



UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA

**FACULTATEA JURNALISM ȘI ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII
DEPARTAMENTUL TEORIA ȘI PRACTICA JURNALISMULUI**

Mariana TOACĂ

**Ghid metodic
la disciplina**

JURNALISM DE INFORMARE

*Aprobat de
Consiliul Calității al USM*

CHIȘINĂU, 2023

EdUSM

CZU 070(076.5)

T 67

Recomandat de Departamentul Teoria și Practica Jurnalismului, Comisia de Asigurare a Calității și de Consiliul Facultății Jurnalism și Științe ale Comunicării

Autor: *Mariana TOACĂ, doctor în științe ale comunicării,
lector universitar*

Recenzent: *Ecaterina DELEU, doctor în științe politice,
lector universitar*

DESCRIEREA CIP A CAMEREI NAȚIONALE A CĂRȚII
DIN REPUBLICA MOLDOVA

Mariana TOACĂ.

Ghid metodic la disciplina Jurnalism de informare / Mariana Toacă;
Universitatea de Stat din Moldova, Facultatea Jurnalism și Științe
ale Comunicării, Departamentul Teoria și Practica Jurnalismului. –
Chișinău: Editura USM, 2023. – 77 p.

Referințe bibliogr. la sfârșitul temelor. – 50 ex.

ISBN 978-9975-62-543-2.

070(076.5)

T 67

© Mariana Toacă, 2023,

© EdUSM, 2023

C U P R I N S

CUVÂNT-ÎNAINTE	5
1. PRELIMINARII	7
2. CONCEPTUL DISCIPLINEI DE STUDIU	9
2.1. Administrarea disciplinei	9
2.2. Tematica și repartizarea orientativă a orelor... ..	9
2.3. Competențe profesionale și finalități de studiu	11
3. UNITĂȚILE DE CONȚINUT: CONCEPȚII ȘI REPERE METODICE	13
3.1. Conținutul orelor de curs	13
3.2. Conținutul orelor de seminar	58
4. LUCRUL INDIVIDUAL AL STUDENTULUI	70
4.1. Condiții de realizare a lucrului individual	70
5. EVALUAREA CUNOȘTINȚELOR	72
5.1. Strategii de evaluare	72
5.2. Evaluarea intermediară	72
5.3. Evaluarea finală	73
6. TEMATICA ORIENTATIVĂ A TEZELOR DE AN ȘI DE LICENȚĂ	75
BIBLIOGRAFIE	75

CUVÂNT-ÎNAINTE

Ne-am putea oare imagina lumea modernă fără de noutăți: fără știri, interviuri, relatări, reportaje de ultimă oră? Cu siguranță, nu. Știrile au devenit un atribut indispensabil al vieții oamenilor. Istoria apariției informației de presă se cere a fi una remarcabilă, la fel ca impactul pe care îl are informația asupra vieții oamenilor, în general, și asupra individului, în particular. Totodată, jurnalismul se reinventează pe an ce trece, se adaptează la principiile revoluției tehnologice. Omul modern trăiește în realitatea descrisă de mass-media. Dar care sunt instrumentele prin intermediul cărora sunt transmise ultimele evenimente ale zilei? Despre limbajul jurnalistic au fost făcute multe studii. Unele studii negând chiar existența stilului publicistic, altele, dimpotrivă, invocând că nu poate fi negat ceea ce există (Bolocan, 1961). Această din urmă afirmație, care a fost demonstrată prin intermediul unui studiu consistent, a rămas actuală până astăzi, limbajul jurnalistic există și ocupă un loc important printre celelalte stiluri ale limbii române. La fel și studiul cercetătorului Alexandru Andriescu care, în urma cercetării efectuate cu privire la caracteristicile lingvistice și extralingvistice ale stilului jurnalistic, afirmă că obiectivul comunicării jurnalstice este transmiterea mesajelor de actualitate, de interes pentru public, cu scopul ca acestea să ajungă pe cât posibil intacte la consumatorul de presă, pentru a-l informa. Odată cu instituționalizarea actului de comunicare jurnalistică, crearea identității profesionale, a câmpului profesional al jurnalismului românesc s-a procedat la fixarea termenilor specifici limbajului jurnalistic, la formarea unităților frazeologice care constituie conținutul știrilor, la utilizarea epitetelor pentru a aduce senzaționalul în genurile jurnalstice informative, la folosirea termenilor regionali etc. Limbajul jurnalistic contribuind, totodată, la modernizarea limbii literare. Studiarea genului jurnalistic a făcut ca profesia de jurnalist să își revendice poziția și să ducă spre cizelarea genurilor, spre perfecționarea lor.

Școala de jurnalism din Republica Moldova face o tipologie a genurilor jurnalstice informative în felul următor: știrea, interviul, reportajul și relatarea. Această tipologie s-a încetățenit în jurnalismul postcomunist

din țară, deoarece mass-media autohtonă abordează anume aceste genuri jurnalistice informative. Din punct de vedere teoretic, jurnaliștii teoreticieni analizează un număr mare de texte jurnalistice informative apărute în presă pe parcursul istoriei mass-media, însă la modul practic e mult mai real ca să fie studiate minuțios genurile care sunt folosite frecvent în presă.

În era tehnologiilor avansate, conținutul digital poartă alt caracter, comparativ cu conținutul tipărit. Materialele publicate nu trec prin procesul editorial tradițional. Hipertextul îi deschide cititorului digital mai multe contexte care, în același timp, după cum arată unele studii, derutează cititorul. Genurile jurnalistice informative au un stil și mai concis decât anterior, fapt determinat de lizibilitatea scăzută a textului din cauza rezoluției ecranelor folosite de consumatorii online. Ideile clare, expuse succint, descrierile reduse la minim sunt cheia reușitei unui material informativ. Adaptarea textului pentru ecran s-a dovedit mult mai anevoioasă decât părea la bun început. Designul, fonturile, lungimea rândurilor, înălțimea paginii, titlurile, intro-urile, concizia – toate acestea au fost adaptate pentru varianta digitală a materialelor jurnalistice. Când primele ziare au trecut la versiunea online în anii 1994-1995 studiile efectuate arătau că doar 10% dintre utilizatori derulau pagina mai jos pentru a citi tot materialul. Cu toate că azi cititorii parcurg întreaga pagină, oricum, este foarte important ca genul jurnalistice să conțină esențialul. Cititorul e atras de mai multe materiale pentru a le parcurge cu repeziciune, de cele mai multe ori le analizează superficial.

Ghidul metodic la disciplina *Jurnalism de informare* are drept scop să abordeze un șir de noțiuni, termeni, concepte care sunt adresate studenților facultății de jurnalism. Ghidul se axează în special pe aspecte teoretice care de-a lungul timpului au fost puse sub semnul întrebării, practicienii îndemnând jurnaliștii în devenire să se arunce în vârtoarea evenimentelor și să învețe genurile jurnalistice după unele șabloane existente în redacții. Această abordare s-a dovedit a fi cu timpul destul de riscantă, astfel mergând spre robotizarea domeniului, excluzând factorul uman din profesie, care este indispensabil în momentul când jurnalistul trebuie să analizeze faptele, să le treacă prin judecata de valori, să respecte aspectul etic al abordării etc.

1. PRELIMINARII

„Jurnalism de informare” este disciplina care asigură pregătirea studenților de la Facultatea Jurnalism și Științe ale Comunicării pentru o viață profesională. Este disciplina de studiu ce reprezintă un reper teoretic fundamental pentru studenții de la jurnalism; ea constituie baza jurnalisticii, la fel precum tabla înmulțirii în matematică. Cursul furnizează un sistem de cunoștințe temeinice pentru activitatea profesională, reliefează aspectele teoretice care familiarizează viitorii jurnaliști cu următoarele genuri jurnalistic informativ: știrea, interviul, reportajul și relatarea.

Multitudinea de informații care apar în societate, înainte de a fi transmise către cititor, „îmbracă” unul dintre „veșminte” pe nume gen jurnalistic informativ.

Obiectivul cursului este de a studia valoarea informației jurnalistic, noțiunea de gen jurnalistic, elementele intrinsece ale textului ziaristic, valoarea surselor în realizarea genului jurnalistic, etapele parcurse de către jurnalist în vederea realizării genului jurnalistic informativ și, desigur, genurile propriu-zise.

Cursul își propune consolidarea cunoștințelor studenților, obținute în semestrul I de studii și valorificarea abilităților specifice producției jurnalistic.

Genurile jurnalistic sunt clasificate reieșind din tipuri specifice de organizare sau de structură a scrierilor, nu în funcție de loc, de timp sau de limba în care au fost realizate. Autorul este cel care decide asupra arhitecturii compoziționale a textului. Toate aceste cunoștințe și aptitudini vor fi acumulate în cadrul prezentului curs. În practica jurnalistică, cunoașterea genurilor este foarte importantă și inevitabilă, așa precum este tabla înmulțirii în matematică.

Disciplina dată se concentrează pe termenii-cheie: *informație, gen, știre, interviu, reportaj, relatare, proces de creație, produs mediatic, sursă* etc., accentuând rolul și importanța genurilor

informative în vederea funcționării ireproșabile a unei instituții de presă și asigurării circuitului informațional operativ. Acesta fiind, de fapt, și obiectivul trasat în studierea cursului.

Disciplina „Jurnalism de informare” este destinată studenților Ciclului I, Licență, specialitatea Jurnalism, cu predare la secția zi și cu frecvență redusă. Cunoștințele obținute vor sta la baza formării viitorilor jurnaliști.

Disciplina este predată în limba română și în limba rusă.

2. CONCEPTUL DISCIPLINEI DE STUDIU

2.1. Administrarea disciplinei

Forma de învățământ	Codul disciplinei	Denumirea disciplinei	Responsabil de disciplină	Semestrul	Ore					Nr. de credite
					Total	Inclusiv				
						C	S	LI	Evaluarea	
cu frecvență la zi	S.01.0.05	Jurnalism de informare	Mariana Toacă, dr., lector	I	150	30	30	90	E	5

Denumirea disciplinei	Forma de învățământ	Semestrul	Ore				Evaluarea	Nr. de credite	
			Total	Inclusiv					
				C	S	L			LI
Jurnalism de informare	cu frecvență la zi	I	150	30	30	–	90	E	5
Jurnalism de informare	cu frecvență redusă	I	150	12	12	–	126	E	5

2.2. Tematica și repartizarea orientativă a orelor

Nr. d/o	Unități de conținut	Ore					
		Curs		Seminar		Lucrul individual	
		zi	f/r*	zi	f/r*	zi	f/r*
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Noțiunea de gen în creația jurnalistică	2		2			
2.	Elementele intrinsece în textul jurnalistic	2	2	2	2	2	4
3.	Titlul (supratitlul, subtitlul). Valoarea titlaturii în opera jurnalistică. Tipologia titlaturii în textul publicistic	2		2		2	4

1	2	3	4	5	6	7	8
4.	Lead-ul/ Chapeau-ul – primul capitol al textului informativ	2		2		2	4
5.	Sursele și importanța lor în textele jurnalistice	2		2		2	4
6.	Etapete de realizare a genurilor informative	2	2	2	2	2	4
	Testarea 1			2			
7.	Știrea. Definiția și tipologia știrii	4	2	2	2		
8.	Tehnici de redactare a genurilor jurnalistice informative	2		2			
9.	Valoarea interviului jurnalistice informativ. Tipologia interviului	4	2	2	2		
10.	Reportajul. Tipologia reportajului	4	2	4	2		
	Testarea 2			2			
11.	Structura reportajului de presă tipărită	2		2		2	4
12.	Relatarea/ Darea de seamă	2	2	2	2		
13.	De analizat două știri					26	34
14.	De analizat un interviu					26	34
15.	De analizat un reportaj					26	34
	TOTAL	30	12	30	12	90	126

* pentru studii cu frecvență redusă

2.3. Competențele profesionale și finalități de studiu

1. Aplicarea tehnicilor tradiționale și online de căutare, colectare, triere și de validare a informației în procesul de documentare ziaristică:

- F 1. *A identifica informația de presă;*
- F 2. *A relata despre caracteristicile genului jurnalistic;*
- F 3. *A descrie tehnicile de documentare, colectare și de selectare a informației;*
- F 4. *A stabili legături cu sursele de presă;*
- F 5. *A estima valoarea informației obținute în urma documentării.*

2. Conceperea, redactarea și evaluarea produselor mediatic:

- F 1. *A cunoaște genurile informative ale presei;*
- F 2. *A însuși tehnici de realizare a genurilor jurnalistice;*
- F 3. *A determina corelația dintre conținut și formă;*
- F 4. *A stabili importanța tuturor componentelor ale mesajului publicistic;*
- F 5. *A clasifica genurile informative;*
- F 6. *A evalua genurile informative din presă.*

3. UNITĂȚILE DE CONȚINUT: CONCEPȚII ȘI REPERE METODICE

3.1. Conținutul orelor de curs

Cursul/prelegerea este una dintre cele mai vechi metode didactice de predare și are drept scop transmiterea unei informații noi de către profesor către un număr vast de studenți. În cadrul prelegerii, profesorul are structurat conținutul: minuțios, explicit, compact, pentru ca acesta să fie ușor de asimilat de către studenți. Cursurile/prelegerile în cadrul disciplinei „Jurnalism de informare” sunt organizate sub diferite forme și strategii de organizare a activităților didactice:

- prelegerea dialogată cu expunere demonstrativă;
- prelegerea dialogată și conversația euristică;
- prelegerea interactivă cu suport vizual.

Tema 1. NOȚIUNEA DE GEN ÎN CREAȚIA JURNALISTICĂ

Subiecte de referință:

1. Definirea conceptelor de „gen”, „gen jurnalistic” și de „gen jurnalistic informativ”
2. Clasificarea genurilor gazetărești după: școala americană, școala rusească, școala franceză
3. Genurile jurnalistice informative: viziune de ansamblu
4. Analiza comparată a genurilor informative și a genurilor de opinie și comentative în creația jurnalistică

Obiective de referință:

- să definească noțiunea de gen jurnalistic;
- să identifice genurile jurnalistice după școlile existente în lume;

- să clasifice genurile jurnalistice;
- să selecteze genurile informative din presă pe baza elementelor distinctiv.

Termeni-cheie, definiții și conținut rezumativ:

Definirea conceptelor de „gen”, „gen jurnalistic”. Noțiunea *gen* este întâlnită în multe domenii ale vieții sociale. Este necesar de a face o claritate cu privire la noțiunile „gen” și „gen jurnalistic”. Analiza noțiunilor de gen după *Dicționarul Explicativ al Limbii Române* (DEX, 2010): 1. Diviziune obișnuită prin clasificarea creațiilor artistice după formă, stil, temă. 2. Fiecare dintre diviziunile fundamentale în care se împart operele literare și care cuprind creațiile asemănătoare prin modul de a reprezenta realitatea. 3. Clasă de obiecte care au note esențiale comune și cuprind cel puțin două specii ș.a. Identificarea noțiunii de gen literar și lipsa noțiunii de gen gazetăresc. Ca și în cazul genurilor literare, genul jurnalistic are formă externă de prezentare ce corelează cu conținutul și formă internă: atitudinea, tonul, stilul, maniera de înfățișare a faptelor.

Multitudinea de evenimente care se produc în lume necesită a fi mediatizate în presă. Sunt utilizate diverse forme, moduri, stiluri, tonalități etc. pentru a reflecta cât mai clar, explicit, concis, obiectiv un eveniment sau altul. **Genul jurnalistic** este „unealta de lucru” a gazetarului. Fiecare jurnalist trebuie să cunoască genurile gazetărești și, mai cu seamă, tehnica acestor genuri, etapele de realizare și de scriere a genurilor jurnalistice de presă scrisă, genurile jurnalistice radiofonice, genurile jurnalistice televizate și genurile jurnalistice concepute pentru media digitală. Deci, *„Genurile ziaristice/jurnalistice sunt o grupare de opere, care au în comun tehnicile de documentare, selectare, prelucrare, interpretare, utilizare a informației, precum și atitudinea, tonul, stilul publicistic, maniera de prezentare a realității și sunt destinate pentru publicul larg”*.

Clasificarea genurilor gazetărești după: școala americană, școala rusească, școala franceză. În literatura de specialitate întâlnim mai multe tradiții de clasificare a genurilor jurnalistice:

- ✓ Școala americană de jurnalism clasifică genurile în felul următor:

- Genuri informative: știrea, interviul, reportajul;
- Genuri de opinie: editorialul, cronica, recenzia, eseu;
- Genuri de investigație: ancheta.
- ✓ Școala rusească clasifică genurile jurnalistice după cum urmează:
 - Genuri informative: nota informativă, interviul, convorbirea (discuția), replica, reportajul, darea de seamă ș.a.;
 - Genuri analitice: corespondența informativă, corespondența analitică, corespondența meditație, articolul (editorialul), recenzia (trecerea în revistă), documentarul;
 - Genurile publicistico-literare: crochiul, schița, eseu, foiletonul, pamfletul ș.a.
- ✓ În literatura de specialitate sunt diverse clasificări ale operelor ziaristice care, într-un fel sau altul, reflectă conținutul materialelor din țara pe care o reprezintă, genurile care se regăsesc în presă. Jurnalistul francez Yves Agnès, în manualul „Introducere în jurnalism”, identifică 27 de genuri: știrea scurtă; filetul; sinteza; ecoul; revista presei; infografia; reportajul; portretul; necrologul; relatarea; articolul istoric; analiza; ancheta; dosarul; rezumatul unui document; interviul; masa rotundă; microancheta; tribuna liberă; comunicatul; poșta redacției; avanpremieră; editorialul; biletul; recenzia; cronica; caricatura.

