

Федеральное агентство по образованию РФ
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ГОУ ВПО «АмГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой журналистики

_____ О.Б.Арчакова

« ____ » _____ 2007г.

Учебно-методический комплекс дисциплины
ВЫПУСК УЧЕБНОЙ ГАЗЕТЫ
для специальности 030601 «Журналистика»

Составитель: Монастырева О.В.

2007

Печатается по решению редакционно-
издательского Совета
филологического факультета
Амурского государственного
университета

Выпуск учебной газеты для специальности 030601 «Журналистика»: учебно-методический комплекс дисциплины. / Монастырева О.В. – Благовещенск. Изд-во Амурского государственного университета, 2007. 32с.

© Амурский государственный университет

© Кафедра журналистики

1. Пояснительная записка

Современные студенты-журналисты очень рано приступают к профессиональной журналистской деятельности, не имея зачастую для этого ни достаточного опыта работы в различных жанрах, ни навыков сбора информации и быстрой ее обработки, ни представлений о деятельности редакций, ни сети информаторов, ни специализации (например, в области образования, медицины, социальной политики и пр.). Это обстоятельство служит, с одной стороны, основной причиной недовольства редакций подготовкой студентов, а с другой - является причиной разочарования студентов в выбранной профессии.

Данная дисциплина направлена на формирование у будущих журналистов профессиональной компетентности.

Дисциплина «Выпуск учебной газеты», которую осваивают студенты 1 – 2 курсов тесно связана с предметом «Техника и технология СМИ», в ходе изучения которого студенты знакомятся с компьютерными программами, используемыми в процессе создания газетного номера, с основными принципами и техникой оформления периодических изданий.

Группа делится на несколько подгрупп (в каждой по 5-6 человек), каждая из которых занимается разработкой концепции своего издания, составляет план номера, пишет журналистские материалы, верстает и оформляет номер.

В ходе занятий каждый из студентов осваивает основные приемы верстки в программе PageMaker. Для этого занятия проводятся в компьютерном классе. Основанием для получения зачета служит учебная газета, в ходе обсуждения которой на занятии выявляются положительные моменты и недостатки представленного издания.

Работа предусматривает лабораторную (144 ч.) и самостоятельную работу (161 ч.) студентов.

Цель: Подготовка студентов к работе в печатных средствах массовой информации.

Задачи:

- создать базу для дальнейшего приобретения и закрепления навыков работы в печатных СМИ;
- научить студентов видеть и оценивать газетный номер как систему многих элементов, видеть их взаимосвязь и взаимовлияние;
- научить студентов видеть взаимосвязь темы, жанра, стиля и общей концепции издания;
- сформировать навыки поиска, отбора, анализа и обработки информации;
- сформировать навыки анализа качества печатной продукции.

Ожидаемые результаты обучения

После изучения дисциплины студенты должны обладать навыками:

- работы с редакционно-издательской техникой;
- анализа содержательно-тематической и композиционно-графической моделей издания; а также овладеть технологией сбора сведений, проверки достоверности фактов, поиска источников информации, поиска иллюстративного материала.

Уметь:

- самостоятельно разрабатывать концепцию издания;
- работать в соответствии с общим направлением издания;
- редактировать для газеты сообщения различного рода, аналитические материалы;

Иметь представления:

- о процессе макетирования и компьютерной верстки номера;
- о системе работы редакций.

2. Материально – техническое обеспечение дисциплины

В АмГУ специально для работы студентов отделения журналистики над выпуском учебной газеты (газета «К@жура») была создана Масс-медиа лаборатория.

Имеется: (в соответствии с требованиями к материально-техническому обеспечению учебного процесса):

- Диктофоны;
- компьютерный класс: компьютеры, принтер, выход в Internet.
- программы для набора (Microsoft Word), верстки изданий (Adobe PageMaker).
- программы для обработки графических материалов (Adobe Photoshop, Corel Draw, Adobe Illustrator);
- настольная издательская система.

2. Тематический план

	2 семестр		3 семестр		ИТОГО	
	Лаб. раб.	Самост. раб.	Лаб. раб.	Самост. раб.	Лаб. раб.	Самост. раб.
Подготовка к выпуску.	24	30	24	31	48	61
Выпуск номера.	42	40	42	40	84	80
"Летучка".	6	10	6	10	12	20
ИТОГО	72	80	72	81	144	161

3. Содержание дисциплины.

