусій про журналістику: щодо якості, етики та майбутнього журналістики.

Пишучи цю книжку, я, як і загалом у своїй роботі в інституті, міг спиратися на чудову підтримку колег. Насамперед, висловлюю подяку колегам по курсам журналістики Дармштадтського інституту та Інституту журналістики Дортмундського технічного університету, а також факультету журналістики Католицького університету Айхштетт-Інгольштадт, адже протягом багатьох років ми інтенсивно обговорюємо з ними самоідентифікацію журналістики, концепцію нових навчальних змістів та курсів. Зокрема, цінні поради щодо написання книги надавали Фрідеріке Геррман і Аннет Лесмьолман, а Петер Зеєгер, Гартмут Вінсон, Карло Зоммер, Томас Пляйль та Лоренц Лоренц-Маєр завжди були готові зустрітися для плідних дискусій. Я хотів би подякувати Мелані Верховнік, Лізі Вольф, Верені Габлер і Катаріні Фрайзе за важливі поради щодо подальших видань цієї книги. Вінценц Вісс, Гвідо Кеель, Філіп Дінгеркус і Міхаель Шанне долучилися до розділу про Швейцарію, а Соня Люф, Енді Кальтенбруннер і Данієла Краус зробили внесок у розділ про Австрію. Щиро дякую всім!

Як експерт із процедур акредитації нових курсів у інших університетах, я також мав можливість ознайомитися з різними концепціями журналістики; як консультант редакційних відділів і коуч з журналістських тренінгів, міркував та працював над інноваціями в журналістиці. Дякую всім, хто сприяв тому, щоб я дізнався більше про журналізм та його науковий метод поза межами власної навчальної діяльності та дослідницьких проєктів.

Айхштетт, квітень 2018 року

Клаус Маєр

Журналістика та журналістські дослідження

1.

Зміст

- 1.1 Предмет і перспективи спеціальності
- 1.2 Теорії журналізму
- 1.3 Дослідження журналізму

1.1 Предмет і перспективи спеціальності

1.1.1 Що таке журналізм?

Почнімо пошуки журналізму з цілком звичайного медійного повсякдення. Уранці нас будить радіобудильник: попмузика, яка переривається короткими репліками дотепного ведучого про погану погоду. Гортаємо щоденну газету: ХДС отримав на один відсоток більше підтримки в останньому опитуванні, а душові кабінки в Aldi¹ подешевшали. Дорогою на роботу, у журналі для клієнтів залізниці «DB mobil», ми читаємо про таких кінозірок, як Еліас М'Барек чи Даян Крюгер. Пізніше – за робочим столом в офісі – вебсайт телевізійного каналу повідомляє нам, що останній фільм із одним із цих акторів у головній ролі вже зібрав у кінотеатрах понад чотири мільйони глядачів. Увечері, після випуску новин, серіал ZDF приковує нас до телеекрану: у серіалі «Айхвальд, депутат парламенту» актори імітують центр влади в Берліні навколо вигаданого депутата Бундестагу. Тим часом ми перевіряємо наші акаунти в соціальних мережах: друг повідомляє про новий серіал на Netflix, який розповідає «правдиву історію злету, падіння та втечі» мексиканського наркобарона. Та чи можемо ми бути впевнені, що це насправді «правдива історія»? І чи вважаємо ми правдою новину з політичного життя в США, якою щойно поділився наш друг у Facebook? Ми перестрибуємо з каналу на канал і знову натрапляємо на передачі, які дуже по-різному інсценують реальність:

Повсякдення
медіа

¹ Торгівельна мережа

1. Журналістика та журналістські дослідження

Медіа:
велика
сцена

Live-Sport, «DSDS», ток-шоу «Maybrit Illner», «Jungle Camp», «heute show». Масмедіа пропонують різноманітні форми публічної комунікації (→ *див. розділ 4.1*). Вони як велика сцена, на якій розігрується багато подій. Якби нам довелося вирішувати для кожного медіа-формату, чи є він журналістикою, чи ні, ми б, безумовно, зятято сперечалися. Журналістика не може бути чітко відмежована від інших видів діяльності в медіабізнесі. Навіть маючи хороше наукове визначення, часто неможливо діяти відповідно до моделі «так» чи «ні», а скоріше за допомогою біполярної лінії: тоді йтиметься про «більше» або «менше» журналізму.