Genurile jurnalistice informative: viziune de ansamblu.

Specificul genurilor jurnalistice informative constă în forma și conținutul mesajului. La baza oricărui gen informativ se află noutatea. Vom identifica mai multe clasificări ale genurilor informative. Caracteristicile genurilor informative. Scopul genurilor informative. Conținutul genurilor informative. Forma genurilor informative. Tipologia genurilor jurnalistice după cercetătorii Mihai Coman, Mihai Guzun și Gheorghe Gorincioi, Luminița Roșea, Sorin Preda, Yves Agnès, David Randall ș.a.

Analiza comparată a genurilor informative și a genurilor de opinie și comentative în creația jurnalistică. Genul jurnalistice informativ povestește/redă realitatea, pe când genul de opinie o comentează. Arta jurnalistului este de a face realitatea să existe. Realitatea poate fi redată prin următoarele categorii de genuri

jurnalistic: genuri informative și genuri analitice (comentative)/ de opinie. Genurile informative au ca sarcină difuzarea operativă a informației din toate domeniile de activitate socială, fără ca jurnalistul să-și dea cu părerea despre eveniment/ problemă.

Genurile analitice (comentative)/ de opinie includ în sine elemente de analiză, documentare cu opinii și comparații ale jurnalistului.

Genuri informative sunt: știrea, relatarea/ darea de seamă, interviul, reportajul.

Genuri analitice (comentative)/ de opinie sunt: editorialul, articolul, ancheta, recenzia, cronică, revista presei, trecerea în revistă ș.a.

Sarcini pentru autoevaluare:

1. Definiți noțiunea de gen jurnalistic.
2. Clasificați genurile gazetărești după: școala americană vs școala rusească de jurnalism.
3. Comparați particularitățile genurilor informative în raport cu cele comentative.
4. Argumentați necesitatea genurilor informative în cadrul actului de comunicare jurnalistică.

Bibliografie:

1. AGNÈS, Y. *Introducere în jurnalism*. Iași: Polirom, 2011.
2. BERTRAND, C.-J. *O introducere în presa scrisă și vorbită*. Iași: Polirom, 2001.
3. COMAN, M. *Introducere în sistemul mass-media*. Iași: Polirom, 1999.
4. GUZUN, M., GORINCIOI, Gh. *Jurnalismul de informare*. Chișinău: CEP USM, 2017.
5. PREDA, S. *Tehnici de redactare în presa scrisă*. Iași: Polirom, 2006.
6. ROȘCA, L. *Producția textului jurnalistic*. Iași: Polirom, 2004.
7. STEPANOV, G. *Bazele jurnalismului*. Chișinău: CEP USM, 2018.

Tema 2. ELEMENTELE INTRINSECE ÎN TEXTUL JURNALISTIC

Subiecte de referință:

1. Identificarea elementelor intrinsece în textele jurnalistice
2. Definirea elementelor intrinsece

Obiective de referință:

- să determine elementele intrinsece în textele jurnalistice;
- să definească conceptul de element intrinsec;
- să argumenteze rolul elementelor intrinsece în textul jurnalistic;
- să analizeze elementele intrinsece din presă.

Termeni-cheie, definiții și conținut rezumativ:

Identificarea elementelor intrinsece în textele jurnalistice.

Termenul „intrinsec” semnifică partea lăuntrică, proprie și esențială a unui lucru, care există prin sine însuși, independent de relațiile sale cu alt lucru. Un articol jurnalistice este unic prin elementele pe care le conține. Elementele constitutive din cadrul unui articol atrag atenția cititorului, îl suscită la lectură, îi favorizează alegerea, structurează conținutul textului jurnalistice, oferă esențialul, dă claritate conținutului ș.a. Rețetă pentru scrierea elementelor intrinsece nu există. Orice text jurnalistice are menirea sa, în funcție de noutate, de unghiul de abordare, de gen etc. Elementele intrinsece ajută cititorii să înțeleagă mai bine despre ce este vorba în text, fac ca textul să fie segmentat, aerat, îi atrage pe cititori la a alege un text în defavoarea altuia, în funcție de interesul manifestat. Pe una și aceeași temă un text gazetăresc poate conține toate elementele intrinsece, pe când alt text poate conține doar două sau trei elemente.

Elementele intrinsece fac parte din mijloacele, tehnicile de acroșaj ale cititorului. În textul jurnalistice identificăm următoarele elemente intrinsece: *titlul, supratitlul, subtitlul, lead-ul/șapoul, intertitlul, legenda*. Regula de aur în scrierea elementelor intrinsece este *concizia/ laconismul*. Titulatura își pierde din calitate dacă textul prin dimensiunea lui, dar și prin conținut, nu se apropie de textul

pe care îl reprezintă. Potrivit cercetătorului Ilie Rad, „Titlologia” sau „Titrologia” (dacă e să acceptăm termenul franțuzesc) este o disciplină relativ nouă a cercetării științifice, revendicată deopotrivă de poetică, semiotică, stilistică, critică literară, jurnalism. Din antichitate titlurile erau inscripții care aparțineau copiștilor, descoperitorilor, comentatorilor, ulterior editorilor. În Evul Mediu tradiția se menține până în epoca modernă. Apariția tiparului a produs schimbări în evoluția titlaturii. În anul 1500 apare prima pagină de titlu, separată de restul textului. Pentru orientarea cititorului, în cuprinsul cărților au fost impuse titlurile ca o necesitate firească. În secolul al VII-lea apar primele titluri în funcție de genuri, specii literare, de epocă.

Definirea elementelor intrinsece. Cu un secol în urmă, majoritatea ziarelor foloseau titluri cu mai multe subtitluri care se întindeau uneori pe un sfert de pagină și consumau și spațiu. Evoluția designului a impus un număr anumit de elemente intrinsece și a armonizat textul cu titulatura. Cititorii atrag o atenție mai mare titlaturii, fie din lipsă de timp, fie din interes selectiv. Potrivit lui Esslinger Schneider (1993), titlul constituie partea cea mai grea a meseriei de jurnalist. Nicăieri altundeva nu se concentrează laolaltă atât de multe probleme în atât de puține cuvinte. Lincoln Heffermn (1990) spune că titlul trebuie să fie scurt, dar focalizat exact pe punctul central al articolului. Livius Petru Bercea (1995), în articolul „Titlurile în presă”, susține că obiectivitatea și calitatea informației difuzate de presă pornește indiscutabil de la formularea titlurilor cu impact major asupra publicului care precedă informația concretă, de la așezarea în pagină, de la repartizarea pe pagini a titlurilor de articole, inclusiv de la alegerea caracterelor tipografice care pot capta atenția cititorului. Cercetările au demonstrat că există o dependență între „lungimea” și expresivitatea titlului de ziar. Un titlu laconic este mai expresiv și se memorează mai ușor. Înțelegerea unui titlu scurt necesită, în același timp, un anumit efort de decodare, altfel nu poate fi înțeles. De aceea titlurile scurte apar în paginile de ziar însoțite de subtitluri și supratitluri, care îndeplinesc o funcție explicativă specială.

În textele jurnalistice întâlnim următoarele elemente intrinsece: titlul, supratitlul, subtitlul, intertitlul, lead-ul/șapoul, legenda.

Titlul – fațeta textului, este propoziția pusă în fruntea unui text de diferite dimensiuni, indicând sugestiv cuprinsul acestuia. Titlul prefigurează subiectul și influențează cititorul.

Supratitlul, subtitlul – parte a titlului, întregesc titlul, îl completează, spun ce nu a încăput în textul titlului.

Supratitlul – aduce precizări de context (loc, timp, funcție etc.), este redat cu un alt caracter de literă. Unele publicații renunță la supratitluri și practică folosirea subtitlurilor, ele fiind mai ample și mai informative.

Subtitlul – un text complementar titlului, cu caractere de literă diferite de cel al textului propriu-zis, este mai lung decât titlul și supratitlul (altfel și-ar pierde din utilitate), vine cu alte detalii informative.

Intertitulul – impune divizarea textului în secvențe, este o unitate lingvistică deosebită care are menirea să prevină cititorul asupra conținutului ce urmează, înlesnind prin aceasta receptarea mesajului.

Lead-ul/ Șapoul – un text de sine stătător situat între titlu și textul articolului și care răspunde la două, trei întrebări din cele cinci/ șase: (Cine? Ce? Unde? Când? Cum? și uneori De ce? Michel Voirol definește șapoul ca rezumat, ca o pregustare a întregului articol. În cărțile de specialitate i se mai spune și primul paragraf al textului.

Legenda – materialul explicativ care însoțește imaginea, este un partener al imaginii, o explică cititorului. Cu cât legenda descifrează mai bine fotografia, cu atât e mai eficientă relația cuvânt-imagine. Tipuri de *legendă* după Sharon Wheeler: 1) Legendă-articol constituie câteva rânduri sau uneori câteva paragrafe; 2) Legendă, plasată de obicei sub ilustrație, care completează articolul; 3) Legendă scurtă, de sine stătătoare, fără articol, la o fotografie excepțională sau neobișnuită; 4) Legenda foto inclusă în articol.

Cel mai des întâlnite legende în presa tipărită sunt cele explicative.

Sarcini pentru autoevaluare:

1. Definiți următoarele elemente intrinsece: titlul, supratitlul, subtitlul, lead-ul/ șapoul, intertitlul, legenda.

2. Determinați valoarea elementelor intrinsece în cadrul unui text jurnalistic.
3. Determinați funcțiile titlului, supratitlului, subtitlului, lead-ului/șapoului, intertitlului și funcția legendei.
4. Evaluați rolul elementelor constitutive în opera jurnalistică.

Bibliografie:

1. AGNÈS, Y. *Introducere în jurnalism*. Iași: Polirom, 2011.
2. BERCEA, L.P. Titlurile în presă. În: *Realitatea bănețeană*, 1995, nr.2, p.7.
3. COMAN, M. *Manual de jurnalism*. Vol.II. Iași: Polirom, 2000, p.44.
4. HEFFERMAN, L. *Composing a Title*. London, 1990, p.59.
5. KEEBLE, R. *Presa scrisă. O introducere critică*. București: Polirom, 2009.
6. MALLETT, M.F. *Manual pentru ziariștii din Europa Centrală și de Est*. World Press Freedom Committee, 1992, p.106.
7. PEDA, S. *Tehnici de redactare în presa scrisă*. Iași: Polirom, 2006.
8. ROȘCA, L. *Producția textului jurnalistic*. Iași: Polirom, 2004.

Tema 3. TITLUL, SUPRATITLUL, SUBTITLUL. VALOAREA TITULATURII ÎN OPERA JURNALISTICĂ. TIPOLOGIA TITULATURII ÎN TEXTUL PUBLICISTIC

Subiecte de referință:

1. Definirea conceptului de titlu
2. Tipologia titlaturii
3. Funcțiile titlaturii

Obiective de referință:

- să relateze despre elementele titlaturii;
- să cunoască elementele componente ale titlaturii;
- să determine funcțiile titlaturii;

- să compare titulatura cu celelalte elemente intrinsece ale textului jurnalistic;
- să analizeze titulatura din presă.

Termeni-cheie, definiții și conținut rezumativ:

Definirea conceptului de titlu. Titlul constituie vitrina unui magazin, eticheta unui produs, o aluzie la conținut, o anticipare, un indiciu etc.; acestea dar și alte caracteristici sunt date titrării de către cercetători. *Dicționarul Explicativ al Limbii Române* ne spune că termenul „titlu” semnifică „cuvânt sau text pus în fruntea unei lucrări sau în fruntea unei părți distincte a ei, indicând rezumativ sau sugestiv cuprinsul acesteia”. Este greu de definit niște criterii exacte, după care pot să se orienteze titrorii/ autorii de texte, care ar constitui succesul unui titlu. Titlul trebuie să fie citit dintr-o privire. Titlul presupune cuvinte scurte, concrete, formularea lor simplă, laconică pentru a evita ambiguitățile. Wolf Schneider, jurnalist german, spunea că titlul constituie partea cea mai grea a meseriei de jurnalist. Titlurile arată bine pe pagina de ziar, cuprind cuvinte scurte ușor de citit și ușor de înțeles. Un titlu bun este citit dintr-o răsuflare și reflectă bine subiectul articolului.

Subtitlul completează titlul-informativ, răspunde la întrebările: Cum? De ce?

Construcția sintactică cea mai simplă în titlu este subiect – predicat – complement.

Verbele din titlu sunt folosite de cele mai multe ori la diateza activă decât la cea pasivă. Manualele de specialitate ne sugerează să facem economie la semnele de punctuație din titlu. Ex.: nu punem întrebări în titlu, dar oferim răspunsuri cititorului; folosim semnul exclamării cu economie, nu toate articolele exprimă o stare afectivă puternică; ghilimelele sunt binevenite în titlu pentru a cita sursa ca să evităm confuziile; e bine să folosim linia de pauză, ea scurtează titlul și astfel devine ușor de citit; virgula e bine să o evităm, ea denotă un titlu lung; punctul nu-l folosim niciodată în titlu.

În titluri evităm abrevierile (în afară de cele cunoscute: NATO, UE, UNESCO, ONU), arhaisme, neologisme, regionalisme, cuvintele de specialitate.

Pentru a sensibiliza cititorul, în afară de titlu, sunt folosite supratitlul, subtitlul. Aceste elemente sunt complementare titlului, au scopul de a face unele concretizări. Supratitlul este plasat deasupra titlului, are caractere mai mici decât acesta. El precizează fie momentul (când?), fie locul (unde?) sau persoana (cine?).

Tipologia titlaturii. Michel Voirol propune o variantă simplificată a tipologiei titlurilor: *informative și incitative*.

Titlul *informativ* rezumă conținutul textului propriu-zis. Titlul informativ reprezintă 80% din titlurile ziarelor cotidiene, răspunde la una din întrebările mesajului esențial, la cea mai importantă dintre ele. Titlul informativ este titlul „rege” al presei cotidiene. Majoritatea titlurilor informative sunt scrise la timpul prezent pentru a exprima caracterul de actualitate al știrii. Există și excepții, în cazul evenimentelor istorice.

Titlul *incitativ* trezește curiozitatea cititorului, îl sensibilizează. Titlurile incitative conțin cuvinte șocante, cuvinte puternice, desprinse din text pentru a stârni curiozitatea cititorului, a-i răscoli imaginația. Titlurile incitative conțin calambururi, parafrazări, proverbe, sloganuri.

Ilie Rad vine cu următoarea tipologie a titlurilor: 1) titlul clasic, tradițional; 2) titluri bazate pe jocuri de cuvinte; 3) titluri-citat; 4) titluri care exploatează valorile stilistice ale unor semne de punctuație; 5) titluri care parafrazează: a) proverbe și zicători, b) versuri, c) maxime sau expresii celebre, d) titluri de operă, filme, melodii etc.; 6) titluri care utilizează rimele; 7) titluri care folosesc jocuri de litere; 8) titluri interogative sau exclamativ-imperative; 9) titluri defective de predicat; 10) titluri asociate cu supratitluri și cu subtitluri; 11) titluri evazive, care derutează cititorii; 12) alte categorii de titluri.

Funcțiile titlaturii. Funcția de a capta atenția prin caracterul grafic. Funcția de a reda rezumatul conținutului. Funcția de a-l predispuce pe cititor la a lectura articolul. Funcția de a structura pagina, de a delimita un articol de altul.

Sarcini pentru autoevaluare:

1. Descrieți elementele componente ale titlaturii.
2. Definiți conceptul de „titlu”, „supratitlu”, „subtitlu”.

3. Determinați funcțiile titlaturii în textul jurnalistic.
4. Identificați tipuri de titlu după Michel Voirol.
5. Comparați tipurile de titlu după Ilie Rad.

Bibliografie:

1. COMAN, M. *Manual de jurnalism*. Iași: Polirom, 2000.
2. GRIGORYAN, M. *Manual de jurnalism*. Chișinău: CIJ, 2008.
3. GUZUN, M., GORINCIOI, Gh. *Jurnalismul de informare*. Chișinău: CEP USM, 2017.
4. KEEBLE, R. *Presa scrisă. O introducere critică*. Iași: Polirom, 2009.
5. PREDA, S. *Tehnici de redactare în presa scrisă*. Iași: Polirom, 2006, p.115-126.
6. ROȘCA, L. *Producția textului jurnalistic*. Iași: Polirom, 2004.

Tema 4. LEAD-UL/ CHAPEAU-UL – PRIMUL CAPITOL AL TEXTULUI INFORMATIV

Subiecte de referință:

1. Definirea lead-ului/ chapeau-ului ca prim paragraf al textului informativ
2. Identificarea tipurilor de lead/ chapeau

Obiective de referință:

- să relateze despre rolul primului paragraf al textului informativ;
- să definească termenul de „lead” și termenul de „chapeau”;
- să argumenteze alegerea lead-ului sau a chapeau-ului într-un text jurnalistic concret;
- să identifice tipurile de lead-uri/ chapeau-uri.