Помимо представленных практических итогов (опубликованных в учебной газете журналистских текстов, фотографий), студенты должны усвоить следующие теоретические аспекты работы над газетой (материал дается преподавателем в рамках практической работы).

Особенности журналистской работы. Виды журналистской деятельности.

Индивидуально-коллективный и производственно-творческий характер журналистского труда. Журналистская специализация. Комплексный характер журналистской деятельности: литературная деятельность, редакторская, организаторская, оформительская. Внешние и внутренние связи редакционного коллектива. Подчинительные, управляющие и координационные связи редакционного коллектива.

Структура редакции. Редакция и социальные связи.

Редакционный коллектив как сложная социальная система. Понятие редакционной структуры. Элементы структуры дореволюционной печати, советской печати. Типы современных редакционных структур.

Планирование работы редакции.

Объекты и субъекты планирования. Принципы планирования редакционной деятельности. Виды редакционных планов. Организационно-массовая работа редакции.

Редакционный процесс выпуска номера. Построение подборки новостей. Достоверность информации.

Работа над номером. Подготовка газетного текста. Формы подачи журналистских материалов. Виды правки. Макетирование номера, приемы макетирования. Характер новостной информации. Источники новостной информации. Приемы обработки новостей. «Протухшие» новости. Способы

проверки информации. Точность информации. Ссылки на источник. Неназванные источники.

Жанровое разнообразие – залог «нескучной газеты».

Принципы деления на жанры. Жанр как фактор, организующий содержательно-тематическую структуру издания. Жанр как способ организации информации. Жанр как способ организации читательского внимания и читательских ожиданий.

Целевая аудитория издания.

Необходимость определения целевой аудитории. Принципы деления читательской аудитории на группы (социальный, возрастной, психологический). Потребности и интересы различных аудиторных групп. Целевая аудитория и содержательно-тематический облик издания. Целевая аудитория и дизайн издания. Целевая аудитория и функции издания.

«Герой» в современной прессе.

Типы «героев» в современной прессе. «Герой» и язык издания. «Герой» как способ формирования поведенческой модели аудитории. «Герой» и тип издания.

«Автор» в современной прессе.

Типы «авторов» в современной прессе. «Автор» и тип издания. Авторская позиция. Способы выражения авторской позиции в журналистском тексте.

Концепция издания.

Определение концепции. Основные элементы концепции. Содержательно-тематическая модель издания. Композиционно-графическая модель издания.

5. Работа над номером

Подготовка и выпуск учебной газеты проходит по следующим этапам:

1. Анализ молодежных студенческих изданий.

Студенты должны:

- рассмотреть содержательные и графические элементы газеты и выявить соответствие (несоответствие) между ними;
- составить образ идеального студенческого издания.

2. Концепция и тематическая направленность издания

Студенты должны:

- сформировать «лицо» газетного номера (учебная газета «К@жура»)
- скорректировать тематическую направленность номера, его идею, жанровый облик.

3. Редактирование материалов

Работа над журналистскими материалами.

Студенты должны:

- овладеть технологией быстрого сбора полной информации, проверки достоверности информации;
- научиться редактировать новостные материалы и аналитические.

4. Основы работы в PageMaker.

Верстка. Работа над оформлением издания.

Студенты должны:

- освоить основные приемы верстки в PageMaker.
- применить на практике знания, полученные в ходе изучения дисциплины «Техника и технология СМИ».

6. Материалы для теоретического контроля. Основные понятия курса.

6.1 Структура редакции

Редакторат редакции – важнейшая структура руководства и управления редакционным коллективом печатного периодического издания. В него входят главный редактор газеты и его заместитель (заместители).

Главный редактор печатного периодического издания – руководитель редакционного коллектива. Он осуществляет свои полномочия в соответствии с законом РФ о средствах массовой информации и Уставом редакции. Главный редактор представляет редакцию в отношениях с учредителем периодического издания, издателем, распространителем, гражданами и их объединениями, предприятиями, учреждениями и организациями, государственными органами, а также в суде.

