

informacyjnych
tekstów dziennikarskich

informacyjnych
tekstów dziennikarskich



Piotr Lewandowski

Piotr Lewandowski

Creative writing

informacyjnych tekstów
dziennikarskich

Recenzenci:

prof. dr hab. Piotr Grochmalski

dr hab. Wiesław Waławczyk

© Copyright by
Piotr Lewandowski & e-bookowo
Zdjęcie na okładce: www.polskieradio.pl
Projekt okładki:
Piotr Lewandowski

ISBN 978-83-7859-393-5

Wydawca: Wydawnictwo internetowe e-bookowo
www.e-bookowo.pl
Kontakt: wydawnictwo@e-bookowo.pl

Wszelkie prawa zastrzeżone.
Kopiowanie, rozpowszechnianie części lub całości
bez zgody wydawcy zabronione
Wydanie I 2014

[Kup książkę](#)

SŁOWEM WSTĘPU

Pytanie, jak pisać w sposób kreatywny, czyli oryginalny i ciekawy, zadają sobie nie tylko adepci studiów dziennikarskich, ale każdy dziennikarz, nawet z kilkuletnią praktyką. Pojawia się ono głównie wówczas, gdy zaistnieje problem z tym jak ułożyć kilka zdań na oklepany już temat, by był on chętnie czytany. Poszukiwanie newsa nie zawsze prowadzi do historii istotnych, niektóre z nich są wręcz błahe, mizerne i niewielu czytelników tak naprawdę interesuje się wydarzeniami, które są powszechne w życiu codziennym, a nawet tymi sensacyjnymi, do których przyzwyczaili nas już media. Dlatego temat, by był zniosły dla czytelnika, musi być zaprezentowany w sposób wzniosły.

Praca ta jest wynikiem kilku przemyśleń i analiz związanych ze sztuką pisania. Ponieważ nie ma złotego środka, typu idealnego, czy innej formy złotego cielca, której moglibyśmy hołdować, po to, by stać się idealnymi pisarzami, czy publicystami, dlatego publikację tę należy potraktować jako wykaz kilku, może kilkunastu istotnych wskazówek, które pomogą w tworzeniu oryginalnie brzmiących tekstów, a co za tym idzie wpłyną na kształtowanie tak oczekiwanej na współczesnym rynku kreatywności.

Zapewne nigdy nie zastanawialiśmy się nad tym, że tworząc, pisząc kolejne zdania, słowo za słowem, kreujemy przekaz, który będzie rozkodowywany w umyśle danego czytelnika. I to stanowi istotny błąd. Jest to, można przewrotnie

stwierdzić, grzech pierworodny wszystkich osób, które zadają sobie pytanie jak pisać w ciekawy sposób. Najprostszą odpowiedzią jest to, by pisać tak, jak samemu chciałoby się czytać. Nie istnieje żadne uniwersum, które przemówi do wszystkich czytelników i wszystkich w jednakowy sposób chwyci za serce. Sukces w ciekawym pisaniu odniesie się wówczas, gdy choć jeden czytelnik stwierdzi, że dany tekst był godny uwagi. Miara sukcesu w profesji dziennikarskiej nie zawsze jest wymierna. Jednak wracając do pierwotnego założenia, trzeba mieć na uwadze do kogo tekst, który tworzymy, jest kierowany. Autorowi, przynajmniej w dniu dzisiejszym, przyświeca myśl o Tobie, czyli adepcie dziennikarstwa, który szukasz sposobu na to by odnaleźć swój styl, bądź w jakiś sposób go udoskonalić skoro już wiesz, jakim jesteś „pisarzem”. Dlatego też postaram się przedstawić Ci podstawowe informacyjne gatunki dziennikarskie w swych ramach teoretycznych, jak również wymienić kilka sposobów na to, by stały się one w przyszłości dla Ciebie wyjątkowo przystępne, a dla czytelnika ciekawe.

W związku z powyższym celem niniejszej pracy jest kompleksowa prezentacja i analiza zarówno elementów tekstu dziennikarskiego, takich jak tytuł, lid, korpus jak również metod i środków, które kształtują odbiór tych elementów w sposób absorbujący czytelnika, a także prezentacja rodzaju informacyjnego gatunków dziennikarskich. Na potrzeby tychże rozważań autor podaje założenia w celu weryfikacji, o następującym brzmieniu:

- Budowa tekstów dziennikarskich jest podyktowana realizowaną przez nie funkcją pragmatyczną.
- Funkcję pragmatyczną w praktyce dziennikarskiej uzyskuje się poprzez środki stylistyczne zarówno językowe jak i pozajęzykowe.

- Środki stosowane w praktyce dziennikarskiej służą do utrzymania absorpcji czytelnika.
- Rodzaj informacyjny gatunków dziennikarskich zależy od poziomu dominanty informacyjnej w danym tekście.