Termeni-cheie, definiții și conținut rezumativ:

Definirea lead-ului/chapeau-ului ca prim paragraf al textului informativ. Textul jurnalistic informativ începe cu lead-ul/ chapeau-ul. Titlatura a atras atenția, dar primul paragraf al textului vine cu

primele detalii care vorbesc despre ceea ce urmează, cu răspunsul la cele mai importante întrebări: cine? când? unde? Paragraful inițial al textului conține 3-4 fraze și redă informația clar, simplu, logic, concis, prin cuvinte concrete, rezumă evenimentul, precizează ceea ce este mai important în cadrul evenimentului (actorii evenimentului, acțiunea, circumstanțele relevante). Dicționarul de media *Larousse* definește termenul **șapou** (fr. Chapeau sau chapo): text de câteva rânduri așezat după titlul unui articol destul de lung. Lead-ul/ chapeau-ul este scris cu caractere diferite față de textul articolului, este rezumatul care provoacă cititorul să continue lectura, relevându-i datele esențiale. Același dicționar de media vine cu explicația termenului **lead** – primul paragraf al unei știri de agenție de presă care formează un tot și furnizează esențialul informației evenimentului. Școala americană de jurnalism folosește termenul **lead** pentru toate genurile informative, ca paragraf inițial al textului informativ; școala franceză utilizează termenul **chapeau** pentru genurile informative; în școlile din spațiul postsovietic există o regulă nescrisă: termenul **lead** este folosit pentru știre și relatare, termenul **șapou** este folosit în cadrul interviului și al reportajului.

Caracteristicile esențiale ale primului paragraf din textul jurnalistic sunt următoarele: concizie, simplitate, claritate, expunerea esențială a articolului. La redactarea lead-ului/ chapeau-ului evităm să începem fraza cu cifre, procente, ani, banalități, ambiguități. Începem cu funcția persoanei vizate și apoi prenumele și numele. Nu folosim cuvinte „goale”, parazitare – „deci”, „așa-zisa”, „iarăși”, „după cum se știe” etc.; nu începem cu abrevieri, fac excepție doar cele arhicunoscute; nu începem cu un citat; nu facem aluzie; nu folosim jargoane, porecle, arhaisme ș.a.; cea mai bună metodă de redactare a lead-ului este și cea mai simplă: subiect – predicat – complement sau atribut.

Identificarea tipurilor de lead/ chapeau. Tipologia lead-ului/ chapeau-ului după Sorin Preda: 1) **chapeau** de prezentare – jurnalistul face o prezentare a persoanei, a evenimentului, a locului vizat în materialul jurnalistic; 2) **chapeau** rezumativ– șapoul care rezumă enumerând toate cauzele unei probleme numind rezultatul acestora; 3) **chapeau** incitativ – interesează cititorul folosind cuvinte cu o încărcătură grea: minciuni, violență, furturi, droguri ș.a.;

4) *chapeau* de contextualizare în timp și spațiu – atunci când sunt în aceeași conjunctură și timpul, și spațiul unui eveniment; 5) *chapeau* cu adresare directă – se adresează cititorului direct cu o afirmație, cu o presupunere; 6) *chapeau* de actualizare – în cazul unor texte publicate în serie.

Marc Chapelle clasifică *chapeau-ul* în felul următor: 1) *chapeau/lead* informativ, 2) *chapeau/lead* incitativ, 3) *chapeau/lead* mixt, 4) *chapeau/lead* de actualizare, 5) *chapeau/lead* de rememorare.

Mark Grigorian face o tipologie care include următoarele: 1) *Lead-ul* rezumativ cuprinde o scurtă expunere a evenimentului sau va accentua asupra momentelor-cheie despre cele întâmplate, pe când textul ca atare va desfășura subiectul, oferind amănunțele. 2) *Lead-ul* amânat conține mai puțină informație, însă incită la lectură. Informația va fi oferită mai târziu, când cititorul este deja captivul textului. 3) *Lead-ul* secvență relatează un anumit episod legat de conținutul articolului. Un asemenea lead este potrivit pentru a inaugura articolele descriptive. 4) *Lead-ul* citat este folosit adesea în știrile care informează despre declarații importante sau comentarii pe marginea unor evenimente curente, aparținând unor oameni politici, șefi de state sau oameni de cultură. Asemenea știri încep, de regulă, cu un citat. Folosirea unui citat ca lead pentru o știre ar putea să-l descumpănească totuși pe cititor.

Sarcini pentru autoevaluare:

1. Definiți primul paragraf al unui gen jurnalistic informativ.
2. Determinați rolul primului paragraf al textului informativ.
3. Analizați comparativ *chapeau-ul* și *lead-ul*.
4. Estimați tipurile de *lead* după Sorin Preda.

Bibliografie:

1. AGNÈS, Y. *Introducere în jurnalism*. Iași: Polirom, 2011, p.127-143; 151-157.
2. GRIGORYAN, M. *Manual de jurnalism*. Chișinău: Centrul Independent de Jurnalism, 2008.
3. GUZUN, M., GORINCIOI, Gh. *Jurnalismul de informare*. Chișinău: CEP USM, 2017.
4. KEEBLE. R. *Presa scrisă. O introducere critică*. București: Polirom, 2009.

5. *Larousse, Dicționar de media*. București: Univers Enciclopedic, 2005.
6. MALLETT, M.F. *Manual pentru ziariștii din Europa Centrală și de Est*. World Press Freedom Committee, 1992, p.133-139.
7. POPESCU, M. *Manual de jurnalism*. București: Tritonic, 2005, p.167-181.
8. PREDĂ, S. *Tehnici de redactare în presa scrisă*. Iași: Polirom, 2006, p.115-126; <https://ru.scnbd.com/document/209332839/Tehnici-de-redactare-in-presa-scrisa-Preda-Sorin1>.

Tema 5. SURSELE ȘI IMPORTANȚA LOR ÎN TEXTELE JURNALISTICE

Subiecte de referință:

1. Importanța citării surselor în textele jurnalistice
2. Definierea tipurilor de surse

Obiective de referință:

- să definească sursele ca element constitutiv al genului;
- să descrie tipurile de surse;
- să argumenteze necesitatea folosirii diferitor tipuri de citate: directe, indirecte; complete, trunchiat;
- să determine importanța surselor în textele jurnalistice informative.

Termeni-cheie, definiții și conținut rezumativ:

Importanța citării surselor în textele jurnalistice. Sursele în textele jurnalistice constituie o persoană, un document, un articol de referință dintr-o publicație care vine să confirme sau să infirme informația din știre. Prima regulă în tratarea unui gen jurnalistice informativ este de a avea surse care pot fi citate, surse credibile, surse serioase. Sursele de informare sunt diferite, așa cum sunt diferite părerile lor, opiniile lor, acțiunile lor. Importanța surselor este inegală. Un material bine realizat este rezultatul muncii jurnalistului, este efortul jurnalistului care a găsit surse

cu informații prețioase. Articolul 10 din Convenția europeană a drepturilor omului dă ziariștilor dreptul de a nu-și divulga sursele de informare și de a exploata informații din sursele confidențiale, atribuind informații importante unei surse demne de încredere, dar care rămâne confidențială.

Potrivit cercetătoarei Mirela Lază, ziaristul este dependent de sursă și sursele au nevoie de ziariști pentru a aduce mesajele la cunoștința publicului.

Definirea tipurilor de surse. Există o bogată tipologie a surselor. Michel Mathien propune cinci tipuri de surse: instituționale, oficiale, grupurile de presiune, liderii de opinie, „olimpienii”.

Sursele instituționale întrețin relații de parteneriat cu mass-media, asigură un control indirect asupra conținutului redacțional în ceea ce le privește. Informația instituțională în mass-media este evidentă. Aceste surse sunt: organele executive și instanțele (consilii municipale); administrațiile de stat (primăriile); organisme parapublice (camere de comerț și industrie); mari instituții ale statului (Biserica, Armata); organisme permanente care au ca scop o manifestare periodică (târguri, expoziții); partide politice și grupări profesionale; tribunale, servicii de poliție, pompieri, salvare; grupări asociative (cluburi sportive, grupuri ale studenților). Agențiile de presă sunt și ele incluse în această categorie.

Sursele oficiale – președinția, guvernul, ministerele – vârful ierarhic al surselor instituționale, emit mesaje a priori credibile, de interes incontestabil pentru mass-media.

Grupurile de presiune – sindicatele, asociațiile de veterani – unele dintre ele se înscriu în procesul instituțional, luptând să-și impună sau să-și apere interesele materiale sau ideologice, doresc să aibă un impact asupra opiniei publice prin intermediul mass-media. Au fost evidențiate încă din anii '40, în SUA (a se vedea: Paul Lazarsfeld, *The People's Choice*, 1944 și Elihu Katz, Paul Lazarsfeld, *Personal Influence*, 1955). Liderii de opinie, fiind oameni influenți în procesul de elaborare a deciziilor, sunt, de asemenea, surse importante pentru ziariști. Ei acționează ca emițători ai opiniei grupurilor lor de apartenență, exercită presiuni mai mult sau mai puțin directe asupra redacțiilor.

O altă categorie de surse, intens exploatată de mass-media, o reprezintă „olimpienii” (termen preluat de la sociologul Edgar Morin, *L.Esprif du temps*, 1962).

Acestea sunt vedetele din orice domeniu, „fabricate de cultura de masă”, valori „a priori sigure” pentru mass-media, fiindcă „țin de proximitatea culturală și mai ales afectivă”.

Potrivit cercetătorului Mihai Coman, în momentul aflării pe teren, jurnalistul identifică patru categorii de surse: *martorii*; *sursele oficiale*; *specialiștii*; *reporterul însuși*.

Potrivit autoarei Cristine Leteinturie, sursele informației jurnalistice sunt: agențiile de informații; sursele instituționale (întreprinderi, administrații și organizații); serviciile de documentare și băncile de date; carnetul de adrese; prezența pe teren.

Sarcini pentru autoevaluare:

1. Definiți noțiunea de sursă ca element constitutiv al genului.
2. Descrieți tipurile de surse.
3. Argumentați necesitatea folosirii diferitor tipuri de citate: directe, indirecte, complete, trunchiate.
4. Exemplificați redarea surselor prin diferite tipuri de citate folosind materiale din presă.
5. Estimați importanța surselor în textele jurnalistice informative.

Bibliografie:

1. BERTRAND, C.-J. *O introducere în presa scrisă și vorbită*. Iași: Polirom, 2001.
2. CIOBOTEA, R. *Reportajul. Tehnici de redactare*. Chișinău: Cartier, 2012.
3. GRIGORYAN, M. *Manual de jurnalism*. Chișinău: CJI, 2008.
4. GUZUN, M., GORINCIOI, Gh. *Jurnalismul de informare*. Chișinău: CEP USM, 2017.
5. MATHIEN, M. *Le Systeme mediatique*. Paris: Hachette, 1989.
6. ROȘCA, L. *Producția textului jurnalistice*. Iași: Polirom, 2004.

Tema 6. ETAPELE DE REALIZARE A GENURILOR INFORMATIVE

Subiecte de referință:

1. Traseul parcurs de jurnalist în realizarea genurilor informative
2. Etapele de pregătire-realizare-difuzare a materialelor jurnalistice

Obiective de referință:

- să identifice traseul parcurs de către jurnalist în realizarea genurilor informative;
- să definească tipurile de interviu ca modalitate de obținere a informației (după Pierre Ganz);
- să analizeze valoarea martorilor și a persoanelor implicate în eveniment.

Termeni-cheie, definiții și conținut rezumativ:

Traseul parcurs de jurnalist în realizarea genurilor informative.

Funcțiile de bază ale genurilor informative. Funcția de informare a auditoriului. Funcția de orientare a publicului. Funcția de formare și de educare. Materialul realizat va fi sobru, obiectiv, autentic, imparțial, echidistant și șansele ca publicul să se dezvolte intelectual, să gândească critic, să aibă o poziție, să analizeze corect evenimentele vor fi mai mari. Menirea genurilor informative este de a reda operativ și cu exactitate evenimentul.

Etapele de pregătire-realizare-difuzare a materialelor jurnalistice.

Etapele de pregătire-realizare-difuzare a unui gen informativ sunt complexe și pe alocuri distincte de la un gen la altul. Etapele de pregătire-realizare-difuzare ne indică traseul parcurs de reporter începând cu activitatea realizată în redacție, după care la fața locului și din nou în redacție.

În redacție – pregătirea pentru realizarea genului informativ. Documentarea asigură jurnalistului legătura necesară cu realitatea

înconjurătoare. Documentarea înseamnă cunoașterea sigură a documentelor, a faptelor legate de eveniment. Deosebim două tipuri de documentare: documentarea generală și documentarea specială. *Documentarea generală* constituie „starea de veghe” permanentă a ziaristului, orientarea lui în realitatea înconjurătoare, presupune surse privind dezvoltarea socială, politică, economică, culturală. Documente, legislația, audierea opiniei publice. *Documentarea specială* se referă la cunoașterea realității urmărindu-se un scop exact.

În redacție se mai stabilește contactul direct cu actorii evenimentului. Ultima etapă de pregătire în redacție este pregătirea instrumentelor de lucru: carnetul, pix, reportofon/ telefon, aparat de fotografiat.

La fața locului. Cel mai important obiectiv în momentul aflării reporterului pe teren este colectarea informației, prin interviuarea martorilor și a persoanelor implicate, și observarea.

Martorii – în poziție de martor poate fi oricine, indiferent de statutul social. Reporterul trebuie să-i identifice și să le câștige încrederea. Declarațiile făcute de martori vor influența desfășurarea materialului jurnalistic.

Sursele oficiale – a doua categorie importantă de surse. Ele sunt necesare într-un material jurnalistic pentru echilibrarea informației. În acest caz e nevoie ca informația să fie verificată, deoarece este pericol real de dezinformare.

Specialiștii – tipul de surse dificile, din cauza limbajului științific/specializat utilizat. Publicului îi este mai dificil să perceapă limbajul respectiv. Jurnalistul nu poate verifica declarațiile, deoarece competența unui specialist este teoretică, poate doar să-i ceară specialistului să folosească termeni mai puțin sofisticăți.

Reporterul însuși – reporterul trebuie să știe să descopere subiectele care se ascund sub informațiile de suprafață, trebuie să știe să încurajeze interlocutorii să vorbească, are nevoie de o mare rezervă de energie ca să afle adevărul despre evenimentul dat.

Tehnicile de colectare a informației utilizate în practica reportericească: interviul, observarea.

Distingem următoarele tipuri de interviu ca mod de colectare a informației (după Pierre Ganz):

1. Interviu mărturie – obținerea informației de bază prin următoarele întrebări: Cine? Ce? Unde? Când? Cum? Acest tip de interviu este adresat martorilor.
2. Interviu declarație – în care e exprimat un punct de vedere relevant. Acest tip de interviu este realizat de cele mai multe ori cu sursele oficiale.
3. Interviu explicație – expertul aduce lămuriri asupra unor aspecte ale producerii evenimentului.
4. Interviu document – realizat cu o persoană pe baza unor date concrete, documente.

Din nou în redacție. Structurarea informației de către jurnalist de la evenimentul la care a participat. Concordanța între textul jurnalistic informativ și imagine/fotografie – un moment-cheie pentru rezultatul finit. În funcție de reușita materialului, redactorul stabilește la ce rubrică, pagină va fi plasat textul dat și când.

Sarcini pentru autoevaluare:

1. Identificați traseul parcurs de către jurnalist în realizarea genurilor informative.
2. Definiți tipurile de interviu ca modalitate de obținere a informației (după Pierre Ganz).
3. Estimați valoarea martorilor și a persoanelor implicate în eveniment.
4. Dezvoltați un subiect pentru un eventual reportaj trecându-l prin toate etapele de realizare a genului informativ.

Bibliografie:

1. BRIGGS, A., BURKKE, P. *Mass-media. O istorie socială. De la Gutenberg la Internet.* Iași: Polirom, 2005. 341 p.
2. COMAN, M. *Manual de jurnalism.* Vol.I. Iași: Polirom, 1997. 229 p.
3. COMAN, M. *Manual de jurnalism.* Vol.II. Iași: Polirom, 2000. 254 p.
4. COMAN, M. *Introducere în sistemul mass-media.* Iași: Polirom, 2004. 278 p.

5. *Dicționarul Explicativ al Limbii Române*. București: Univers Enciclopedic, 1998. 1194 p.
6. GRIGORYAN, M. *Manual de jurnalism*. Chișinău: CJI, 2008.
7. GUZUN, M., GORINCIOI, Gh. *Jurnalism de informare*. Chișinău: CEP USM, 2017.
8. PREDA, S. *Tehnici de redactare în presa scrisă*. Iași: Polirom, 2006.

Tema 7. ȘTIREA. DEFINIȚIA ȘI TIPOLOGIA ȘTIRII

Subiecte de referință:

1. Definierea știrii ca gen jurnalistic informativ
2. Identificarea factorilor care asigură reușita știrii
3. Tipologia știrii
4. Tehnici de construcție a știrilor

Obiective de referință:

- să definească știrea ca gen jurnalistic informativ;
- să delimiteze știrea de informație, noutate, veste;
- să descrie etapele de realizare a știrii;
- să determine principiile de abordare a știrii;
- să relateze despre factorii care asigură reușita știrii;
- să aplice tehnicile de construcție a știrii.