От деятельности главного редактора во многом зависит судьба периодического издания. Недаром говорят: каков редактор, такова и газета.

Это предполагает требовательность главного редактора ко всем его подчиненным, принципиальность и умение выдерживать твердую линию в своей деятельности, контролировать ход выполнения принятого решения. Важнейшая предпосылка этого – организаторское мастерство главного редактора, его умение сплотить всех сотрудников в единый коллектив – команду, способность каждого из них использовать до конца, взять от него все, что он может дать общему делу. И воздать каждому по его заслугам.

Понятно, что в любом случае информационная политика газеты, проводимая ее главным редактором, является обязательной для всех работников редакции – как в выборе тем для публикаций, так и в определении их целей и разработке.

Заместитель главного редактора – первый его помощник на всех направлениях руководства редакционным коллективом. Он замещает главного

редактора во время его отсутствия — отпуска, болезни, командировки и т.п., получая в этот период все его полномочия – право подписи газеты в печать, в свет, издания приказов по редакции и др. В другое время заместитель главного редактора обычно отвечает за определенное направление деятельности редакции, например, за обеспечение газеты оперативной информацией и т.п.

Нередко главный редактор использует своих заместителей и в качестве сменных редакторов. Тогда каждый из них поочередно ведет номер газеты – формирует его и руководит процессом его подготовки и выпуска.

Редакционная коллегия. Этот орган создают в помощь главному редактору. Его задача – формирование коллегиального – коллективного мнения при решении вопросов, имеющих большое значение для организации деятельности редакции.

Редколлегией руководит главный редактор. Она имеет совещательный характер и обсуждает все важнейшие вопросы, связанные с работой редакции, – изменения ее структуры, кадровые вопросы, моделирование и планирование ее деятельности, стимулирование лучших работников и подразделений коллектива. Редколлегия слушает отчеты руководителей подразделений коллектива. Каждый из ее членов имеет право свободно высказывать на ее заседаниях свое мнение.

Редакторат и редакционная коллегия осуществляют стратегическое руководство коллективом. Для него характерны определение целей и задач редакции на относительно длительный период времени, разработка и принятие решений, обеспечивающих достижение намеченных целей, перспективное планирование работы коллектива, итоговый контроль выполнения поставленных перед ним задач.

Секретариат редакции. Это организационно-творческий центр оперативного управления ее коллективом. Не случайно его называют штабом редакции – его задачи и обязанности во многом сходны с задачами и обязанностями штаба воинской части. Если редактор, его заместители и редколлегия определяют стратегию редакции, то секретариат, которым руководит ответственный секретарь,

разрабатывает ее тактику, и принимает меры к ее воплощению в деятельности коллектива.

В задачи секретариата входят разработка моделей периодического издания и работы коллектива, планирование его деятельности, координация всех его творческих подразделений, подготовка номеров газеты и руководство процессом ее выпуска. К этому присоединяются обязанности по руководству техническими службами редакции, поддержанию трудовой, производственной дисциплины в коллективе. Секретариату непосредственно подчиняется отдел иллюстраций редакции. Кроме того, он осуществляет оперативный повседневный контроль за деятельностью всех творческих отделов и ее результатами.

Ответственный секретарь вынужден быть в определенном смысле универсалом. Он первым определяет судьбу материала, представленного ему отделом, и включает его в состав очередного номера или возвращает для доработки, объясняя автору каковы недостатки и как их устранить. Ему приходится разбираться в особенностях всех жанров публикаций, образующих жанровую систему материалов газеты. Нередко ответственный секретарь непосредственно выполняет и обязанности **бийлд-редактора**, отвечающего за редактирование всех иллюстраций газеты и высокий эстетический уровень ее дизайна. Сочетание инициативности с требовательностью, высокая работоспособность, умение инициировать новые свежие идеи и помогать их реализации – качества профессионального ответственного секретаря газетной редакции.

Отдел редакции. Это основное творческое подразделение редакционного коллектива. Здесь создают публикации газеты – тексты и иллюстрации. Здесь же редактируют эти тексты, написанные журналистами – корреспондентами отдела или вне редакционными авторами, готовят оригиналы иллюстраций. В отделе разрабатывают план его работы, составляющий часть общередакционного плана. Сотрудники отдела выполняют задания, направленные на укрепление его связей с

читателями. Организация работы отдела зависит от его величины, состава и его типа.