Powyższe założenia zostaną zweryfikowane na przestrzeni niniejszej pracy. Jednocześnie czytelnik, który będzie sięgał po tę publikację otrzyma określony i subiektywnie wybrany zakres wiedzy z dziedziny *creative writing*. Monografia będzie utrzymana w duchu podręcznika do nauki sztuki dziennikarskiej, co w zamyśle autora ma nadać jej oryginalny charakter i formę praktyczną.

Monografia prezentuje podejście interdyscyplinarne, dzięki czemu możliwe jest zrozumienie procesów, które rządzą obecną prasą i treścią tekstów dziennikarskich. Ujmuje problem kreatywnego prezentowania wypowiedzi słownych, a także dokonuje analizy gatunków informacyjnych. Dzięki tak ograniczonemu polu możliwe jest ujęcie postawionych zagadnień, co umożliwia pełne wykorzystanie metod badawczych.

Środkami stosowanymi do weryfikacji założeń metodycznych będzie przede wszystkim analiza przekazów prasowych połączona z analizą treści poradników kreatywnego pisanie tekstów dziennikarskich i literackich, a także artykułów naukowych. Pozwoli to uchwycić pewne zależności między typem tekstu, jego jakością a sposobem tworzenia i uzupełniania treści. Dla dalszych rozważań potrzebne będzie wyjaśnienie i omówienie dwóch pojęć: kreatywności i ciekawości jako jakości, którymi powinien umiejętnie posługiwać się dziennikarz w swej praktyce. Istotne jest także zrozumienie istoty czytelnika i jego roli dla współczesnego dziennikarstwa, a także pola problematycznego, w którym się porusza.

SPIS TREŚCI

SŁOWEM WSTĘPU	4
KREATYWNOŚĆ	7
CIEKAWOŚĆ	11
CZYTELNIK – KLIENT NASZ PAN	13
ROZDZIAŁ	I
GEOGRAFIA TEKSTU DZIENNIKARSKIEGO	19
WSTĘP	21
OTWARCIE	22
ROZWINIĘCIE	25
ZAKOŃCZENIE	26
STORY LIST	30
ĆWICZENIE	31
HIPOTEZA	33
TEZA	37
OTWARCIE I JEGO RODZAJE	40
OD ANEGDOTY	41
OD CYTATU	42
OD NEWSA	43
ĆWICZENIE	46
OD LICZBY	46
OD UOGÓLNIENIA	47
OD BOHATERA	48
OD METAFORY	49
OD SMACZKU	50
OD SARKAZMU, IRONII, ZŁOŚLIWOŚCI	50
OD OSOBY	51
OD PYTANIA	51
JAK PISAĆ W CIEKAWY SPOSÓB	
– KILKA PRAKTYCZNYCH PORAD, BY TEKST, KTÓRY	
TWORZYSZ LEKKO SIĘ CZYTAŁO	54
GŁÓWNE ZASADY W DZIENNIKARSTWIE:	55
PIRAMIDA INFORMACYJNA	55
ZASADA 5W+H	56
TYTUŁ	57
ĆWICZENIE	62
JAK SPRAWIĆ BY TYTUŁ STAŁ SIĘ ATRAKCYJNY?	62

CECHY DOBREGO TYTUŁU DLA TEKSTÓW DZIENNIKARSKICH	66
TRÓJKĄT OPTYCZNY	75
ĆWICZENIE	75
LID	76
ROZDZIAŁ II	
JAK UDOSKONAŁIĆ POPRAWNOŚĆ I POCZYTNOŚĆ TEKSTU.	
PRAKTYCZNE PORADY	82
RODZAJE PLANÓW WYPOWIEDZI	85
ĆWICZENIE	111
ĆWICZENIE	128
ROZDZIAŁ III	
TEKSTY DZIENNIKARSKIE	
- ANALIZA GATUNKÓW INFORMACYJNYCH	131
RODZAJ INFORMACYJNY	133
GATUNKI INFORMACYJNE	136
WZMIANKA	136
NOTATKA	138
INFOGRAFIA	140
INFOGRAFIKA	141
WIADOMOŚĆ	142
ZAPOWIEDŹ	145
SPIS TREŚCI	146
FAIT DIVERS	149
SPRAWOZDANIE	150
RELACJA	151
RAPORT	152
KORESPONDENCJA	153
DEPESZA	154
ŻYCIORYS	155
SYLWETKA	156
PORTRET	157
POSTAĆ	158
GŁÓWKA	158
PRZEGLĄD PRASY	159
REPORTAŻ	159
WNIOSKI I UWAGI	162
BIBLIOGRAFIA	165

O AUTORZE

Piotr Lewandowski

Z wykształcenia historyk i dziennikarz obecnie student nauk o polityce. Zajmuje się zagadnieniami zarówno z historii wydarzeniowej oraz politologii a także dziennikarstwa. Interesuje się tematyką nie poruszaną wcześniej w dyskursie naukowym zwracając szczególną uwagę na problemy społeczne i zjawiska zachodzące w strukturze pamięci kolektywnej. W kręgu jego zainteresowań znajdują się także problemy związane z analizą przekazów prasowych pod kątem funkcjonowania w niej mitów i stereotypów. Jest autorem kilku publikacji i artykułów naukowych. Obecnie prowadzi warsztaty szkoleniowe dla studentów z zakresu gatunków dziennikarskich i kreatywnego tworzenia tekstów, czego wynikiem jest niniejsza publikacja.