Наука визначає центральні терміни через теоретичне посилання залежно від пояснювального твердження (→ *див. розділ 1.2*). Наступне визначення зосереджується на завданнях журналістики та пояснює її функцію для суспільства.

Визначення

Журналізм

Журналізм досліджує, вибирає та представляє теми, які є новими, актуальними та які відображають факти. Він створює публічність, спостерігаючи за суспільством, роблячи це спостереження доступним для масової аудиторії через періодичні медіа, конструюючи таким чином спільну реальність. Ця сконструйована реальність пропонує орієнтацію в складному світі.

Актуальність

Теми, які є об'єктом дослідження журналізму, мають три ознаки, які разом характеризують поняття актуальності:

- **Новизна:** події, що стосуються теми, відбулися лише кілька хвилин, годин або днів залежно від інтервалу публікації (= періодичності) відповідного медіа. У випадку прямого репортажу досягається навіть синхронність. Теми, що не пов'язані напряму з подіями, мають зв'язок із *теперішнім часом*.
- **Фактичність.** Це реальні події, а не вигадки. Правила журналізму передбачають перевірку фактів. Таким чином, фактичність визначає пряме *посилання на джерело* журналізму.
- **Релевантність:** теми, що важливі для цільової групи відповідного медіа, іноді для суспільства в цілому. Тобто вони стосуються (передбачуваних) поточних інтересів аудиторії. Таким чином, актуальність визначає зв'язок *журналізму з суспільством та аудиторією*.

Соціолог Ніклас Луманн розпочав свою теорію про реальність масмедіа з банальної і водночас доленосної фрази: «Усе, що ми знаємо про наше суспільство, навіть про світ, у якому ми живемо, ми знаємо завдяки масмедіа» (Luhmann, 1996: 9, в українському виданні Луманн, 2010: 24). Сучасне медійне суспільство покладається на реальність, сконструйовану журналізмом попри всю критику журналізму та попри весь скептицизм щодо того, чи все, що ми читаємо, бачимо чи чуємо, є правильним і важливим. Журналізм – це цінність, якій довіряють: ми довіряємо, тому що журналісти обирають важливі для нас теми, надані ними описи є достовірними, тобто вони пройшли певні тести на реальність, і не є перебільшеними чи навіть спотвореними. Журналістика відповіла на ці очікування розробкою професійних методів роботи – журналістських практик (*→ див. розділ 5*): критерії відбору можна описати за допомогою новинних факторів; тести на реальність ґрунтуються на професійних критеріях журналістського дослідження. Журналістика не змогла б виконувати свою функцію орієнтації суспільства, якби діяла довільно.

Інші сфери медіа адаптують або імітують ці методи роботи, щоб також завоювати довіру. Deutsche Bahn (німецька залізниця – пер.) випускає журнал, який викладають у потягах і який використовує журналістські форми подання, щоб надати інформацію про видатних спортсменів чи акторів, а також про чистоту вокзалів і пунктуальність поїздів. За допомогою нашого визначення ми можемо стверджувати, що журнал, безумовно, повідомляє про нові теми, але тут може бракувати фактичності та актуальності: чи справді вокзали такі чисті, а потяги такі пунктуальні? Чи всі теми дійсно важливі для аудиторії, а не лише для залізниці як замовника цього журналу? – Ми не довіряємо журналу в цих питаннях, тому що це не журналістика, а засіб корпоративної комунікації (*→ див. розділ 5.4*) – ще одна форма публічної комунікації, яка діє в інтересах замовника й не може працювати самостійно.

Але чи завжди журналістика працює незалежно? – Журналістика теж підпорядкована економічним і політичним інтересам.