Termeni-cheie, definiții și conținut rezumativ:

Definierea știrii ca gen jurnalistic informativ. Știrea este genul jurnalistic informativ solicitat de consumatorul mass-media și, în egală măsură, de specialiștii din domeniul mediatic. Sunt de neconceput genurile informative fără știre. Știrea este realitatea cotidiană în care omul trăiește. Omul se află într-o ipostază dublă față de știre: omul ca protagonist al știrilor și, pe de altă parte, omul consumator de știri. Felul omului de a fi curios îl face pe individ să caute zilnic știri despre ultimele evenimente care s-au întâmplat sau care urmează să se producă. Cercetătorul Marcel Tolcea (2000) sugerează că genurile informative vor fi întotdeauna

mai solicitate decât cele de opinie. Oricât de bine am scrie despre un anumit subiect, dacă acel subiect nu interesează, textul nu are nicio valoare jurnalistică. Mark Grigoryan (2008), în lucrarea *Manual de jurnalism*, afirmă că știrea este temelia profesiei de jurnalism, iar Sorin Preda spune că orice discuție despre textul jurnalistic trebuie să plece de la fundament – de la știre. Prin urmare, știrea este fundamentul tuturor genurilor jurnalistice, baza celorlalte genuri. Pe parcursul mai multor decenii se încearcă o definire a știrii prin a o delimita de informație, de noutate, de veste. *Dicționarul Explicativ al Limbii Române* dă termenului „informație” un sens larg – provine din fr. information, lat. informatio și este o comunicare, veste, știre care pune pe cineva la curent cu o situație. O altă semnificație a informației, potrivit DEX-ului, este: fiecare dintre elementele noi, în raport cu cunoștințele prealabile, cuprinse în semnificația unui simbol sau a unui grup de simboluri (text scris, mesaj vorbit, imagini plastice, indicație a unui instrument etc.). Potrivit uneia dintre definițiile acestui dicționar, *noutatea* este o veste, știre recentă (și interesantă) sau este un lucru nou, de curând pus în circuit, provine din limba latină novitas, fr. nouvelle. A doua semnificație a termenului – *veste*. Potrivit aceluiași dicționar (DEX), *veste* este o comunicare orală neconfirmată, este un fapt, întâmplare, care se aduce sau ajunge la cunoștința cuiva. Termenul care ne interesează și aparține câmpului jurnalistic este *știre*. Știrea este: 1. Veste (în presă, la radio etc.), informație scurtă despre un eveniment. 2. Cunoaștere, cunoștință. Sinonime ale știrii fiind: informație, noutate, veste. Știrea ca gen jurnalistic informativ are câteva elemente distincte față de ceilalți termeni care fac parte din grupul de sinonime.

Prin urmare, știrea este genul jurnalistic informativ ce presupune o noutate; răspunde la cele cinci întrebări: Cine? Ce? Unde? Când? Cum? și uneori la a șasea – De ce?; conține minim două surse independente una de cealaltă; nu conține sub nicio formă părerea jurnalistului.

Identificarea factorilor care asigură reușita știrii. Odată cu trecerea timpului, s-a constatat că toate știrile care au avut impact asupra publicului au întrunit câteva elemente comune. Aceste elemente sunt studiate de către cercetătorii din domeniu, cu scopul de a face mai simplă receptarea și înțelegerea informației. Factorii

proximității: proximitatea temporală, proximitatea *spațială/geografică*, proximitatea socială și proximitatea psiho-afectivă.

Proximitatea temporală/cronologică – informația este ușor perisabilă, nimeni nu este interesat de un eveniment care s-a întâmplat cu ceva timp în urmă. În era digitală evenimentul este redat concomitent cu desfășurarea lui. Cele mai solicitate știri sunt cele care se întâmplă în prezent sau urmează să aibă loc în viitorul apropiat, după care sunt căutate evenimentele care s-au petrecut în trecutul recent și apoi urmează evenimentele care vor avea loc în viitorul îndepărtat, după care cele din trecutul îndepărtat.

Proximitatea spațială/geografică – cu cât evenimentul este mai aproape, din punct de vedere spațial, de consumatorul de informații, cu atât interesul acestuia față de eveniment este mai sporit, evenimentul poate avea impact direct asupra receptorului.

Proximitatea socială – vizează informații despre persoanele dintr-o anumită sferă socială, informații despre un anumit domeniu ce vizează un grup social fix. Aceste informații interesează preponderent categoriile de persoane din domeniul dat, cu vârsta dată, cu îndeletnicirea dată, cu situația socială dată, de etnia dată etc.

Proximitatea psiho-afectivă – știrile care afectează emoțional au influență asupra oamenilor, ele produc schimbări la nivel emoțional, cognitiv, fizic. Stărnesc milă, compasiune, agresiune, revoltă, diferite stări psiho-afective. Aceste stări fac ca receptorul informației să fie intrigat, atras de informația respectivă de la începutul subiectului până la sfârșitul lui. Acest gen de informație câștigă interes de fiecare dată în defavoarea celorlalte tipuri de proximitate.

Tipologia știrii. Știrile sunt clasificate diferit în funcție de subiect. Clasificăm știrile după: 1) criteriul conținutului/tematică: politică, socială, culturală, economică; 2) după gradul de interes: a) hard news – știri neprevăzute, cu impact greu. Reieșind din durabilitatea știrilor în timp, specialiștii deosebesc știri perisabile din punct de vedere temporal (hard news), care, prin urmare, sunt publicate cu prioritate: știri despre accidente, urmări ale unor fenomene naturale etc.; b) soft news – știri de la evenimente prevăzute, cu impact mai puțin dur, mai durabil, pot fi relatate și după trecerea unei anumite perioade de timp fără a-și fi pierdut atractivitatea;

3) după canalul de difuzare: a) știri de presă tipărită; b) știri radio; c) știri tv; d) știri de agenție; 4) după aria de distribuire: a) știri locale; b) știri naționale; c) știri internaționale.

Potrivit lui Michel Voirol, știrile din ziar sunt categorisite în următoarele tipuri: a) depeches – texte care provin de la agenții; b) la breve (breve – scurtă, succintă); c) filet – cu mesaj esențial complet, desfășurată; d) monture (montaj) – rescriere, grupare într-un singur text a mai multor texte primite separat de la aceeași sursă sau de la mai multe, în legătură cu același eveniment.

Tehnici de construcție a știrilor. Tehnicile de construcție a știrii: piramida inversată, piramida normală, piramida combinată. Ce presupune știrea structurată după piramida inversată. Ce presupune știrea structurată după piramida normală. Ce presupune știrea structurată după piramida combinată.

Structura știrii presupune compoziția genului. Titlul, lead-ul, sursele, background, finalul știrii.

TEHNICA PIRAMIDEI INVERSATE

LEAD

Primul capitol al știrii în care spunem ce este mai important în cadrul evenimentului, răspunzând la două, cele mai importante întrebări ale știrii. Ex.: Cine? Ce?

Redarea informației propriu-zise prin răspunsul la celelalte întrebări ale știrii. Ex.: Unde? Când? Cum? De ce?

Prima sursă redă credibilitate știrii.

A doua sursă, independentă de prima, care de multe ori confirmă sau infirmă spusele primei surse.

Finalul știrii care poate de multe ori să amintească despre un caz asemănător din trecut, sau istoricul acestui caz, sau ce urmează în urma acestui eveniment.

Sarcini pentru autoevaluare:

1. Definiți noțiunea de știre identificând tipurile de știri.
2. Determinați tehnicile principale de redactare a știrilor, clasificând sursele de documentare în realizarea știrilor.
3. Delimitați știrea de informație, noutate, veste.
4. Descrieți etapele de realizare a știrii.
5. Relatați despre factorii care asigură reușita știrii.
6. Analizați o știre din presă utilizând tehnica piramidei inversate care are ca subiect pregătirea studenților anului I pentru sesiunea de iarnă.

Bibliografie:

1. AGNES, Y. *Introducere în jurnalism*. Iași: Polirom, 2011, p.203-222.
2. GRIGORYAN, M. *Manual de jurnalism*. Chișinău: CJI, 2008.
3. GUZUN, M., GORINCIOI, Gh. *Jurnalismul de informare*. Chișinău: CEP USM, 2017.
4. KEEBLE, R. (coord.). *Presa scrisă. O introducere critică*. Iași: Polirom, 2009, p.99-142.
5. LAZĂR, M. Evenimentul și mass-media. În: *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare.*/ Coord. M.Coman. Vol.II. Iași: Polirom, 1999, p.107-118.
6. LAZĂR, M. Metode și tehnici de colectare a informațiilor. În: *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare.*/ Coord. M.Coman. Vol.I, ediția a II-a. Iași: Polirom, 2001, p.13-30.
7. PREDA, S. *Tehnici de redactare în presa scrisă*. Iași: Polirom, 2006.
8. POPESCU, C.F. *Manual de jurnalism. Redactarea textului jurnalistic. Genurile redacționale*. București: Tritonic, 2005, p.186-205.
9. RANDALL, D. *Jurnalismul universal. Ghid practic pentru presa scrisă*. Iași: Polirom, 1998, p.37-47.
10. ROȘCA, L. Textul jurnalistic. În: *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare.*/ Coord. M.Coman. Vol.I, 1997, p.46-53; Vol.I, ediția a II-a, 2001, p.99-107.

Tema 8. TEHNICI DE REDACTARE A GENURILOR JURNALISTICE INFORMATIVE

Subiecte de referință:

1. Tehnici de redactare a genurilor jurnalistice informative
2. Factorii care asigură reușita știrii, a interviului, a reportajului

Obiective de referință:

- să relateze despre tehnicile de redactare a știrii;
- să specifice tehnicile de redactare a interviului;
- să determine tehnicile de redactare a reportajului.

Termeni-cheie, definiții și conținut rezumativ:

Tehnici de redactare a genurilor jurnalistice informative. Totul se petrece în redacție. Scrisul este o problemă de talent sau oricine îl poate învăța? Știința de carte în tandem cu practica din redacție duc la un text scris bine. Câmpul scriiturii jurnalistice este eterogen, în funcție de public, de canalul mediatic, de genul jurnalistice realizat. În jurnalismul practic sunt reguli nescrise mult mai multe decât în alte domenii.

Factorii care asigură reușita știrii, a interviului, a reportajului.

Factorii care asigură reușita știrii. O atenție deosebită atragem asupra noutății pe care o transmitem publicului. Este valoroasă calitatea informației pe care jurnalistul o deține și volumul ei. Informațiile obținute de la surse sunt hotărâtoare. Sursele contactate de către jurnalist în vederea obținerii informației veridice denotă reușita bunei documentări. Credibilitatea surselor intervievate trebuie verificată. Prezentăm faptele, nu speculațiile. Ce categorii de surse căutăm? Atribuirea și precizarea surselor. Evitarea citării colective a surselor. Excluderea etichetărilor protagoniștilor evenimentului, a părerii proprii despre eveniment. Verificarea datelor, faptelor obținute. Vizualizarea cifrelor, a procentelor. Folosirea fără descifrare doar a celor mai arhicunoscute abrevieri. Imaginile atribuite știrii. Tipul de știre selectat în a transmite

informația. Tehnica piramidelor în realizarea știrii. Structura știrii. Dezvoltarea subiectului în știre. Prezentarea faptelor. Scrierea cuvintelor concrete, evitarea cuvintelor abstracte, a diminutivelor, arhaismelor, regionalismelor, argourilor, proverbelor, maximelor etc. Volumul știrii. Toți acești factori enumerați mai sus asigură reușita știrii.

Structura știrii: Redactarea lead-ului care conține două-trei fraze (maxim) și răspunde la două-trei întrebări din cele șase: Cine? Ce? Unde? Când? Cum? De ce? Prima propoziție de legătură între lead și textul știrii.

Dezvoltarea subiectului știrii prin a răspunde la celelalte întrebări, la care nu s-a răspuns. Atribuirea a cel puțin două surse independente una de cealaltă. Corpul știrii conține detalii, explicații, informații secundare. Finalul știrii/ istoricul evenimentului. Titlul știrii.

Factorii care asigură reușita interviului. Selectarea interlocutorului sau a temei. Evitarea întrebărilor închise și semiînchise. Evitarea întrebărilor afirmative, în loc de propoziții interogative, evitarea întrebărilor duble, a întrebărilor ce sugerează răspunsul, a întrebărilor ce conțin etichetări, taxări, exagerări. Verificarea corectitudinii numelor, datelor, faptelor expuse de interlocutor. Întru evitarea confuziilor, ordinea expunerii mai întâi a funcției, a prenumelui și pe urmă a numelui. Corectarea greșelilor întâmplătoare, inerente. Transmiterea ideilor, mesajului. Forma de exprimare, gesturile, reacțiile, mimica etc. Deținem răspunsurile potrivite unui interviu complet.

Structura interviului: Chapeau-ul interviului conține informații despre importanța temei/ subiectului abordat în interviu sau despre notorietatea persoanei intervievate. De ce acest interviu, această persoană sau acest subiect? Prima întrebare, de deschidere, de încălzire. Respectarea consecutivității desfășurării evenimentelor redade în ordine crescătoare sau descrescătoare. Excluderea unor întrebări și a unor răspunsuri irelevante. Finalul interviului. Formularea titlului, a supratitlului, a subtitlului după necesitate.

Factorii care asigură reușita reportajului. Redarea evenimentului la care a participat jurnalistul prin expunerea atmosferei de la fața locului, a decorului, a tot ce a văzut, a auzit și a simțit jurnalistul. Folosirea limbajului publicistic, cotidian, a verbelor la

diateza activă. Formularea frazelor clare, simple, logice. Atenția asupra detaliilor, gesturilor celor din jur, asupra stării în care se află oamenii. Descrierea protagoniștilor, a caracterelor acestora, a istoriilor din viața lor. Evitarea prunumelor personale, ele pot induce în eroare. Analiza informațiilor, a faptelor și a imaginilor obținute la fața locului. Povestirea evenimentului de către jurnalist. Determinarea tipului de reportaj realizat.

Structura reportajului: În chapeau jurnalistul relatează cititorului despre tema abordată, evenimentul care se produce și, în primul rând, care este ineditul în acest subiect. Are loc narațiunea jurnalistului, povestește despre tot ce întâlnește, ce vede, ce simte, ce miroase, pe cine vede, încotro se îndreaptă etc. Întrebările adresate interlocutorilor sunt relevante. Protagonistii reportajului, potrivit lui M.Coman, pot fi: martorii, sursele oficiale, specialiștii, jurnalistul însuși. Jurnalistul selectează, după caz, cu ce tipuri de surse să ia legătura. Sursele pot confirma sau infirma informația, în funcție de subiectul care stă la baza reportajului. Formularea propozițiilor de legătură între surse. Finalul reportajului și, după caz, istoricul evenimentului. Elementele intrinsece pentru reportaj: crearea titlului, a subtitlului, a supratitlului, a intertitlului, selectarea imaginilor potrivite reportajului, atribuirea legendelor pentru fotografii, fiind indicat autorul fotografiilor.

Sarcini pentru autoevaluare:

1. Definiți tehnicile de redactare a unui gen jurnalistic informativ.
2. Determinați factorii care asigură reușita textului informativ.
3. Explicați cum sunt aplicate în practică tehnicile de constituire a genului informativ.

Bibliografie:

1. GUZUN, M., GORINCIUI, Gh. *Jurnalismul de informare*. Chișinău: CEP USM, 2017.
2. LAZĂR, M. Metode și tehnici de colectare a informațiilor. În: *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare.* / Coord. M.Coman. Vol.I, ediția a II-a. Iași: Polirom, 2001, p.13-30.

3. POPESCU, C.F. *Manual de jurnalism. Redactarea textului jurnalistic. Genurile redacționale*. București: Tritonic, 2005, p.186-205.
4. PREDA, S. *Tehnici de redactare în presa scrisă*. Iași: Polirom, 2006.
5. RANDALL, D. *Jurnalismul universal. Ghid practic pentru presa scrisă*. Iași: Polirom, 1998, p.37-47.
6. ROȘCA, L. Textul jurnalistic. În: *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare.*/ Coord. M.Coman. Vol.I, 1997, p.46-53; Vol.I, ediția a II-a, 2001, p.99-107.
7. ROȘCA, L. *Producția textului jurnalistic*. Iași: Polirom, 2004.

Tema 9. VALOAREA INTERVIULUI JURNALISTIC INFORMATIV. TIPOLOGIA INTERVIULUI

Subiecte de referință:

1. Interviu – gen jurnalistic informativ. Aspecte definitorii ale interviului
2. Tipologia interviului
3. Tipuri de întrebări

Obiective de referință:

- să definească noțiunea de interviu ca gen jurnalistic informativ;
- să clasifice tipurile de interviu;
- să exemplifice cu tipuri de întrebări;
- să analizeze diferite tipuri de interviuri din presă.