Корреспонденты составляют подавляющее большинство работников творческой части газетной редакции. Несмотря на то, что корреспондент – литературный сотрудник находится на самом нижнем уровне ее функционально-административной структуры, он фактически является важнейшим лицом в редакционном коллективе. Именно он добывает и получает информацию, без которой невозможно существование газеты, он обрабатывает и использует ее, является автором большинства текстов и иллюстраций. Это специалист, профессионал, владеющий большинством методов и приемов получения и обработки информации, являющейся основой при создании заметок и репортажей, статей, корреспонденции и других публикаций.

Все это предопределяет требования, предъявляемые корреспонденту его руководителями. В обширный комплекс его знаний, умений и качеств входят оперативность и контактность, способность к первичному анализу собранной информации. И разумеется – творческий дар, прежде всего – способность литературно грамотно выразить и оформлять свои наблюдения и мысли в своих произведениях.

Обозреватель. Некоторые журналисты редакции иногда работают вне рамок какого-либо отдела. К ним относится обозреватель. Часто он подчиняется непосредственно главному редактору или его заместителю. Если же он входит в состав отдела, то, как и другие его сотрудники, подчиняется заведующему отделом.

Обозреватель – один из самых опытных журналистов редакции. Это – аналитик, задача которого – наблюдать за явлениями и процессами, протекающими в определенной области жизни общества, определять их роль и значение, прогнозировать развитие ситуаций и сообщать об этом в своих публикациях.

Обзорение, статья и комментарий – вот основные жанры выступлений обозревателя в газете.

Специальный корреспондент. Он также может работать вне рамок отдела и выполняет тогда задания главного редактора или ответственного секретаря. Это многоопытный журналист-универсал, легко переходящий от одной темы к другой и владеющий почти всеми жанрами публицистики. Это – резерв руководителей редакции, которые поручают спецкору выполнение самых ответственных и сложных заданий. Иногда его называют разъездным корреспондентом, вернувшись из одной командировки, он вскоре начинает готовиться к другой. Для него обязательно сочетание разносторонних способностей и умений – аналитичности и оперативности, мастерства в проведении расследований и др. Со временем у специального корреспондента может появиться своеобразная специализация, тематические и жанровые предпочтения.

Собственный корреспондент. Спецкор, обозреватель и корреспонденты отделов работают в центральном аппарате редакции. Вне этого аппарата работает собственный корреспондент газеты (собкор).

Задачи собкора разнообразны, его обязанности сложны. Это обусловлено уже его положением в коллективе, местом, которое он занимает в процессе подготовки номеров газеты. Собственный корреспондент, с одной стороны, – представитель своей газеты в регионе, с другой – представляет регион, где он находится, в своей газете. Если остальные журналисты редакции могут в любой момент контактировать со своими руководителями, получить совет или рекомендацию, следить за прохождением своих материалов в газету, то собкор находится в отдалении от редакции – за сто или тысячу километров.

6.2 Особенности газетных жанров (Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра. Учебное пособие. М.: Аспект – пресс, 2004. – 288 с.)

Под **жанром** журналистского произведения понимают устойчивые особенности его содержательно-тематических характеристик, типа отображаемой действительности, композиции, стилистики.

Жанры новостной информации

Цель автора *заметки* – возможно быстрее сообщить читателю актуальную новость – определяет основные особенности этого жанра газетных публикаций. Ее структура представляет собой своеобразную перевернутую пирамиду – начинается с опорного факта, содержащего новость, и далее детализирует ее в последующих предложениях. Такое построение текста облегчает его восприятие и при необходимости его сокращение – с последних абзацев или строчек, суть сообщения остается неизменной в начальных абзацах. Стремление обеспечить оперативность передачи читателю информации, содержащейся в заметке, ограничивает ее объем: обычно она не превышает двух-трех десятков строк, нередко ограничивается в предельно лаконичном оперативном сообщении – разновидности этого жанра – всего одним-двумя предложениями. Тем же объясняются и особенности стиля заметки: в ней избегают стилистических красот, она деловита, подчас суха, но точна.