1.1.2 Журналізм і демократія

Це переносить нас прямо в центр дискусії про ідеали та якість журналізму, яку ми розглянемо більш детально пізніше (*→ див. розділ 7.1*). Для початку слід зазначити, що до описового питання

Публічність
і прозорість

«Що таке журналістика?» часто додається нормативне питання «Що повинна робити журналістика?». Особливо з погляду вільної, плюралістичної суспільної системи щоразу висуваються вимоги до рамкових умов та методів роботи журналізму, оскільки журналізм вважається «ключовою професією» для сучасної демократії, яка створює публічність і покликана принести прозорість у суспільні відносини (→ *пор. розділ 2.3*). У цьому випадку йдеться не про дескриптивні (описові) визначення (як було сказано вище), а про нормативні теорії, які обґрунтовують те, що в ідеалі є журналізмом і чим він «має бути». Згідно з цими теоріями, якісний, серйозний новинний журналізм має для демократії конститутивне значення. Він може виконувати свої функції перед суспільством лише в тому випадку, якщо максимально наблизиться до наступних ідеалів:

- однією з *основних функцій журналістики є інформування*. Журналістика має надавати інформацію, яка є максимально повною та правдивою, щоб ми могли отримувати змістовну картину політичних та економічних подій. Журналістика має бути «системою раннього попередження» суспільства та привертати увагу до ключових проблем і подій, щоб можна було вести спільну дискусію про суспільні проблеми. Водночас має бути запропоноване якомога ширше розмаїття тем і думок.
- Наступними функціями є *критика і контроль*. Сучасна демократія характеризується системою стримувань і противаг. Ідеться про розподіл влади. Державна влада поділяється на три гілки, що контролюють одна одну. Це – виконавча, законодавча та судова влади. Їх критикує та контролює четверта влада – журналістика, адже потрібно виявляти недоліки, неправильні рішення, корупцію та чиновницьке свавілля.
- У світі цифрових медіа зросло розуміння демократії, яке слідує ідеї *залучення* якомога більшої кількості громадян та акторів громадянського суспільства до публічного дискурсу. Тому від високоякісної журналістики вимагається посилена орієнтація на діалог та принципова відкритість до голосів, які не походять з табору політичних партій. Цей ідеал залученості підхоплюють нові моделі висвітлення подій (→ *див. розділ 5.2*): партисипативна журналістика, публічна журналістика, конструктивна або конфліктно-чутлива журналістика.
- Шляхом інформування, критики та контролю, а також створення умов для залученості журналістика бере участь у *формуванні громадської думки*.

Четверта влада

Редакційна незалежність вважається ключовою ознакою журналістського професіоналізму. Журналісти можуть виконувати свої громадські обов'язки лише тоді, коли вони працюють незалежно від приватних чи ділових інтересів третіх осіб та особистих економічних інтересів. Цей принцип – на рівні продукту – юридично закріплений у принципі відокремлення редакційних матеріалів від реклами (наприклад, у законах про пресу федеральних земель) і ще більш далекосяжно сформульований у вимогах професійної етики щодо журналістської діяльності (див. Код преси, п. 7; в Україні Кодекс етики українського журналіста, п. 7 – прим. ред.): видавці та редактори повинні припинити будь-які спроби впливу на редакцію. Незалежність і принцип відокремлення інформації від реклами в результаті визначають достовірність інформації і тому відповідають довгостроковим інтересам усіх зацікавлених сторін. Адже привабливість журналістського продукту впливає з очікувань свідомої аудиторії, що її не будуть інформувати однобоко на користь чужих інтересів. Якщо з накопиченням негативного досвіду втрачається довіра до незалежності редакції, то зменшується не тільки готовність користувача платити за журналістську послугу, але й цінність журналістського продукту як носія реклами.

На замітку

З точки зору нормативної теорії демократії, журналістика повинна вносити прозорість у соціальні відносини. Відповідно, її основними функціями є інформування, а також критика та контроль; додатковим ідеалом цифрової журналістики є залученість людей до публічної сфери. Загалом, журналістика, таким чином, робить свій внесок у формування громадської думки. Для того, щоб мати змогу оптимально виконувати свою суспільну функцію, журналісти потребують професійної незалежності.