Termeni-cheie, definiții și conținut rezumativ:

Interviul – gen jurnalistic informativ. Aspecte definitorii ale interviului. Interviul este un gen jurnalistic informativ, are la bază întrebări adresate de jurnalist unei/ unor persoane reprezentative cu scopul de a obține informații pentru un public larg. Interviul este o formă de comunicare interpersonală, în care prin dialogul dintre reporter și interlocutor se obțin informații pentru a fi transmise publicului (V.Traciuc).

Denumirea *interviu* provine din engleză, *interview*, ceea ce înseamnă convorbire, dialog. „Întrebarea” și „Răspunsul” sunt elementele cele mai importante în interviu. Ziaristul urmărește să obțină cât mai multă informație inedită, pe când interlocutorul – să lase o impresie cât mai bună. Între jurnalist și interlocutor este publicul, fapt care trebuie luat în calcul în momentul interviului. Intervievatorul dă dovadă de competență, profesionalism și atitudine corectă, interviuatul – de sinceritate. Alegerea temei sau a interlocutorului este decisă de importanța subiectului în spațiul public sau a notorietății persoanei. Dacă apare o temă, un subiect, o problemă în spațiul public, atunci alegem tema și cu mare atenție persoana care ar fi capabilă să răspundă la întrebări în cadrul interviului dat. Dacă apare oportunitatea de a intervieva o personalitate, atunci selectăm întrebările pentru a scoate în evidență personalitatea acesteia. Odată ce ele sunt într-o interdependență, ne axăm pe scopul pe care și-l propune gazetarul/redacția. Oamenii devin subiecte de interviu atunci când dețin funcții importante; cunosc ceva sau pe cineva important; au realizări importante; sunt persoane cărora li s-a întâmplat ceva important; sunt martori ai unui eveniment important; sunt acuzați de ceva grav etc. Odată ce jurnalistul decide să realizeze un interviu la o anumită temă, cu o persoană anume, face apel la documentarea generală: ce cunoaște despre persoana dată sau tema dată, ce s-a mai scris anterior despre acestea, care-i noutatea ș.a. Jurnalistul dă dovadă de profesionalism prezentându-se interlocutorului, spunându-i ce redacție reprezintă, tema și motivul interviului și cum are de gând să-l folosească; la fel, fixează data, ora și locul interviului. Cele mai bune interviuri sunt cele realizate față în față, îndeosebi atunci când e vorba de interviu portret, dar și în cadrul interviului problemă sunt situații când interlocutorul ascunde ceva sau e rău intenționat. Din lipsă de timp sau la distanțe foarte mari, jurnaliștii recurg la interviuri prin telefon, prin video conferințe, prin poșta electronică etc. Mimica, emoțiile, gesturile pot fi sesizate doar atunci când jurnalistul vede

și aude interlocutorul. Reporterul trebuie să fie extrem de atent la forma de exprimare, la gesturi, la reacții, la înfățișare. În comentarii de autor, printre rânduri sau în paranteze pot fi indicate toate aceste elemente complementare pentru a da o doză de dinamism, autenticitate, spontaneitate interviului.

Documentarea specială ajută jurnalistul să fie la curent cu toate amănuntele despre persoana abordată sau tema/subiectul care urmează a fi discutat: transcrierea și pronunțarea corectă a pronumelui și a numelui, a datei, a anului și a locului de naștere, datele importante etc. În urma documentării pregătim o listă cu întrebări, în medie 7-8. Întrebările sunt clare, deschise, nu sunt duble, ambigue, nu sugerează răspunsul, nu conțin răspunsul. Întrebări închise și semiînchise se pun doar atunci când apare necesitatea ca interlocutorul să răspundă cu „da”, „nu”, „nu știu”.

Instrumentele indispensabile în realizarea unui interviu sunt: carnetul, pixul, reportofonul și, după caz, aparatul de fotografiat. Cu toate că jurnalistul folosește un reportofon, el trebuie să facă notițe și în carnet, unde notează gesturile, mimicile, ticurile etc. și, totodată, se asigură atunci când, din motive tehnice, înregistrarea nu reușește. Folosirea reportofonului este utilă atunci când interlocutorul contestă sau neagă anumite replici, fraze pe care le-a spus în cadrul interviului. În acest caz înregistrarea va putea fi folosită în calitate de argument. Carnetul cu însemnări și înregistrările audio trebuie păstrate și după publicarea interviului.

După cum stabilise anterior, jurnalistul ajunge la întâlnire fără întârziere, îmbrăcat potrivit situației. Ajuns față în față cu interlocutorul, jurnalistul trebuie să destindă atmosfera adresând întrebări neformale pentru a stabili o relație de încredere între ei. Intervievatul se relaxează în timpul unei astfel de discuții.

După M.Guzun și Gh.Gorincioi, un autor de interviu e necesar să mai posede două calități: observarea și ascultarea. Observarea în timpul interviului urmărește două aspecte principale: limbajul nonverbal și anturajul.

Limbajul nonverbal poate completa sau nuanța conținutul comunicării verbale. Principalele aspecte ale comunicării nonverbale care urmează a fi descifrate în textul interviului sunt: portretul interlocutorului, gesturile, expresia feței, mimica, ținuta,

modul de a se îmbrăca, mișcările, vocea, privirea. Observarea permite fixarea decorului, prezența căruia e importantă în orice interviu dar, mai ales, în interviul portret. Anturajul, obiectele din birou comunică multe detalii despre personalitatea interviuatului. Un detaliu semnificativ poate determina viitorul unghi de abordare, de exemplu prezența unui volum de versuri pe biroul directorului unei fabrici de vin.

Dialogul are loc de la egal la egal, fără complexe de superioritate sau de inferioritate. Dialogul între cei doi este spontan, interesant, viu. Când interlocutorul evită sau ezită să răspundă la o întrebare, jurnalistul face o mică pauză pentru a-l atenționa pe vorbitor că nu a răspuns suficient, după care mai adresează încă odată întrebarea. Dacă nici de această dată nu a auzit răspunsul, după o altă întrebare revine la întrebarea inițială reformulând-o. Jurnalistul urmărește cu atenție vorbitorul și intervine când apar neclarități, când este folosit limbajul specializat, când sunt spuse neadevăruri ș.a. Jurnaliștii profesioniști nu se limitează doar la lista cu întrebări pregătită în prealabil, pot apărea și întrebări pe baza celor expuse de interlocutor.

La finalul discuției reporterul face o recapitulare a subiectelor discutate, asigurându-se că a înțeles corect toate răspunsurile, citatele, cifrele, datele, denumirile etc.

Încheierea discuției se face pe o notă pozitivă, potrivit etichetei, jurnalistul mulțumește interlocutorului pentru timpul acordat, nu face promisiuni pe care n-o să le poată respecta.

Ultima etapă în realizarea interviului este redactarea, care începe cu recitirea notițelor și audierea înregistrărilor, descifrarea interviului înregistrat, ordonarea întrebărilor. În timpul redactării interviului poate apărea necesitatea de a simplifica răspunsul sau întrebarea, făcându-le mai clare și mai accesibile pentru public, acest lucru se face cu maximă atenție pentru a nu distorsiona conținutul. Se poate întâmpla ca persoana interviuată să greșească din cauza emoțiilor unele date, nume, să încurce consecutivitatea desfășurării unor evenimente și din acest motiv jurnalistul e obligat să verifice corectitudinea numelor, datelor, faptelor.

Întrebările jurnalistului și răspunsurile interviuatului sunt diferențiate vizual. De regulă, întrebările se evidențiază cu bold,

iar răspunsurile se culeg cu caractere obișnuite. Întrebările sunt scurte, directe, laconice, atât din punct de vedere grafic, cât și al accesibilității. Potrivit unor autori, răspunsurile nu depășesc 10-15 rânduri de text. Elementele de ambianță, care redau atmosfera convorbirii, pot fi introduse în paranteze (gesticulează, zâmbește, îi tremură vocea etc.).

Nu există o regulă stabilită privind volumul unui interviu. Totul depinde de actualitatea temei și personalitatea interlocutorului.

De regulă, titlul redă mesajul esențial al interviului. În titlu este scoasă cea mai importantă sau șocantă frază a interlocutorului. La rândul său, subtitlul poate fixa contextul sau, pur și simplu, prezintă numele intervievatului. Interviul este precedat de șapou, rolul căruia este de a spune publicului de ce acest interviu este realizat cu această persoană. Șapoul poate fi folosit pentru prezentarea interlocutorului, furnizarea datelor din curriculum vitae: numele și funcția persoanei intervievate, denumirea instituției pe care o reprezintă, însoțită de date minime despre aceasta. După titlu, șapoul este al doilea element în care cititorul găsește informația primară despre conținutul materialului.

Odată cu finalizarea materialului și tipărirea lui în ziar, trimiteți ziarul cu interviul dat interlocutorului d-voastră cu o notă de mulțumire, pentru a rămâne în relații bune cu persoana dată și pe viitor.

Tipologia interviului. Există o mare varietate de tipuri de interviu, atât în literatura de specialitate, cât și în practica de realizare a interviului. Fiecare dintre aceste tipuri de interviu are elementele sale specifice. Cele mai importante criterii de clasificare a interviurilor sunt după:

- scopul interviului;
- structura interviului;
- numărul participanților la interviu.

Potrivit scopului pe care îl urmărește un jurnalist, deosebim: Interviul informativ; Interviul problemă; Interviul portret.

Interviul informativ este interviul prin care jurnalistul se informează/informează publicul prin răspunsuri la întrebările Cine? Ce? Unde? Când?

Interviul problemă este interviul prin intermediul căruia jurnalistul abordează o problemă apărută în societate, o temă

cu impact asupra oamenilor. Jurnalistul se axează pe tema dată, adresează întrebări interlocutorului, îl face pe cititor, radioascultător, telespectator să cunoască mai bine tema/problema/situația.

Interviul portret vine să scoată în evidență personalitatea unui om, prin realizările sale, prin modelul de comportament, prin faptele sale, prin talentul pe care-l posedă acesta.

Potrivit autorului Pierre Ganz, interviul ca modalitate de obținere a informației poate fi clasificat în felul următor:

a) *Interviu mărturie* – obținerea informației de bază prin următoarele întrebări: Cine? Ce? Unde? Când? Cum? Acest tip de interviu este adresat martorilor.

b) *Interviu declarație* – în acest tip de interviu este exprimat un punct de vedere relevant. Acest tip de interviu este realizat de cele mai multe ori cu sursele oficiale.

c) *Interviu explicație* – în acest interviu expertul aduce lămuriri asupra unor aspecte ale producerii evenimentului.

d) *Interviu document* – este tipul de interviu care este realizat cu o persoană pe baza unor date concrete, documente.

Potrivit structurii, interviul are un început în care jurnalistul prezintă interlocutorul/rii sau tema interviului; baza interviului în care este dezvoltat subiectul interviului; încheierea discuției, generalizarea ei. Ordinea cronologică a evenimentelor, expusă în interviu, poate fi crescătoare sau descrescătoare.

Potrivit numărului de participanți la interviu, identificăm: *Interviu cu doi participanți/interviu clasic* de tip „întrebare-răspuns” (jurnalistul și un interlocutor), în care doar interlocutorul răspunde la întrebări, iar jurnalistul adresează întrebări; *Interviu colectiv*, „*interviu pe mai multe voci*”, în care participă un jurnalist și mai mulți invitați (ex.: masa rotundă); mai mulți jurnaliști și un respondent, sau mai mulți jurnaliști și mai mulți respondenți (ex.: conferința de presă).

Masa rotundă presupune, potrivit unor cercetători, participarea mai multor invitați sau experți la dezbaterăa unei teme de actualitate prin expunerea analizelor și opiniilor participanților. De regulă, tema este anunțată din timp pentru ca invitații să aibă posibilitate de a se pregăti.

Conferința de presă este un tip de interviu colectiv la care participă un anumit număr de persoane în calitate de organizatori ai evenimentului și un număr considerabil de jurnaliști. Potrivit unor cercetători, conferințele de presă, sunt utilizate de către liderii partidelor politice, conducătorii asociațiilor profesionale, reprezentanții societății civile pentru a transmite unui public larg prin intermediul jurnaliștilor informații sau mesajul de care aceste organizații sunt interesate. În acest caz, diapazonul tematic este foarte divers, începând cu conferințele de presă ale poliției în care se dau informații despre descoperirea unei crime, până la cele ale cluburilor de fotbal care își prezintă noile achiziții. De obicei, la început se dă citire unei declarații care exprimă versiunea organizatorului, apoi urmează întrebările reporterilor.

Informațiile obținute în cadrul conferințelor de presă trebuie trecute printr-un filtru critic, deoarece exprimă punctul de vedere al organizatorilor. În acest caz, este necesar de a contacta și alte persoane vizate pentru a-și expune poziția asupra subiectului discutat.

Scoala ziaristică franceză identifică șase tipuri de interviu:

Interviu-relatare: un funcționar public prezintă detalii despre proiectele sau deciziile importante în domeniul în care activează;

Interviu-expertiză: un specialist explică un fapt, un fenomen sau o situație în scopul de a-l ajuta pe cititor să pătrundă esența acestuia. De exemplu, un cutremur de pământ poate fi explicat de un reprezentant al Institutului de geofizică și seismologie al Academiei de Științe;

Interviu-mărturie: un martor la un fapt divers, eveniment sau incident expune versiunea sa asupra a ceea ce s-a întâmplat;

Interviu-opinie: un analist politic enunță un punct de vedere sau comentează un eveniment de actualitate;

Interviu-analiză: o persoană indicată oferă operativ explicații cu privire la o situație sau un eveniment care a avut loc recent: președintele Comisiei Electorale Centrale prezintă rezultatele unui scrutin electoral;

Interviu-portret: scopul este de a schița, pe cât e posibil, obiectiv și exact portretul interviuevatului, de a afla lucruri personale, discrete, de a scoate în evidență personalitatea interlocutorului.

Tipuri de întrebări. Tipurile de întrebări oferă sursei oportunitatea de a reda informația pe care o deține. Jurnalistul decide ce tipuri de întrebări adresează interlocutorului. În cărțile de specialitate identificăm trei tipuri de întrebări: întrebări închise; întrebări deschise; întrebări semiînchise.

Întrebări deschise sunt întrebările care oferă sursei posibilitatea să dea mai multe informații, aceste informații pot fi neprevăzute. Întrebările deschise nu sugerează varianta de răspuns, nu denotă așteptările jurnalistului.

Întrebările închise presupun răspunsuri afirmative sau de infirmare, cu „da” sau „nu”. Aceste tipuri de întrebări se mai numesc univoce, sunt folosite doar în cazuri unice, atunci când jurnalistul vrea să-l aducă pe interlocutor la un răspuns exact, unic.

Întrebările semiînchise generează răspunsuri cu „da” sau „nu” urmate de un cuvânt, două de completare: „da, sunt de acord cu cele relatate” sau „nu, nu sunt părtaș la fapta săvârșită” etc.

Sarcini pentru autoevaluare:

1. Definiți noțiunea de interviu ca gen jurnalistic informativ.
2. Clasificați tipurile de interviu.
3. Analizați un interviu portret.
4. Recomandați tipuri de întrebări care sunt folosite cel mai frecvent în timpul interviului.

Bibliografie:

1. AGNES, Y. *Introducere în jurnalism*. Iași: Polirom, 2011, p.255-270.
2. CARMEN, C.I. Aspecte psihologice în tehnica interviului. În: *Mesajul și impactul informației.* / Coord. V.Moraru. Chișinău: CCRE „Presa”, 1998, p.32-42.
3. COSMA, D. *Tendințe ale evoluției interviului în presa contemporană*. Bistrița: Caruna, 2008.
4. EICHSTAEDT, P. Măiestria interviului. În: *Jurnalismul pentru omul de rând*. Chișinău: CIJ, 2000, p.61-72.
5. GRIGORYAN, M. *Manual de jurnalism*. Chișinău: CJI, 2008. 192 p.
6. KEEBLE, R. (coord.). *Presa scrisă. O introducere critică*. Iași: Polirom, 2009, p.89-97.

7. POPESCU, C.F. *Manual de jurnalism*. București: Tritonic, 2005, p.205-223.
8. RANDALL, D. *Jurnalismul universal. Ghid practic pentru presa scrisă*. Iași: Polirom, 1998, p.64-83.
9. TOLCEA, M. Interviu. În: *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare.*/ Coord. M.Coman. Iași: Polirom, 1997. Vol.I, p.69-102; Vol.I, ediția a II-a, 2001, p.53-78.
10. VLAD, T. *Interviul. De la Platon la Playboy*. Cluj-Napoca: Dacia, 1997.

Tema 10. REPORTAJUL. TIPOLOGIA REPORTAJULUI

Subiecte de referință:

1. Definirea reportajului ca gen jurnalistic informativ
2. Tipuri de reportaj

Obiective de referință:

- să descrie reportajul ca gen jurnalistic informativ;
- să relateze despre diferite tipuri de reportaje;
- să proiecteze traseul parcurs de jurnalist în realizarea unui reportaj.