Отношение журналиста к событию, привлечшему его внимание, выявляется с еще большей определенностью в *отчете*. У отчета – свой предмет отображения: событие, развертывающееся во времени, состоящее из ряда деталей. В газетах используют разные виды отчета. Простейший из них – прямой информационный отчет. В нем воспроизводят событие в полном соответствии с его ходом во времени. Нередко здесь приводят выступления участников события – встречи, конференции и т.п. – в сжатом пересказе, изложении важнейших мыслей и положений, перемежая это цитатами из самых интересных высказываний. Авторская оценка выступлений выражается в отборе фактов, деталей и подробностей. Все, что журналист считает несущественным, он оставляет за рамками отчета.

Нередко автор отчета не только сообщает о событии, но стремится и прокомментировать его. Он играет в своем тексте более активную роль. Его комментарий может принимать различную форму сжатых характеристик, дающих представление о значении какого-либо выступления или о реакции на него других участников встречи, или выражаться в кратких авторских отступлениях и даже в сжатой полемике с выступавшим. Разновидность аналитического отчета – тематический отчет. Его посвящают самой актуальной теме, важнейшей проблеме, поднятой на собрании или встрече. В соответствии с этим группируется материал отчета, второстепенные детали и подробности опускаются. В таком отчете иногда сообщают лишь о нескольких выступлениях, тематически связанных между собой. Или же посвящают его одному важнейшему выступлению, сообщая об остальном в кратком пересказе.

Один из самых популярных жанров газетной публицистики – *репортаж* (от лат. *reportare* – сообщать, передавать). Репортер стремится возможно быстрее показать читателю картину события на всех этапах его развития – от начала до завершения, оперативно воссоздать «историю события» как его очевидец или участник. Это – жанр-разведчик, к нему обращаются журналисты, стремясь сообщить о том, что происходит в нашей стране и за ее рубежами.

Предметом репортажа становится событие, сочетающее визуальную и устную форму выражения его содержания. Перед автором стоит непростая задача: добиться эффекта «присутствия» читателя на месте события. Это возможно, понятно, лишь при присутствии самого автора на месте события. Его роль велика: он ведет репортаж, становясь подчас не только свидетелем события, но иногда даже его инициатором и организатором.

Не всякое событие достойно освещения в репортаже. Критерий выбора события – его актуальность, общественная значимость. Рассказ репортера должен раскрыть читателю какую-то новую сторону действительности, процесса ее изменения. Это предопределяет одну из важных особенностей жанра – его динамичность.

Задача репортера и предмет репортажа определяют и другие важные его стороны. В частности, его «наглядность»: читатель должен как бы сам видеть все происходящее на месте события, как бы слышать голоса его участников. Этот эффект достигается прежде всего использованием в тексте репортажа деталей и подробностей, помогающих репортеру нарисовать зримую картину действительности. А если он оказался непосредственным участником события, о котором хочет рассказать, это дает ему возможность самому пережить те чувства, испытать то волнение, которые пережили другие участники события. Это позволит ему сильнее воздействовать на читателей. При этом он не просто регистрирует подробности события, которые заметил, он отбирает факты, группирует их в тексте, воссоздает событие, отражая при этом свое отношение к нему.

Специфика репортажа проявляется и в его стиле – эмоциональном, энергичном. Для него характерно активное использование средств и приемов образного отображения действительности – яркого эпитета, сравнения, метафоры и т.д. И, если требуется, даже некоторых сатирических средств. Эффект присутствия, о котором говорилось выше, как бы включает в себя эффект сопереживания: репортаж достигнет цели в том случае, если читатель вместе с репортером будет восхищаться, негодовать, радоваться. И не случайно репортаж нередко определяют как «художественный документ».

Диалогические жанры

В *интервью* всегда участвуют два собеседника – интервьюер и интервьюируемый. При этом главную роль играет интервьюируемый, у которого журналист получает интересующую его информацию, а также узнает его мнение о фактах и ситуациях, о которых он сообщает. Эта роль изменяется в зависимости от вида интервью, которое предполагают напечатать в газете.