«Хто контролює контролерів?» – під таким девізом проходить чимало конференцій, лекцій, панельних дискусій. Загалом, на це запитання неможливо дати вичерпну відповідь. З одного боку, журналістика повинна мати якомога більше свободи й не перебувати під впливом держави чи бізнесу (ключове слово «свобода преси» → *див. розділ 2.3.1*). З іншого боку, журналістика не безгрішна, адже вона також потребує певних рамок. Оскільки свобода преси є важливим конституційним благом (див. ст. 5 Основного закону; в Україні ст. 34 – прим. ред.), ці правові рамки є доволі широкими

й обмеження стосуються насамперед прав особистості та захисту неповнолітніх. Як без цензури та регламентації реагувати на негативні процеси в журналістиці? Це ключове питання забезпечення якості журналістики (→ див. розділ 7.1) та журналістської етики (→ див. розділ 7.2). Можливості (забезпечення якості) варіюються від саморегулювання (наприклад, через Раду преси) до моніторингу та критики медіа, наприклад, академічними колами (скажімо, науковцями у сфері журналістики), самими галузями журналістики (медіажурналістика), а також так званими Media Watchdogs (сторожовими псами медіа – пер.). Інтернет пропонує нову платформу для таких «сторожових псів»: одним із прикладів є «bildblog.de», вебблог, у якому критично розглядаються матеріали газети BILD та інших видань, натхненний інформацією, отриманою від читачів.

1.1.3 Що таке журналістика?

Термін «журналістика» зафіксовано щонайменше 200 років тому. Але довгий час термін «журналістика» підміняв «журналізм». «Журналістика» своє нинішнє значення поступово набула лише в другій половині XX століття: відтоді, висловлюючись прагматично, журналістика є нічим іншим, як наукою про журналізм. Понад сорок років тому журналістика виникла в Німеччині як субдисципліна публіцистики та комунікативістики (→ див. розділ 1.1.4).

Журналістика є дотичною до професійної та робочої сфери журналізму в науковій, аналітичній та рефлексивній площині. Однак вчені не дійшли згоди щодо того, що цей термін означає детально. Журналістика є, на думку дослідника журналізму Мартіна Льоффельгольца (2003: 31), «плюралістичною, диференційованою та динамічною сферою дослідження». По суті, існує два виміри журналістики: модель навчальної програми та галузь дослідження.

Журналістика як модель навчальної програми

У перші десятиліття існування Федеративної Республіки Німеччина підготовка журналістів полягала переважно в навчанні на робочому місці (*on the Job*) у межах стажування. Критика цієї однієї форми навчання та журналістських професійних журналістських стандартів призвела до низки ініціатив у 1970-х роках, які вимагали університетської освіти для журналістів, наприклад,

Наука
про журналістику

США
як взірець

меморандум Німецької Ради преси. У Дортмунді та Мюнхені були засновані дипломні курси, які вперше отримали назву «Журналістика» і окреслили особливості цього поняття. Потім з'явилися курси для студентів та аспірантів, концепції яких різнилися в деталях, але вони мали спільну мету – надати всі журналістські компетенції в цілісному комплексі (→ див. розділ 6.2) – і таким чином об'єднати теорію та практику журналізму. Взірцем були США: там існує понад 100 журналістських курсів (усього майже 500 програм із комунікативістики) та сторічна традиція вищої освіти для журналістів. Понад три чверті журналістів, які почали свою професійну діяльність у США у 1990-х роках, вивчали журналістику або комунікацію в університетах (Weaver et al. 2007: 43).

У 1980-х і 1990-х роках низка німецьких університетів запровадили повні, часткові та додаткові курси з журналістики. Крім того, у традиційних інститутах комунікативістики та публіцистики були відкриті кафедри та відділення журналістики. За останні 20 років з'явилося декілька прикладних інститутів, що готують студентів для медіапрофесій за різними моделями. Загалом журналістика стала більш різноманітною.

Журналістика як галузь досліджень

У той час, коли журналістика як модель навчальної програми об'єднує багато підходів і предметних областей (наприклад, медіаекономіку, медіаправо або політичні та соціальні знання) для того, щоб мати можливість включити всі аспекти журналістських компетенцій у програму підготовки, журналістика як галузь досліджень зосереджується на вивченні «предмету журналістики», точніше її професійного та робочого контекстів. Журналістика вивчає правила, робочі методи журналізму та аналізує «у пов'язаному з комунікаційними стосунками в суспільстві контексті, що, як та за яких умов робить журналізм» (Weischenberg 2004: 27). Для цієї області дослідження утворився також термін «журналістські дослідження».