Termeni-cheie, definiții și conținut rezumativ:

Definirea reportajului ca gen jurnalistic informativ. Definirea conceptului de reportaj. Reportajul fiind o poveste, reflectă faptele, evenimentele. Potrivit cercetătorilor, reportajul este: „O poveste pe care tu, reporterul, o spui pentru că ai fost acolo, ai văzut, ai aflat, ai auzit, ai simțit, ai mirosit, ai gustat... Și cel mai important e să-l faci pe cititor „să simtă” ceea ce ai simțit tu, „să audă” ce ai auzit tu, „să vadă” ce ai văzut tu...” (M.Voirol, 1992, p.52). „Reportajul este un gen informativ axat pe fapte actuale de interes public major, din realitatea imediată, selectate la locul producerii evenimentului, utilizând adesea procedee literare de expresie.” (M.Guzun, G.Gorincioi, 2017, p.93). Potrivit lui Jean Paul Sartre, capacitatea de a sesiza intuitiv și instantaneu semnificațiile și abilitatea de a le regrupa apoi, pentru a oferi cititorului ansambluri sintetice ce pot fi descifrate imediat, constituie reportajul (Preda,

2006, p.163). „Reportajul este un mod de comunicare ce descrie spectacolul unui eveniment pentru un public vast.” (Pierre Ganz, 1990). La fel, după Michel Voirol, „Regula de aur în reportaj este rigoarea informațiilor și scopul redactării unui reportaj este acela de a-i face pe cititori să vadă, să audă și să simtă ceea ce jurnalistul însuși a văzut, a auzit și a mirosit”. În această formulă, definiția accentuează calitățile principale ale reportajului: 1) relatează despre fapte actuale; 2) acumulate la fața locului; 3) prezintă un interes public larg; 4) sunt precizate particularitățile stilistice. Reportajul este un gen care necesită în mod obligatoriu deplasarea pe teren.

Definiția dată de *Dicționarul Explicativ al Limbii Române* suferă de unele imperfecțiuni care se referă la prezența jurnalistului la fața locului. Reportajul poate fi realizat doar la fața locului cu informații culese de la evenimentul în cauză. Rolul de a informa în reportaj este secundar, scopul constă în a reproduce un eveniment, o situație, o întâmplare.

Reportajul realizat este sobru, obiectiv, autentic, ca publicul să se dezvolte intelectual, să aibă punctul său de vedere, să poată analiza lucrurile dintr-un unghi anumit de abordare. Menirea reportajului este de a reda evenimentul cu exactitate, fără ca jurnalistul să intervină cu păreri proprii.

Funcțiile reportajului, identificate de către Jean-Dominique Boucher (1995) și Pierre Ganz (1990), pe lângă funcția de informare, sunt cele orientate către: înțelegerea evenimentului; aducerea în atenție a unei informații personalizate; restituirea unei realități într-o manieră originală; informație în defavoarea spectacolului; stabilirea unei legături între jurnalist și public, sensibilizarea publicului, complementară informării; seducție; persuasiune etc.

Reportajul este considerat parte a „jurnalismului literar”, în reportaj realitatea este exprimată într-o manieră artistică, fiind folosite tehnici literare de expresie. Procedul dat oferă autorului posibilitatea de a descrie atmosfera de la eveniment, astfel strecurându-se subtil părerea subiectivă a autorului vizavi de cele văzute, trăite. Geo Bogza, considerat părintele reportajului literar românesc, vine cu o abordare în acest sens. Reportajul poate fi considerat un gen de frontieră între jurnalistică și

literatură. Reportajul utilizează figuri de stil la nivel semantic ca: metafora, comparația, epitetul, hiperbola și altele, însă nu aparține literaturii în sensul ei clasic, deoarece are misiunea prioritară de a informa.

Tipuri de reportaj. În literatura de specialitate întâlnim mai multe clasificări ale reportajului după diferite criterii: după domeniul de activitate: *reportaj social, politic, economic, cultural, de fapt divers* și *reportaj sportiv*; după zona geografică de producere a evenimentului în raport cu comunitatea națională: *reportaj local, regional, național și internațional* (după Pierre Ganz, 1990). Philippe Gaillard distinge două mari categorii de reportaj: cel *al specializărilor*, cum ar fi specializate în cronici parlamentare sau politice, judiciare, sportive (...) și *reportaje mai puțin specializate*, care constau în tratarea unor subiecte fără legătură între ele, reportaj de informare generală. Jean-Dominique Boucher identifică șase tipuri de reportaj care sunt clasificate conform criteriului actualității evenimentului (relația dintre producerea evenimentului – momentul realizării reportajului): *reportaj „cald”*, care are drept conținut evenimente neprevăzute de genul accidentelor, catastrofelor etc.; *reportaj „rece”*, care vorbește despre evenimentele prevăzute ce preced același tip de eveniment; *reportaj „magazin”*, care nu este inspirat din realitatea imediată, dar are o anumită legătură cu aceasta (este o comunitate, un loc în care se produc evenimente care își găsesc explicația în contextul actualității sociale, economice, politice etc.); *reportaj „atemporal”*, care este consacrat de obicei unui subiect cât se poate de cunoscut, cu un potențial permanent de interes (rasismul, SIDA, creșterea inflației, migrația); *reportaj de urmărire*, care ajută la stabilirea unor concluzii asupra unui eveniment produs recent (de la câteva luni la câțiva ani); de exemplu, concluziile anchetei privind o catastrofă; *reportaj relocalizat*, care este consacrat unui eveniment de actualitate, în care se regăsesc personaje implicate în alte evenimente de amploare din trecut.

După Sorin Preda, există următoarele tipuri de reportaj: *reportaj de atmosferă* (expres); *reportaj de eveniment*; *reportaj de fapt divers*; *reportaj sportiv*; *reportaj feature*. Potrivit

aceluiași autor, reportajul de eveniment se află la graniță cu relatarea, diferența o constituie atmosfera, decorul. Reportajul de fapt divers nu este neapărat preluat din realitate, dar are o legătură strânsă cu aceasta.

Sarcini pentru autoevaluare:

1. Definiți noțiunea de reportaj jurnalistic.
2. Descrieți reportajul ca gen jurnalistic informativ.
3. Relatați despre diferite tipuri de reportaje.
4. Proiectați traseul parcurs de jurnalist în realizarea unui reportaj.
5. Comparați reportajul ca gen jurnalistic informativ cu reportajul ca gen literar.

Bibliografie:

1. AGNES, Y. *Introducere în jurnalism*. Iași: Polirom, 2011, p.255-270.
2. CIOBOTEA, R. *Reportajul: Tehnici de redactare*. Chișinău: Cartier, 2012.
3. GRIGORYAN, M. *Manual de jurnalism*. Chișinău: CJI, 2008. 192 p.
4. HEMP, P. *Zece sfaturi practice pentru scrierea reportajelor despre business și economie în țările în curs de dezvoltare*. Centrul pentru ziariștii străini, 1991.
5. KEEBLE, R. (coord.). *Presa scrisă. O introducere critică*. Iași: Polirom, 2009, p.89-97.
6. MALLETTE, M. F. *Manual pentru ziariștii din Europa Centrală și de Est*. World Press Freedom Committee, 1992, p.1-7.
7. POPESCU, C.F. *Manual de jurnalism*. București: Tritonic, 2005, p.205-223.
8. RANDALL, D. *Jurnalistul universal. Ghid practic pentru presa scrisă*. Iași: Polirom, 1998, p.64-83.
9. ROȘCA L. Reportajul. În: *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare*. Iași: Polirom, 1997 (Vol.I, p.54-68); 2001 (Vol.I, ediția a II-a, p.9-52).

Tema 11. STRUCTURA REPORTAJULUI DE PRESĂ TIPĂRITĂ

Subiecte de referință:

1. Determinarea caracteristicilor distinctive ale reportajului
2. Proiectarea structurii reportajului

Obiective de referință:

- să determine caracteristicile distinctive ale reportajului;
- să stabilească pașii întreprinși în vederea realizării arhitectonicii reportajului;
- să exploateze tehnica spectacolului în cadrul reportajului.

Termeni-cheie, definiții și conținut rezumativ:

Determinarea caracteristicilor distinctive ale reportajului.

Abordări ale specificului reportajului. Cauzele pentru care reportajul este mai rar întâlnit în presa timpului. Timpul necesar de acordat reportajului. Efortul jurnalistului în realizarea reportajului de presă tipărită. Experiența jurnalistului în realizarea reportajului.

Încadrarea reportajului în familia textelor narative care exploatează tehnica spectacolului. Reportajul este o sinteză între informația pură și construcția artistică, combinând munca jurnalistică și arta povestitorului, neutralitatea persoanei a III-a și implicarea autorului în eveniment. Îmbinarea tehnicilor narative ale reportajului cu cele ale genului dramatic (decor, personaje, dialoguri, punere în scenă). Reporterul descrie detaliile pe care le vede, descrie dificultățile cu care se confruntă, cu cine se întâlnește pentru ca cititorul să-și poată imagina evenimentul.

Studierea după Melvin Mencher a regulilor de bază de care un jurnalist trebuie să țină seama în redactarea unui reportaj: arătând oameni care acționează, lăsându-i să vorbească, lăsând personajele și dialogul să conducă acțiunea, conferind conținutului dinamism, structurând textul reportajului cu început, mijloc și final.

Proiectarea structurii reportajului. Fără dubii, reportajul este cel mai complex gen jurnalistic informativ. Reportajul nu poate fi

standard, diferă de la caz la caz, de la eveniment la eveniment, de la temă la temă, de la jurnalist la jurnalist. De la același eveniment vor fi realizate reportaje diferite, contează unghiul de abordare. Luminița Roșca ne sugerează că unghiul de abordare ușurează lectura și înlesnește înțelegerea mesajului. După evaluarea informației obținute purcedem la elaborarea reportajului.

Reliefarea ideii reportajului vine odată cu finalizarea evenimentului. Abilitatea reporterului de a sesiza intuitiv semnificațiile joacă un rol-cheie pentru conținutul reportajului. Obiectivul de a scoate în prim-plan atmosfera, de a reda decorul prin text și imagine îl ajută pe reporter să facă cititorul prezent virtual la fața locului, în momentul producerii evenimentului. Stabilirea unghiului de abordare în reportaj este momentul în care experiența jurnalistică a reporterului își spune cuvântul.

Planul reportajului trebuie elaborat reieșind din ideea textului. În planul reportajului este prezentă schița de selecție în ordonarea informațiilor. Redactarea șapoului. Tipurile de șapou: Șapoul informativ; Șapoul incitativ; Șapoul mixt; Șapoul de actualizare; Șapoul de rememorare; Șapoul de justificare. Informații factuale, necesare, pentru a introduce cititorul în context. Elaborarea textului propriu-zis. Elementele de decor. Interviewarea persoanelor abilitate, a surselor. Tipuri de surse după Pierre Ganz. Specificul fiecărui tip de sursă: sursele oficiale, specialiștii, martorii.

Sarcini pentru autoevaluare:

1. Identificați caracteristicile distinctive ale reportajului.
2. Argumentați pașii întreprinși în vederea realizării arhitectonicii reportajului.
3. Proiectați structura reportajului.
4. Exploatați tehnica spectacolului în cadrul reportajului.
5. Recomandați tipuri de reportaj din presă analizând structura lor.

Bibliografie:

1. CIOBOTEA, R. *Reportajul: Tehnici de redactare*. Chișinău: Cartier, 2012.

2. GRIGORYAN, M. *Manual de jurnalism*. Chișinău: CJI, 2008. 192 p.
3. HEMP, P. *Zece sfaturi practice pentru scrierea reportajelor despre business și economie în țările în curs de dezvoltare*. Centrul pentru ziarisții străini, 1991.
4. RANDALL, D. *Jurnalismul universal. Ghid practic pentru presa scrisă*. Iași: Polirom, 1998, p.64-83.
5. ROȘCA L. Reportajul. În: *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare*. Iași: Polirom, 1997 (Vol.I, p.54-68); 2001 (Vol.I, ediția a II-a, p.9-52).

Tema 12. RELATAREA/ DAREA DE SEAMĂ

Subiecte de referință:

1. Definirea conceptului de relatare/ dare de seamă
2. Etape ale documentării în realizarea unei relatări
3. Strategii de abordare a câmpului evenimential
4. Structura relatării

Obiective de referință:

- să descrie relatarea ca gen jurnalistic informativ;
- să identifice câmpurile evenimentiale ale relatării;
- să schițeze structura relatării după modelul simplu și după modelul complex.

Termeni-cheie, definiții și conținut rezumativ:

Definirea conceptului de relatare/ dare de seamă. Relatarea/ darea de seamă – gen jurnalistic informativ care se află la granița dintre știre și reportaj, este un gen hibrid, spune mai mult decât o știre și mai puțin decât un reportaj. *Dicționarul Explicativ al Limbii Române* definește relatarea ca fiind o povestire detaliată. O povestire, o mărturie care vine cu detalii, poate fi redată doar de la fața locului. Prezența jurnalistului la fața locului e necesară de la începutul evenimentului și până la final. Radu Bălbăie consideră că relatarea este considerată drept o știre complexă, care oferă

o prezentare pe larg a informațiilor factuale, despre un eveniment care a avut o dezvoltare în timp sau consecințe cu dezvoltare în timp (Bâlbăie, 1998, p.140). Sorin Preda definește relatarea ca pe un amestec de procedee jurnalistice, un amestec de genuri. Relatarea ia pulsul evenimentului. Elementele care se regăsesc în relatare sunt: noutatea, imprevizibilul ce ține de acțiunile participanților, numărul actorilor prezenți la eveniment, calitatea persoanelor, funcțiile lor, intervențiile lor etc. Temele abordate în relatare ca gen jurnalistic informativ sunt cu tematică socială, politică, economică, culturală. Despre evenimentele de la care jurnalistul face o relatare se știe din timp; astfel, documentarea pentru relatare este temeinică, jurnalistul cunoaște locul, timpul, numele invitaților, ale organizatorilor, programul desfășurării evenimentului ș.a.. Noutatea evenimentului apare, de cele mai multe ori, în momentul desfășurării acțiunilor celor prezenți, importante fiind: numărul participanților, calitatea lor, luările de cuvânt, esența cuvântărilor, tonalitatea celor expuse, acțiunile neprevăzute, durata șederii participanților etc.

Etape ale documentării în realizarea unei relatări. Odată ce relatarea este situată între două genuri jurnalistice, știrea și reportajul, ea are în comun cu aceste genuri și etapele de documentare. Este nelipsită documentarea generală la care jurnalistul apelează în momentul identificării evenimentului. La această etapă are loc familiarizarea cu informațiile despre temă, actori, circumstanțe. Documentarea specială vine cu amănunte, detalii despre ce urmează. Documentarea pe teren are loc odată cu participarea la eveniment, urmărirea faptelor care se produc. Postdocumentarea include momentul de după eveniment, atunci când sunt integrate informațiile în relatarea propriu-zisă.

Strategii de abordare a câmpului evenimential. Câmpurile evenimentiale, după J.-D. Boucher (1995, p.157) și M.Mencher (1991, p.375-545), ajută jurnaliștii să-și focuseze atenția asupra esențialului din eveniment. Câteva dintre evenimentele de la care reporterul poate realiza relatări sunt: manifestații stradale; ceremonii (de inaugurare, de remitere de decorații, de celebrări ale personalităților ș.a.); congrese; reuniuni deliberative (din cadrul adunărilor parlamentare, al reuniunilor de partid, al consiliilor

municipale sau raionale, al adunărilor asociațiilor ș.a.); conferințe de presă; spectacole (de teatru, film, concerte, varietăți ș.a.); întâlniri sportive; audiențe, procese judiciare, dar și de la evenimente neașteptate (accidente, calamități naturale, fapt divers).

Fiecare detaliu este important pentru a stabili, într-un final, unghiul de abordare. De cele mai multe ori în cadrul ceremoniilor jurnalistul trebuie să consemneze personalitățile prezente, persoanele semnificative care nu sunt prezente, luările de cuvânt, micile incidente și desfășurarea propriu-zisă a ceremoniei. Din cadrul manifestațiilor stradale jurnalistul identifică motivul acestor manifestații, durata manifestației, ora și locul, calitatea și cantitatea participanților, sloganurile, scandările, discursurile, incidentele, urmările anunțate, consecințele ș.a.. *Conferințele de presă* sunt evenimente „reci”, despre care jurnalistul este informat din timp, noutatea apare în momentul luărilor de cuvânt, atunci când inițiatorii conferinței răspund la întrebări sau evită să răspundă, dar și din discuții din afara conferinței. *Reuniunile deliberative* conțin, de regulă, dezbateri și înfruntări ale adversarilor, decizii luate, voturi exprimate, reacțiile celor prezenți. Aceste informații sunt înregistrate de către jurnalist pentru a realiza o eventuală relatare. *Congresele* sunt o altă categorie de evenimente de la care jurnalistul adună aceleași informații ca la reuniunile deliberative. În cazul evenimentelor neașteptate sau al evenimentelor „fierbinți” de genul accidentelor, calamităților/ fenomenelor naturale, faptului divers, jurnalistul înregistrează circumstanțele exacte, timpul, locul, victimele, autorul evenimentului, martorii surprinși, urmările posibile. Relatările de la spectacole cuprind neapărat data, locul, titlul, autorul, actorii, genul, durata evenimentului. În această ordine de idei, potrivit autorilor J.-D. Boucher (1995, p.157) și M.Mencher (1991, p.375-545), sunt realizate relatări și de la *audiențe, procese judiciare* care aduc în prim-plan părțile în cauză, vătămatul, acuzarea, judecătorii, avocații, argumentele, incidente, concluzii, verdictul. Darea de seamă de la întâlnirile sportive relatează despre rezultate, principalele momente ale jocului, jucătorii care s-au manifestat etc.