Zawód dziennikarza poddany jest silnej, wewnętrznie sprzecznej presji pisania tekstów zgodnie z obowiązującymi schematami, które równocześnie mają je przewycięzać, a przez to oddawać niepowtarzalność ubogaconej nieprzewidywalnością rzeczywistości. Ta kwadratura koła doprowadza wielu dziennikarzy do stanu permanentnego psychicznego wyczerpania.

Publikacja doktoranta Piotra Lewandowskiego to klucz do mocnego osadzenia się wstępującego dziennikarza w materii rozwiązywalnych problemów jakie ma do pokonania przed sobą każdy, kto pracuje w tym zawodzie. John Hersey, jeden z genialnych nauczycieli dziennikarstwa, ostrzegał przed otepianiem czytelnika. Piotr Lewandowski nie daje wykładu, nie poucza. Zawiera swoisty układ z odbiorcą swego poradnika. Namawia go do solidnego wejścia w materię języka - do zrozumienia schematów, a następnie do posłużenia się nimi tak dobrze, aby przestały być dostrzegalne dla czytelnika. Pragmatyzm ale równocześnie kreatywność i ciekawość - to musi godzić ze sobą dziennikarz.

Piotr Lewandowski uczy warsztatu prowadząc nas za rękę, pokazuje chwyt i zdradza swoje pomysły na narrację, na konstrukcję tekstu. Pokazuje wagę takich zabiegów jak używanie tzw. zdań lewych czy też wprowadzanie zdań kluczowych. Wreszcie pojawił się na polskim rynku wydawniczym kompetentny i praktyczny poradnik dla wszystkich adeptów dziennikarstwa. To dziełko, napisane rewelacyjnym językiem, ma w sobie pasję języka Wańkowicza, Kapuścińskiego i Kąkolewskiego.

Piotr Grochmalski

To dobrze, że ukazuje się taka książka. Dziś wprowadzie każdy może publikować teksty w Internecie, nie oznacza to jednak, że robiąc to – staje się automatycznie dziennikarzem. Być nim znaczy, między innymi, posiadać odpowiednią umiejętność pisania. W dziennikarstwie informacyjnym jest to być może ważniejsze niż w publicystyce.

Tytuł książki wydaje się intrygujący i nieco prowokacyjny. Wszak informację – przynajmniej w sensie dziennikarskim, nie zaś potocznym, tę przekazywaną z ucha do ucha – zwykło się kojarzyć raczej z „neutralnością”, „bezstronnością” niż z „kreatywnością”. Tytuł ten przyciąga uwagę, zachęca czytelnika książki do sięgnięcia po nią, tym samym więc właściwie spełnia funkcję pragmatyczną, o której Autor kompetentnie pisze w rozdziale pierwszym.

Jak się zresztą okazuje, nie zachęca On czytelników do sprzeniewierzenia się ideałowi obiektywizmu (słusznie przy tym zauważa, że ideał ten, podobnie jak każdy inny, i tak nie jest w pełni osiągalny). „Kreatywność” to w jego rozważaniach imperatyw poszukiwania własnego stylu, którego cechami miałyby być jasność, prostota, bezpretensjonalność, a przy tym oryginalność i atrakcyjność. W związku z tym ciekawie brzmią uwagi Autora na temat metafor w dziennikarstwie informacyjnym. Nie dyskwalifikuje On ich, przeciwnie, zachęca przyszłych dziennikarzy do tworzenia własnych – i śmiałego posługiwania się nimi. Można temu przyklasnąć, zastrzegając przy tym jednak, że język informacji powinien przede wszystkim znaczyć, a nie błyszczeć. Postulat jasności i bezpretensjonalności nakazuje zachować ostrożność w posługiwaniu się takimi figurami retorycznymi jak przenośnia.

Recenzowana książka zasługuje na uznanie ze względu

na swe walory merytoryczne oraz przejrzystą i logiczną konstrukcję. Co istotne, jak przystało na autora podręcznika dla żurnalistów, Piotr Lewandowski napisał ją językiem nie tylko poprawnym, ale też lekkim i atrakcyjnym. Z przekonaniem będą ten podręcznik rekomendował studentom dziennikarstwa.

Wiesław Waclawczyk