Деякі науковці розглядають журналістику як частину «дослідження комунікаторів (Kommunikatorforschung)» (див. Pürer 2014: 109-187; Loeffelholz 2003). Це визначення з'явилося з дослідження моделі комунікації, сформульованої Гарольдом Д. Лассвеллом у 1948 році. Так звана формула Лассвелла спрощено ділить процес комунікації на п'ять елементів: «Who says what in which channel to whom with what effect?» (*Хто що говорить, на якому каналі, кому*

1. Журналістика та журналістські дослідження

і з яким ефектом? – пер.). Ця класифікація все ще має певний вплив на комунікативістику, оскільки розкриває п'ять основних напрямів дослідження комунікації (див. іл. 1.1). Утім, такий поділ областей дослідження не позбавлений проблем, оскільки залишає невивченими можливі взаємозв'язки між ними. Таким чином, «дослідження комунікаторів» також є невдалим терміном, оскільки вводить в оману: можна припустити, що йдеться лише про дослідження осіб чи груп осіб, тобто комунікаторів (окрім журналістів, PR-спеціалістів, рекламних агентів, інших авторів, ораторів та політиків, які виступають публічно). Якщо ці групи розглядати окремо, то їх взагалі неможливо дослідити належним чином, оскільки вони завжди інтегровані в структури й процеси виробництва та використання медіа, а їхні методи роботи, правила та установки впливають на медіаконтент. До того ж, у цифрових медіа ролі комунікатора й реципієнта більше не можна чітко розділити: медіакористувачі самі стають комунікаторами, коли беруть участь у медіаконтенті, наприклад, у соціальних мережах, на форумах і у вебблогах.

Іл. 1.1

Формула Лассвелла з першого погляду дає уявлення про важливі елементи процесу комунікації та систематизує області дослідження комунікації, але з огляду на свою простоту вона має й численні недоліки, наприклад, вона не враховує взаємозалежності, взаємозв'язки, зворотний зв'язок та петлі зворотного зв'язку. Відсутнє чітке нагадування про соціальні рамкові умови масової комунікації.

(Джерело: власна ілюстрація за Лассвеллом 1948).



Зважаючи на зазначене, ми говоримо не про «дослідження журналістів», а про «дослідження журналізму», тому журналістика та дослідження журналізму суперечать такій класифікації. Вони виходять далеко за рамки «дослідження комунікаторів» і перебувають у взаємодії з усіма дисциплінами.

Перспектива інтеграції: професійно орієнтована журналістика

Спеціалізована група «Дослідження журналістики/журналізму» входить до Німецького товариства публіцистики та комунікативістики (DGPK). Члени об'єднання – німецькомовні науковці-журналісти – обмінюються ідеями, зважаючи на мету діяльності групи (інтеграція обох сфер: журналістики, пов'язаної з навчальними курсами, та дослідження журналізму. У англо-американських країнах із назвою простіше: відповідна спеціалізована група Міжнародної асоціації комунікацій (ICA) називається просто «Journalism Studies» і займається «journalism theory and research as well as professional education in journalism» (*теорією та дослідженнями журналістики та професійною освітою в галузі журналістики – пер.*).

Як у медицині

Науковці-журналісти, які в німецькомовних країнах прагнуть інтегрувати журналістську підготовку та журналістські дослідження – тобто викладання та дослідження – наголошують на прикладній орієнтованості предмета: Горст Пьотткер, наприклад, бачить журналістику як «професійно-орієнтовану науку», «яка може розвивати подібні стосунки з журналістською професією, як медицина з медичною професією» (1998: 233). З цієї точки зору, наука фокусується на проблемах, які має вирішувати журналізм, і вона забезпечує журналістську практику «корисними, тобто інноваційними та застосованими напрацюваннями» (там само). Колишнє скептичне ставлення журналістів до досліджень дедалі більше пом'якшується, тому що цифровізація посилює необхідність інновацій, а наукові знання питомі для прийняття стратегічних рішень у редакціях. Таким чином, стає актуальною тема трансферу знань між дослідженнями журналізму та редакціями (див. Meier 2014). Однак, слід підкреслити, що наука має суспільну, а не приватну місію, і тому не може йтися про переважно комерційне використання наукових результатів. Журналістика завжди виступає критичним опонентом журналізму, описує недоліки та хибні тенденції, але не обмежується лише критикою, а наводить факти та аргументи на користь нових шляхів та системно досліджує інновації задля покращення журналістської якості.