Structura relatării. Studiile de specialitate identifică două tipuri de structurare a materialelor în elaborarea relatării. Peter Gross (1993, p.65) definește relatarea simplă și relatarea complexă. De la un eveniment care conține o temă anume și sunt dezvoltate o serie de informații la tema dată realizăm o relatare simplă. Relatarea simplă întrunește următorul model: Paragraful inițial sau lead-ul în care jurnalistul răspunde la una din următoarele întrebări: Cine? Ce? Unde? De ce? Cum?; în următorul paragraf jurnalistul dezvoltă subiectul care este de bază în lead; urmează paragraful de legătură, de trecere de la lead la corpul relatării, în care jurnalistul vine cu detalii, explicații dar și cu informații secundare asupra evenimentului; ultimul este paragraful de încheiere.

Spre deosebire de arhitectonica relatării simple, darea de seamă complexă conține mai multe teme dezbătute în cadrul evenimentului. Temele multiple dau o complexitate structurii relatării, conform problematicii abordate: Paragraful inițial indică temele abordate în cadrul evenimentului (tema 1 + tema 2 + tema 3); răspunsul la întrebările cele mai importante ale evenimentului în cauză; paragraful de legătură; dezvoltarea primei teme; paragraful de legătură; dezvoltarea temei a doua; paragraful de legătură; dezvoltarea temei a treia; paragraful de legătură ce conectează cititorul cu paragraful final.

Sarcini pentru autoevaluare:

1. Determinați particularitățile relatării ca gen jurnalistic informativ.
2. Numiți, descriindu-le, câmpurile evenimentțiale ale relatării.
3. Comparați structura relatării după modelul simplu cu structura relatării după modelul complex.
4. Analizați etapele de documentare a dării de seamă.
5. Identificați din presă tipuri de relatări cu o arhitectonică complexă.
6. Explicați conținutul unei relatări din presă realizate după modelul simplu de structurare.

Bibliografie:

1. BÂLBÂIE, R., POPESCU, C-F. *Mic dicționar de jurnalism*. București: Rompres, 1998.
2. BOUCHET, J-D. *Le reportage écrit*. Paris: CFPJ, 1995.
3. COMAN, M. *Manual de jurnalism*. Vol.II. Iași: Polirom, 2000. 254 p.
4. GROSS, P. *Culegerea și redactarea știrilor*. Timișoara: De Vest, 1993.
5. MENCHER, M. *New Reporting and Writing*. WCB, 1991.
6. PREDA, S. *Tehnici de redactare în presa scrisă*. Iași: Polirom, 2006. 223 p.
7. ROȘCA, L. *Producția textului jurnalistic*. Iași: Polirom, 2004.

3.2. Conținutul orelor de seminar

Orele de seminar sunt concepute în așa fel încât să ajute studenții la însușirea materialului de la orele de prelegeri, ca eventual să obțină acele competențe care au fost stabilite inițial. Este foarte important ca studenții să aplice cunoștințele dobândite în cadrul orelor de curs la lecțiile de seminar, ca ulterior, în cadrul laboratoarelor, să fie pregătiți temeinic să realizeze genuri jurnalistice informative. Expunerea materialului studiat stă la baza strategiei de însușire a materialului didactic. Argumentarea adusă în sprijinul unei afirmații sau al unei definiții face ca studentul să treacă informația dată prin judecata proprie, să o perceapă și astfel prin modelul asociativ să o înțeleagă mai bine. Dialogul argumentativ, discuțiile în grup fac ca să aibă loc schimb de informații de la exponent la exponent cu același nivel de pregătire, de gândire, de percepție a lucrurilor. Activitatea didactică în cadrul seminarelor la disciplina „Jurnalism de informare” se axează pe următoarele forme de organizare: în baza discuțiilor, a dezbaterilor, a lucrului în echipă etc.

Tema 1. NOȚIUNEA DE GEN ÎN CREAȚIA JURNALISTICĂ

Subiecte:

1. Determinați elementele distinctive ale genului jurnalistic informativ.
2. Descrieți principalele caracteristici ale genului informativ.
3. Comparați genurile gazetărești după școala americană de jurnalism și școala rusă de jurnalism.
4. Explicați prin ce se deosebesc genurile de opinie și comentative de genurile informative.
5. Clasificați genurile informative după școala autohtonă de jurnalism.

Sarcini practice/ activități interactive:

1. Recomandați un material jurnalistic informativ și unul de opinie/ comentativ din presa tipărită din Republica Moldova, descriind caracteristicile fiecăruia.

Bibliografie:

1. COMAN, M. *Introducere în sistemul mass-media*. Iași: Polirom, 1999.
2. GUZUN, M., GORINCIOI, Gh. *Jurnalismul de informare*. Chișinău: CEP USM, 2017.
3. PREDA, S. *Tehnici de redactare în presa scrisă*. Iași: Polirom, 2006.
4. ROȘCA, L. *Producția textului jurnalistic*. Iași: Polirom, 2004.

Tema 2. ELEMENTELE INTRINSECE ÎN TEXTUL JURNALISTIC

Subiecte:

1. Enumerați elementele intrinsece în textul jurnalistic.
2. Descrieți fiecare element intrinsec în parte.

3. Argumentați necesitatea elementelor intrinsece în textul jurnalistic informativ.
4. Determinați rolul legendei ca element intrinsec în textele informative tipărite.
5. Analizați comparativ supratitrul cu subtitlul și cu intertitlul.

Sarcini practice/ activități interactive:

1. Identificați din presă un material jurnalistic care conține numărul maxim de elemente intrinsece; numiți-le, analizați-le; argumentați necesitatea fiecărui element intrinsec în parte.

Bibliografie:

1. BERCEA, L.P. Titlurile în presă. În: *Realitatea bănățeană*, 1995, nr.2, p.7.
2. COMAN, M. *Manual de jurnalism*. Vol.II. Iași: Polirom, 2000, p.44.
3. HEFFERMAN, L. *Composing a Title*. London, 1990, p.59.
4. MALLETT, M.F. *Manual pentru ziariștii din Europa Centrală și de Est*. World Press Freedom Committee, 1992, p.106.
5. PEDA, S. *Tehnici de redactare în presa scrisă*. Iași: Polirom, 2006.
6. ROȘCA, L. *Producția textului jurnalistic*. Iași: Polirom, 2004.

Tema 3. TITLUL, SUPRATITLUL, SUBTITLUL. VALOAREA TITULATURII ÎN OPERA JURNALISTICĂ. TIPOLOGIA TITULATURII ÎN TEXTUL PUBLICISTIC

Subiecte:

1. Determinați valoarea titlului în text.
2. Identificați funcțiile titlaturii.
3. Descrieți părțile componente ale titlaturii.
4. Clasificați tipurile de titluri după Michel Voirol.
5. Estimați regulile de realizare a titlaturii.

Sarcini practice/ activități interactive:

1. Propuneți spre analiză câte un exemplu de titlu după Ilie Rad.
2. Analizați un titlu incitativ și unul informativ din presa scrisă.

Bibliografie:

1. COMAN, M. *Manual de jurnalism*. Iași: Polirom, 2000.
2. GRIGORYAN, M. *Manual de jurnalism*. Chișinău: CIJ, 2008.
3. PREDA, S. *Tehnici de redactare în presa scrisă*. Iași: Polirom, 2006, p.115-126.
4. ROȘCA, L. *Producția textului jurnalistic*. Iași: Polirom, 2004.

Tema 4. LEAD-UL/ CHAPEAU-UL – PRIMUL CAPITOL AL TEXTULUI INFORMATIV

Subiecte:

1. Relatați despre rolul primului paragraf al textului informativ.
2. Definiți termenii „lead” și „chapeau”.
3. Utilizați corect în textele jurnalistice informative termenii *lead* și *chapeau*.
4. Enumerați întrebările la care răspunde primul capitol al textului jurnalistic informativ.
5. Determinați tipuri de lead după Sorin Preda.

Sarcini practice/ activități interactive:

1. Identificați din presa tipărită/digitală două materiale jurnalistice informative în care recunoașteți ca prim capitol lead-ul/ chapeau-ul.
2. Analizați trei știri actuale din presa națională, identificând întrebările la care răspund acestea.

Bibliografie:

1. AGNES, Y. *Introducere în jurnalism*. Iași: Polirom, 2011, p.127-143; 151-157.
2. GUZUN, M., GORINCIOI, Gh. *Jurnalismul de informare*. Chișinău: CEP USM, 2017.
3. GRIGORYAN, M. *Manual de jurnalism*. Chișinău: Centrul Independent de Jurnalism, 2008.
4. KEEBLE, R. *Presa scrisă. O introducere critică*. București: Polirom, 2009.
5. Larousse, *Dicționar de media*. București: Univers Enciclopedic, 2005. 367 p.
6. MALLETT, M.F. *Manual pentru ziarisții din Europa Centrală și de Est*. World Press Freedom Committee, 1992, p.133-139.
7. POPESCU, C.F. *Manual de jurnalism*. București: Tritonic, 2005, p.167-181.
8. PREDA, S. *Tehnici de redactare în presa scrisă*. Iași: Polirom, 2006, p.115-126; <https://ru.scribd.com/document/209332839/Tehnici-de-redactare-in-presa-scrisa-Preda-Sorin1>.

Tema 5. SURSELE ȘI IMPORTANȚA LOR ÎN TEXTELE JURNALIȘTICE

Subiecte:

1. Explicați importanța citării surselor în textele jurnalistice.
2. Definiți sursele ca element constitutiv, indispensabil al genului jurnalistice informativ.
3. Descrieți tipurile de surse.
4. Argumentați cum se folosesc citatele directe, indirecte; complete, trunchiat în textele jurnalistice.

Sarcini practice/ activități interactive:

1. Exemplificați redarea surselor prin diferite tipuri de citate folosind materiale din presă.

Bibliografie:

1. BERTRAND, C.-J. *O introducere în presa scrisă și vorbită*. Iași: Polirom, 2001.

2. CIOBOTEA, R. *Reportajul. Tehnici de redactare*. Chișinău: Cartier, 2012.
3. GRIGORYAN, M. *Manual de jurnalism*. Chișinău: CJI, 2008.
4. GUZUN, M., GORINCIOI, Gh. *Jurnalismul de informare*. Chișinău: CEP USM, 2017.
5. MATHIEN, M. *Le Système médiatique*. Paris: Hachette, 1989, p.174-189.
6. ROȘCA, L. *Producția textului jurnalistic*. Iași: Polirom, 2004.

Tema 6. ETAPELE DE REALIZARE A GENURILOR INFORMATIVE

Subiecte:

1. Descrieți traseul parcurs de către jurnalist în realizarea genurilor informative.
2. Analizați tipurile de interviu ca modalitate de obținere a informației (după Pierre Ganz).
3. Estimați valoarea martorilor și a persoanelor implicate în eveniment.

Sarcini practice/ activități interactive:

1. Dezvoltați un subiect pentru un eventual reportaj trecându-l prin toate etapele de realizare a genului informativ.
2. Descrieți etapele de documentare pentru un eventual material jurnalistic.

Bibliografie:

1. BRIGGS, A., BURKKE, P. *Mass-media. O istorie socială. De la Gutenberg la Internet*. Iași: Polirom, 2005.
2. COMAN, M. *Introducere în sistemul mass-media*. Iași: Polirom, 2004.
3. COMAN, M. *Manual de jurnalism*. Vol.I. Iași: Polirom, 1997.
4. COMAN, M. *Manual de jurnalism*. Vol.II. Iași: Polirom, 2000.
5. *Dicționarul Explicativ al Limbii Române*. București: Univers Enciclopedic, 1998.
6. GRIGORYAN, M. *Manual de jurnalism*. Chișinău: CJI, 2008.
7. GUZUN, M., GORINCIOI, Gh. *Jurnalismul de informare*. Chișinău: CEP USM, 2017.
8. PREDA, S. *Tehnici de redactare în presa scrisă*. Iași: Polirom, 2006.

Tema 7. ȘTIREA. DEFINIȚIA ȘI TIPOLOGIA ȘTIRII

Subiecte:

1. Definiți știrea ca gen jurnalistic informativ.
2. Comparați știrea cu informația, noutatea, vestea.
3. Determinați factorii care asigură reușita știrii.
4. Clasificați tipurile de știre.
5. Relatați despre tehnicile principale de redactare a știrilor.
6. Enumerați sursele de documentare în realizarea știrilor.

Sarcini practice/ activități interactive:

1. Analizați o știre din presă utilizând tehnica piramidei inversate.
2. Propuneți un subiect pentru o știre hard news.
3. Argumentați necesitatea știrilor soft news în informarea publicului.
4. Selectați din presă o știre în care prioritar domină proximitatea psiho-afectivă și o știre în care prioritar domină proximitatea spațială.

Bibliografie:

1. AGNES, Y. *Introducere în jurnalism*. Iași: Polirom, 2011, p.203-222.
2. GRIGORYAN, M. *Manual de jurnalism*. Chișinău: CJI, 2008.
3. GUZUN, M., GORENCIOI, Gh. *Jurnalismul de informare*. Chișinău: CEP USM, 2017.
4. KEEBLE, R. (coord.). *Presa scrisă. O introducere critică*. Iași: Polirom, 2009, p.99-142.
5. LAZĂR, M. Evenimentul și mass-media. În: *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare.*/ Coord. M.Coman. Vol.II. Iași: Polirom, 1999, p.107-118.
6. LAZĂR, M. Metode și tehnici de colectare a informațiilor. În: *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare.*/ Coord. M.Coman. Vol.I, ediția a II-a. Iași: Polirom, 2001, p.13-30.

7. POPESCU, C.F. *Manual de jurnalism. Redactarea textului jurnalistic. Genurile redacționale*. București: Tritonic, 2005, p.186-205.
8. PREDA, S. *Tehnici de redactare în presa scrisă*. Iași: Polirom, 2006.
9. RANDALL, D. *Jurnalul universal. Ghid practic pentru presa scrisă*. Iași: Polirom, 1998, p.37-47.
10. ROȘCA, L. Textul jurnalistic. În: *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare.* / Coord. M.Coman. Vol.I, 1997, p.46-53; Vol.I, ediția a II-a, 2001, p.99-107.

Tema 8. TEHNICI DE REDACTARE A GENURILOR JURNALISTICE INFORMATIVE

Subiecte:

1. Enumerați tehnicile de redactare a știrii.
2. Specificați tehnicile de redactare a interviului.
3. Descrieți factorii care asigură reușita fiecărui gen jurnalistic în parte.
4. Determinați structura știrii, a interviului, a reportajului.

Sarcini practice/activități interactive:

1. Selectați din presă o știre analizând structura ei.

Bibliografie:

1. GUZUN, M., GORINCIOI, Gh. *Jurnalismul de informare*. Chișinău: CEP USM, 2017.
2. LAZĂR, M. Metode și tehnici de colectare a informațiilor. În: *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare.* / Coord. M.Coman. Vol.I, ediția a II-a. Iași: Polirom, 2001, p.13-30.
3. POPESCU, C.F. *Manual de jurnalism. Redactarea textului jurnalistic. Genurile redacționale*. București: Tritonic, 2005, p.186-205.
4. PREDA, S. *Tehnici de redactare în presa scrisă*. Iași: Polirom, 2006.
5. RANDALL, D. *Jurnalul universal. Ghid practic pentru presa scrisă*. Iași: Polirom, 1998, p.37-47.

6. ROȘCA, L. Textul jurnalistic. În: *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare.*/ Coord. M.Coman. Vol.I, 1997, p.46-53; Vol.I, ediția a II-a, 2001, p.99-107.
7. ROȘCA, L. *Producția textului jurnalistic.* Iași: Polirom, 2004.

Tema 9. VALOAREA INTERVIULUI JURNALISTIC INFORMATIV. TIPOLOGIA INTERVIULUI

Subiecte:

1. Descrieți interviul jurnalistic.
2. Comparați tipurile de interviu.
3. Relatați despre tipurile de întrebări folosite cel mai frecvent în timpul interviului.
4. Argumentați necesitatea interviului în jurnalism.

Sarcini practice/ activități interactive:

1. Analizați un interviu portret.
2. Selectați din presă un interviu problemă.

Bibliografie:

1. AGNES, Y. *Introducere în jurnalism.* Iași: Polirom, 2011, p.255-270.
2. CARMEN, C.I. Aspecte psihologice în tehnica interviului. În: *Mesajul și impactul informației.*/ Coord. V.Moraru. Chișinău: CCRE „Presa”, 1998, p.32-42.
3. COSMA, D. *Tendențe ale evoluției interviului în presa contemporană.* Bistrița: Caruna, 2008.
4. EICHSTAEDT, P. Măiestria interviului. În: *Jurnalismul pentru omul de rând.* Chișinău: CIJ, 2000, p.61-72.
5. GRIGORYAN, M. *Manual de jurnalism.* Chișinău: CJI, 2008. 192 p.
6. KEEBLE, R. (coord.). *Presa scrisă. O introducere critică.* Iași: Polirom, 2009, p.89-97.
7. RANDALL, D. *Jurnalismul universal. Ghid practic pentru presa scrisă.* Iași: Polirom, 1998, p.64-83.
8. POPESCU, C.F. *Manual de jurnalism.* București: Tritonic, 2005, p.205-223.
9. VLAD, T. *Interviul. De la Platon la Playboy.* Cluj-Napoca: Dacia, 1997.