Висновки

1. Журналістика – це наука про журналізм. Вона досліджує правила, методи роботи журналізму, що журналізм робить для суспільства та як він діє.
2. Як навчальна дисципліна, орієнтована на професію, вона інтегрує журналістську підготовку й дослідження журналізму та надає інноваційні ідеї для журналістської практики, а також вивчає недоліки та хибні тенденції в журналізмі.
3. Метою курсів журналістики є розвиток журналістських компетенцій у цілісному поєднанні досліджень та навчання, а також теорії та практики.

Плутанина
з термінами

1.1.4 Публіцистика, комунікативістика, медіазнавство

Журналістика як субдисципліна розвинулася на ґрунті публіцистики та комунікативістики. Вона по-різному використовує здобутки цих наукових дисциплін, займається вивченням медіа-суспільства та проникненням медіа майже у всі сфери суспільного життя (політику, економіку, освіту, культуру, спорт).

У чому полягає різниця між журналістикою, публіцистикою і комунікативістикою? З одного боку, публіцистика та комунікативістика виходять за межі журналістики та досліджують усі феномени публічної комунікації, яку здійснюють медіа, у тому числі й медійні форми, що не належать до журналізму (наприклад, виготовлення та вплив функціональних форматів), або ж інші професійні сфери (наприклад, PR, реклама чи медіапедагогіка). З іншого боку, журналістика відрізняється від публіцистики та комунікативістики своїм тісним зв'язком з практичною професійною діяльністю.

Комунікативістика є порівняно молодого дисципліною, яку долучили до канону академічних дисциплін лише в 1916 році під назвою «Газетознавство». Сучасні назви предмету не є стандартизованими й спричиняють значну плутанину як серед студентів, так і викладачів інших предметів. Після 1945 року спочатку вживалася назва *публіцистикознавство* (нім. *Publizistikwissenschaft*). Пізніше додався термін комунікативістика, споріднений із американським «Communication Studies» (*дослідження комунікації* – пер.), які в США проводилися на ранніх етапах і стосувалися дослідження

суспільних комунікаційних процесів; при цьому були розроблені емпіричні методи досліджень (*→ див. розділ 1.3*). Основний предмет дисципліни – масмедіа – був, як не дивно, доданий до назви лише на пізньому етапі: у 1970-х роках германістика, літературознавство й театрознавство поклали початок естетично та історично орієнтованому медіазнавству, яке розглядає себе як гуманітарну та культурологічну науку й досліджує насамперед естетику та історію окремих творів і медіа, і меншою мірою – соціальний контекст. На відміну від цього, публіцистична наука та комунікативістика використовують швидше соціологічний підхід, тобто більшою мірою враховують комунікаційні відносини в суспільстві, процес і мережевий характер (масової) комунікації. Історичні дослідження також або перебувають під впливом медіазнавства й відтак розглядають розвиток окремих медіа ізольовано (сюди також належать театр, лист чи плакат) (див. Hickethier 2010), або використовують підхід комунікативістики й аналізують розвиток масмедіа в контексті соціальних умов відповідного часу (пор. Wilke 2008) (*→ пор. розділ 2.2*).

Для ще більшої плутанини можна додати, що є інститути, які у своїй назві мають слово «медіазнавство», але в основному займаються соціальними науками, наприклад, такі інститути є в університетах Дюссельдорфа, Льменау та Лейпцига. Усе більше й більше науковців у галузі комунікацій придивляються до терміну «медіа», оскільки його легше сприймають громадськість та чиновники, які визначають політику в галузі вищої освіти. Так, наприклад, у 2004 році Мюнхенський інститут було перейменовано з «комунікативістики (газетознавства)» на «комунікативістики та досліджень медіа», уміло уникаючи суперечливого терміну «медіазнавство».

Як би ми це не називали, комплексна наука про масмедіа та медійні процеси в суспільстві все більше перетворюється на трансдисциплінарну науку з численними точками дотику з іншими дисциплінами. Розглянемо кілька прикладів. Область напруги між політикою та журналістикою досліджується спільно із політологією; індивідуальний вплив медіа – із психологією; суспільні впливи медіа – із соціологією; медіапедагогіка та використання медіа в освіті – із педагогікою; медіапродукти – із літературознавством та лінгвістикою; нові можливості комп'ютерно-опосередкованої цифрової комунікації – із (медіа)інформатикою.