Tema 10. REPORTAJUL. TIPOLOGIA REPORTAJULUI

Subiecte:

1. Enumerați caracteristicile distincte ale reportajului jurnalistic.
2. Descrieți diferite tipuri de reportaje.
3. Proiectați traseul parcurs de jurnalist în realizarea unui reportaj.
4. Comparați reportajul ca gen jurnalistic informativ cu reportajul literar.

Sarcini practice/ activități interactive:

1. Analizați un reportaj magazin din presă.
2. Identificați un subiect pentru un reportaj atemporal.

Bibliografie:

1. AGNES, Y. *Introducere în jurnalism*. Iași: Polirom, 2011, p.255-270.
2. CIOBOTEA, R. *Reportajul: Tehnici de redactare*. Chișinău: Cartier, 2012.
3. GRIGORYAN, M. *Manual de jurnalism*. Chișinău: CJI, 2008. 192 p.
4. HEMP, P. *Zece sfaturi practice pentru scrierea reportajelor despre business și economie în țările în curs de dezvoltare*. Centrul pentru ziarisții străini, 1991.
5. KEEBLE, R. (coord.). *Presa scrisă. O introducere critică*. Iași: Polirom, 2009, p.89-97.
6. MALLETT, M.F. *Manual pentru ziarisții din Europa Centrală și de Est*. World Press Freedom Committee, 1992, p.1-7.
7. POPESCU, C.F. *Manual de jurnalism*. București: Tritonic, 2005, p.205-223.
8. RANDALL, D. *Jurnalistul universal. Ghid practic pentru presa scrisă*. Iași: Polirom, 1998, p.64-83.
9. ROȘCA L. Reportajul. În: *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare*. Iași: Polirom, 1997 (Vol.I, p.54-68; Vol.I, ediția a II-a, 2001, p.9-52).

Tema 11. STRUCTURA REPORTAJULUI DE PRESĂ TIPĂRITĂ

Subiecte:

1. Analizați caracteristicile distinctive ale reportajului.
2. Identificați pașii întreprinși în vederea realizării arhitectonicii reportajului.
3. Proiectați structura reportajului.
4. Redați elementele specifice ale reportajului.

Sarcini practice/ activități interactive:

1. Recomandați tipuri de reportaje din presă analizând structura lor.
2. Exemplificați cu fraze concrete din reportaje tipărite în care este redată atmosfera și elementele de decor.

Bibliografie:

1. CIOBOTEA, R. *Reportajul: Tehnici de redactare*. Chișinău: Cartier, 2012.
2. GRIGORYAN, M. *Manual de jurnalism*. Chișinău: CJI, 2008. 192 p.
3. HEMP, P. *Zece sfaturi practice pentru scrierea reportajelor despre business și economie în țările în curs de dezvoltare*. Centrul pentru ziaristii străini, 1991.
4. RANDALL, D. *Jurnalismul universal. Ghid practic pentru presa scrisă*. Iași: Polirom, 1998, p.64-83.
5. ROȘCA L. Reportajul. În: *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare*. Iași: Polirom, 1997 (Vol.I, p.54-68; Vol.I, ediția a II-a 2001, p. 9-52).

Tema 12. RELATAREA/ DAREA DE SEAMĂ

Subiecte:

1. Relatați despre particularitățile relatării ca gen jurnalistic informativ.

2. Descrieți câmpurile evenimentțiale ale relatării.
3. Comparați structura relatării după modelul simplu cu structura relatării după modelul complex.

Sarcini practice/ activități interactive:

1. Identificați din presă tipuri de relatări cu o arhitectonică complexă.
2. Analizați conținutul unei relatări din presă realizate după modelul simplu de structurare.

Bibliografie:

1. BÂLBÂIE, R., POPESCU, C-F. *Mic dicționar de jurnalism*. București: Rompres, 1998.
2. BOUCHET, J-D. *Le reportage écrit*. Paris: CFPJ, 1995.
3. COMAN, M. *Manual de jurnalism*. Vol.II. Iași: Polirom, 2000. 254 p.
4. GROSS, P. *Culegerea și redactarea știrilor*. Timișoara: De Vest, 1993.
5. MENCHER, M. *New Reporting and Writing*. WCB, 1991.
6. PREDA, S. *Tehnici de redactare în presa scrisă*. Iași: Polirom, 2006. 223 p.
7. ROȘCA, L. *Producția textului jurnalistic*. Iași: Polirom, 2004.

4. LUCRUL INDIVIDUAL AL STUDENTULUI

4.1. Condiții de realizare a lucrului individual

Lucrul individual (LI) este un ansamblu de activități realizate de către student, care se finalizează cu o lucrare scrisă la o disciplină de studiu, pentru a-și forma competențele și abilitățile necesare lucrând de sine stătător, fiind ghidat de către profesor în cadrul procesului de ajustare a traseului de instruire. LI este sarcina dată studentului pentru ca acesta să-și verifice cunoștințele acumulate în cadrul prelegerilor, seminarelor, lucrărilor de laborator, este forma de învățare independentă a studentului. Sarcina prevăzută în cadrul studiului individual reprezintă activitatea pe care o realizează studentul la o disciplină de studiu anumită pentru a-și testa cunoștințele dobândite în procesul studierii disciplinei respective. Volumul sarcinii este raportat la numărul de ore rezervat lucrului individual, precum și la gradul de complexitate al acesteia.

Lucrul individual al studentului face parte din activitatea academică independentă a studentului, dar, totodată, coordonată/ghidată de către profesor.

La prima lecție de inițiere în specificul disciplinei de studiu „Jurnalism de informare”, titularul de curs familiarizează studenții cu obiectivele cursului, prezentându-le curriculumul. Pe parcursul primei săptămâni a semestrului studenților le sunt prezentate sarcinile pentru LI, le este făcut instructajul cu privire la metodologia realizării acestuia. Atât sarcinile pentru LI, cât și strategiile de realizare a LI, criteriile de evaluare, termenul de prezentare/realizare sunt elaborate și prezentate de către titularul de curs și se regăsesc în tabelul din curriculumul disciplinei.

La disciplina de studiu „Jurnalism de informare” studenții au de realizat ca activitate individuală un dosar care conține trei știri, un interviu și un reportaj din presă în varianta tipărită sau online. Dosarul la cursul dat cuprinde genuri jurnalistice selectate din presa în varianta tipărită sau în varianta online, pentru a fi ulterior analizate.

Nr. d/r	Produsul preconizat	Strategii de realizare (volumul/parametrii tehnici/ modalități de prezentare)	Criterii de evaluare	Termen de realizare
1	2	3	4	5
1.	Dosar	1. Analiza a trei știri (2 știri – hard news, 1 știre – soft news). 2. Analiza unui interviu problemă. 3. Analiza unui reportaj magazin.	Respectarea numărului de genuri analizate – 1 știre – 1 pct. 2 știri – 1 pct. 3 știri – 1 pct.	Analiza știrilor – octombrie
		Criterii de analiză a știrii: – tipul știrii; – primul capitol al textului/lead; – sursele (tipuri de surse); – finalul știrii.	Interviul – 1 pct. Reportaj – 1 pct.	
		Criterii de analiză a interviului: – tipul interviului; – titlu/supratitlu/subtitlu; – tipul de titlu (după Ilie Rad); – primul capitol al textului/șapou; – tipuri de întrebări; – calitatea informației obținute; – finalul interviului.	Respectarea criteriilor de analiză: 1 știre – 2 pct. 2 știri – 2 pct. 3 știri – 2 pct. Interviul – 2 pct. Reportaj – 2 pct.	Analiza interviului – octombrie
		Criterii de analiză a reportajului: – tipul reportajului (după Jean-Dominique Boucher); – elementele intrinsece identificate: a) titlu/supratitlu/subtitlu; b) tipul de titlu (după Ilie Rad); c) primul capitol al textului/șapoul; d) intertitlu; e) legenda (tipul de legendă). – sursele (tipuri de surse)	Corectitudinea identificării tipologiilor genurilor/titlurilor/surselor/întrebărilor/legendelor etc. 1 știre – 3 pct. 2 știri – 3 pct. 3 știri – 3 pct. Interviul – 3 pct. Reportaj – 3 pct.	Analiza reportajului – noiembrie

Barem de notare pentru LI:

Nota	„10”	„9”	„8”	„7”	„6”	„5”	„4”	„3”	„2”	„1”
Nr. de puncte	30-29	28-24	23-18	17-12	11-9	8-6	5-4	3	2	1

5. EVALUAREA CUNOȘTIȚELOR

5.1. Strategii de evaluare

În cadrul cursului *Jurnalism de informare*, evaluarea cunoștințelor studenților se realizează prin intermediul evaluărilor curente în timpul orelor de seminar și sunt în formă verbală, a două testări scrise, care sunt stipulate expres în calendarul academic universitar și al evaluării finale, care are ca scop de a determina cunoștințele studenților la disciplina dată. Examenul de evaluare finală la disciplina „Jurnalism de informare” este în scris.

5.2. Evaluarea intermediară

Exemple de teste pentru evaluare

Testarea nr.1

ȘTIREA. DEFINIȚIA ȘI TIPOLOGIA ȘTIRII

- 1.1. Determinați calitățile și particularitățile știrii. **(3 puncte)**
- 1.2. Comparați știrile hard news cu știrile soft news. **(5 puncte)**
- 1.3. Analizați structura și conținutul unei știri hard preluate din presa tipărită. **(7 puncte)**

Barem:

Nota	„10”	„9”	„8”	„7”	„6”	„5”	„4”	„3”	„2”	„1”
Nr. de puncte	15	14-13	12-10	9-8	7-6	5	4-3	2	1	0

Testarea nr.2

RELATAREA/ DAREA DE SEAMĂ

- 2.1. Descrieți particularitățile și caracteristicile relatării. **(3 puncte)**

2.2. Determinați câmpurile evenimentiale pentru tratamentul informației în text de tip relatare. **(5 puncte)**

2.3. Analizați structura unei relatări complexe din presa tipărită. **(7 puncte)**

Barem:

Nota	„10”	„9”	„8”	„7”	„6”	„5”	„4”	„3”	„2”	„1”
Nr. de puncte	15	14-13	12-10	9-8	7-6	5	4-3	2	1	0

5.3. Evaluarea finală

Subiecte pentru evaluarea finală

1. Particularități ale genului în creația jurnalistică
2. Elemente intrinsece în textul jurnalistic
3. Valoarea titlaturii în opera jurnalistică
4. Tipologia titlaturii în textul publicistic
5. Funcții ale primului capitol al textului informativ
6. Strategii de selectare a surselor în textele jurnalistice
7. Etape de realizare a genurilor informative
8. Știrea. Definiția și tipologia știrii
9. Tehnici de redactare a genurilor informative
10. Valoarea interviului jurnalistic
11. Tipologia interviului în jurnalism
12. Modalități de realizare a interviului portret
13. Reportajul – gen jurnalistic telegenic
14. Tipuri de reportaje tipărite
15. Structura reportajului de presă tipărită
16. Etape de realizare a reportajului
17. Obiective în realizarea Relatării/ Dării de seamă
18. Particularitățile proximităților în jurnalismul de informare
19. Tehnica piramidei inversate în construcția știrii
20. Factorii care definesc reportajul magazin

MODEL DE TEST
pentru examenul în formă scrisă la disciplina
Jurnalismul de informare
Anul I, Licență, Specialitatea *Jurnalism și procese mediatice*

**Subiectul I. STRUCTURA REPORTAJULUI
ÎN PRESA TIPĂRITĂ**

- 1.1. Relatați despre tehnicile de realizare/redactare a reportajului. **(3 puncte)**
- 1.2. Determinați elementele constitutive ale unui reportaj de presă tipărită. **(5 puncte)**
- 1.3. Analizați un reportaj atemporal după Jean-Dominique Boucher. **(7 puncte)**

**Subiectul II. NOȚIUNEA DE GEN ÎN CREAȚIA
JURNALISTICĂ**

- 2.1. Definiți noțiunea de gen jurnalistic. **(3 puncte)**
- 2.2. Comparați particularitățile genurilor informative în raport cu cele comentative. **(5 puncte)**
- 2.3. Elaborați un plan de acțiuni în vederea realizării unei știri cu tematică culturală. **(7 puncte)**

Barem:

Nota	„10”	„9”	„8”	„7”	„6”	„5”	„4”	„3”	„2”	„1”
Nr. de puncte	30-29	28-26	25-22	21-17	16-11	10-6	5-3	2	1	0

6. TEMATICA ORIENTATIVĂ A TEZELOR DE AN ȘI DE LICENȚĂ

1. Genurile informative și valoarea lor în jurnalism
2. Interviu în spațiul mediatic: abordări definitorii
3. Reportajul magazin – mod de abordare complexă a subiectului
4. Știrea în presa din Republica Moldova
5. Reportajul în publicațiile periodice locale
6. Relatarea/ Darea de seamă: caracteristici și particularități
7. Exploatarea reportajului de urmărire în jurnalism
8. Reportajul jurnalistic – gen telegenic
9. Interviu portret – gen jurnalistic complex
10. Interviu jurnalistic – instrument de lucru al reporterului
11. Știrea din presa națională la confluența dintre a informa și a comenta
12. Reportajul și valoarea lui în contextul noilor tehnologii informaționale

BIBLIOGRAFIE

a) *obligatorie*:

1. AGNES, Y. *Introducere în jurnalism*. Iași: Polirom, 2011.
2. BERCEA, L.P. Titlurile în presă. În: *Realitatea bănățeană*, 1995, nr.2.
3. BOUCHET, J-D. *Le reportage écrit*. Paris: CFPJ, 1995.
4. COMAN, M. *Introducere în sistemul mass-media*. Iași: Polirom, 1999.
5. COMAN, M. *Manual de jurnalism*. Vol.II. Iași: Polirom, 2000.
6. CIOBOTEA, R. *Reportajul. Tehnici de redactare*. Chișinău: Cartier, 2012.
7. GRIGORYAN, M. *Manual de jurnalism*. Chișinău: CJ, 2008.
8. GUZUN, M., GORINCIOI, Gh. *Jurnalismul de informare*. Chișinău: CEP USM, 2017.

9. HEFFERMAN, L. *Composing a Title*. London: 1990.
10. PREDA, S. *Tehnici de redactare în presa scrisă*. Iași: Polirom, 2006. <https://ru.scribd.com/document/209332839/Tehnici-de-redactare-in-presa-scrisa-Preda-Sorin1>
11. ROȘCA, L. *Producția textului jurnalistic*. Iași: Polirom, 2004.
12. VLAD, T. *Interviul. De la Platon la Playboy*. Cluj-Napoca: Dacia, 1997.

b) recomandată:

1. BERTRAND, C.-J. *O introducere în presa scrisă și vorbită*. Iași: Polirom, 2001.
2. BRIGGS, A., BURKKE, P. *Mass-media. O istorie socială. De la Gutenberg la Internet*. Iași: Polirom, 2005.
3. CARMEN, C.I. Aspecte psihologice în tehnica interviului. În: *Mesajul și impactul informației*./ Coord. V.Moraru. Chișinău: CCRE „Presa”, 1998.
4. COSMA, D. *Tendențe ale evoluției interviului în presa contemporană*. Bistrița: Caruna, 2008.
5. EICHSTAEDT, P. Măiestria interviului. În: *Jurnalismul pentru omul de rând*. Chișinău: CIJ, 2000
6. GROSS, P. *Culegerea și redactarea știrilor*. Timișoara: De Vest, 1993.
7. HEMP, P. *Zece sfaturi practice pentru scrierea reportajelor despre business și economie în țările în curs de dezvoltare*. Centrul pentru ziaristi străini, 1991.
8. KEEBLE, R. *Presa scrisă. O introducere critică*. București: Polirom, 2009.
9. *Larousse, Dicționar de media*. București: Univers Enciclopedic, 2005.
10. MATHIEN, M. *Le Système médiatique*. Paris: Hachette, 1989.
11. MALLETTE, M.F. *Manual pentru ziaristi din Europa Centrală și de Est*. World Press Freedom Committee, 1992.
12. POPESCU, C.F. *Manual de jurnalism*. București: Tritonic, 2005.
13. RANDALL, D. *Jurnalismul universal. Ghid practic pentru presa scrisă*. Iași: Polirom, 1998.
14. STEPANOV, G. *Bazele jurnalismului*. Chișinău: CEP USM, 2018.

Mariana TOACĂ

**Ghid metodic
la disciplina**

JURNALISM DE INFORMARE

Redactare – *Ariadna Strungaru*
Asistență computerizată – *Galina Prodan*

Bun pentru tipar 26.07.2023. Formatul 60×84¹/₆
Coli de tipar 5,0. Coli editoriale 4,0.
Comanda 33. Tirajul 50 ex.
Centrul Editorial-Poligrafic al USM
str. Al. Mateevici, 60, Chișinău, MD 2009
e-mail: cep1usm@mail.ru