Висновки

Публіцистикознавство та комунікативістика досліджують проникнення медіа, що стрімко зростає, майже в усі сфери суспільного життя, такі як: політика, бізнес, освіта, культура та спорт. Вони в основному базуються на соціологічному підході, але все більше розвиваються в трансдисциплінарну інтегративну науку з суттєвими точками дотику з іншими дисциплінами. Журналістика виникла з публіцистикознавства та комунікативістики, проте відрізняється від них своєю конкретною професійною спрямованістю та чіткою орієнтацією на практику.

Питання до розділу 1.1

- 1 Дайте визначення поняттю «журналістика». Назвіть приклади медійних форматів та обговоріть, у якому контексті вони належать до журналістики.
- 2 Назвіть три характеристики «актуальності» журналізму.
- 3 Чому журналістику вважають «ключовою професією» сучасної демократії?
- 4 Чому редакційна незалежність є архіважливою?
- 5 Які цілі професійно орієнтованої журналістики?
- 6 Чому публіцистикознавство та комунікативістика не тотожні журналістиці? У чому полягають відмінності?

Література

Зігфрід Вайшенберг першим зібрав значний обсяг результатів досліджень із **журналістики** та опублікував їх у трьох томах. Оскільки книги обсягом 1300 сторінок не можна опанувати за один семестр, рекомендуємо використовувати їх як довідковий матеріал. Також є проблема застарілості видання, адже більшість із них була написана понад 20 років тому. Навіть видання, які вийшли потому, не були оновлені.

Клаус-Дітер Альтмеппен та Клаус Арнольд написали спеціальний вступ до **журналізму як організаційного поля діяльності**. Легкий для читання підручник «**Основи журналістики**» Крістофа Нойбергера та Петера Каперна пропонує новий підхід до поєднання теорії та практики, тобто журналістських досліджень і журналізму. У антології під редакцією Клауса Маера та Крістофа Нойбергера подано огляд поточного стану **досліджень у сфері журналізму**.

Перспективи й проблеми предмету окреслено в документі про самоконцепцію Німецького товариства публіцистикознавства та комунікології (можна безкоштовно завантажити на сайті за посиланням: www.dgpruk.de). Шестисотсторінковий довідник «**Публіцистикознавство та комунікологія**» колишнього мюнхенського професора Гайнца Пюрера доцільно використати як вступ до фаху, довідник та матеріал для підготовки до іспитів, так само як і «**Вступ до публіцистикознавства**» цюрихських професорів Бонфаделлі, Яррена та Зігерта.

Горст Пьотткер і Мартін Льоффельгольц дотримуються різних концепцій журналістики. Варто порівняти ці два підходи: у той час як Пьотткер (як колишній професор курсу журналістики в Дортмунді) у статті «Публічність через науку» наголошує на професійній спрямованості журналістики та порівнює її з медициною, професор Льоффельгольц з Льменау розглядає журналістику в суто дослідницькому руслі, як підрозділ комунікативістики, а далі – як підрозділ дослідження комунікатора.

Кнут Хікетір представив вступ до **медіазнавства** з наголосом на гуманітарних науках і культурології.

1.2 Теорії журналізму

1.2.1 Наукова й повсякденна теорії

Навіть на питання про те, що таке теорія, нелегко відповісти. Термін походить від грецького («theoria» = «споглядання», «розгляд», «знання») і загалом описує зв'язок між науково обґрунтованими та узагальнювальними твердженнями про певну сферу реальності, тобто про певні факти, а також про закономірність, яка лежить у їхній основі. Завдання теорії полягає насамперед у *зображенні* фактів (наприклад, опис структур соціальної реальності шляхом створення типологій і класифікацій), а також у *поясненні* («Які причини та умови виникнення подій, появи саме цих структур, а не інших?») і, нарешті, *прогнозі* (передбачення досі невідомих фактів або передбачення тенденцій). Теорії також можуть формулювати нормативні твердження щодо бажаного розвитку подій («Що має бути?»). Відповідно, теорії журналізму описують журналізм або

Зображення,
пояснення,
прогнози