Успех в работе интервьюера зависит, прежде всего, от его подготовки к интервью. Договорившись о времени и месте встречи с человеком, избранным для интервью, полезно предварительно собрать информацию о нем – о круге его

интересов, результатах его деятельности, особенностях его характера. И после этого посвятить какое-то время осмыслению и фиксации на листе бумаги вопросов, ответы на которые хотелось бы получить в ходе интервью. Без таких вопросов идти на интервью не стоит: в ходе беседы они могут измениться, возникнут новые вопросы, но интервьюер не имеет права забывать о главной цели интервью.

Одно из условий успешности интервью – обеспечение фиксации информации, получаемой в ходе беседы. Оптимальный вариант – использование в течение интервью диктофона (только с согласия интервьюируемого), но при его отсутствии важнейшую информацию полезно зафиксировать в журналистском блокноте; полагаться только на свою память не стоит, она может подвести.

Последний этап работы над интервью – оформление полученной в его ходе информации. Журналист выстраивает текст, свободно выбирая его форму. Но в любом случае он отвечает за точность воспроизведения информации, переданной ему собеседником. Он подтверждает свою ответственность во вступлении к интервью, сообщая о его теме и представляя его участников, или своей подписью по завершении текста.

Автор интервью может не ограничиться добросовестным воспроизведением в нем информации и мнения своего собеседника. Его роль при желании возрастает. Он ведет активный диалог: не только задает вопросы, но дополняет ответы на них своей информацией, даже, если требуется, оспаривает высказывание собеседника.

Интервью – гибкий разговорный жанр. Это предопределяет его стилистику – свободную, экспрессивную, насыщенную яркими сравнениями, характеристиками и другими образными элементами. И в то же время обеспечивающую точность в передаче информации и воспроизведении мнения человека.

Диалог ранее считался разновидностью интервью. Но постепенно выкристаллизовались его признаки, дающие право считать его самостоятельным жанром публицистики. От интервью он отличается, прежде всего, количеством

участников – оно возрастает до трех. Кроме ведущего-журналиста в диалоге представлены еще двое участников. У каждого из них – своя роль. Журналист готовит диалог и при необходимости ведет его, «подбрасывая» его участникам вопросы. А последние активно обсуждают актуальную проблему, обмениваясь мнениями, полемизируя между собой, отстаивая свои позиции.

Еще более возрастает роль журналиста, проводящего в редакции *беседу* (полилог) и готовящего о ней текст для газеты. Количество ее участников не ограничено и определяется необходимостью возможно более полного освещения избранной темы или проблемы. Представитель газеты отбирает участников беседы и приглашает их, информируя о её теме. Журналист-ведущий начинает обсуждение, ставит перед его участниками вопросы, все свободно – на равных – высказывают свои мнения. Перед автором текста встает нелегкая задача отобрать из записи беседы самое актуальное и объединить это в единое целое, дающее представление о ходе беседы.

Ситуативно- аналитические жанры

В *комментарии*, связанном с конкретным документом, выступлением политика, дается лишь первичный анализ возникшей ситуации. Комментарий обычно невелик по объему, деловит по стилю.

В *корреспонденции* анализ углубляется, становится масштабнее. Его предметом становится локальная, ограниченная – временем или пространством – ситуация. Она может быть связана с любой областью нашей жизни. Поэтому корреспонденция стала одним из излюбленных жанров публицистики в газетах. Ее автор стремится дать читателю достаточно полное представление о возникшей ситуации – важнейших ее сторонах – и высказать свое мнение о дальнейшем ее развитии и возможных его результатах.

Это определяет особенности структуры корреспонденции. Обычно она объединяет несколько фактов и их подробностей, связанных с рассматриваемой ситуацией и раскрывающих ее развитие.

Наибольшей глубины анализа журналист может достигнуть в *статье*. Предметом его анализа становится крупномасштабная ситуация, возникающая в политике, экономике или любой другой области жизни общества. Обычно такая ситуация связана с возникновением и постановкой актуальной проблемы, затрагивающей интересы многих людей. Однако независимо от времени, находящегося в распоряжении журналиста, статья должна представлять собой результат достаточно серьезного осмысления исследуемой ситуации. Поэтому в статье особую роль играет система аргументации, которую использует автор. Убедить читателя он может, лишь приводя аргументы, доказательства своей правоты. Лучшими аргументами являются факты – примеры, цифры, документы и т.п. Аргументами могут служить мнения авторитетных людей, аналогии с возникновением подобных ситуаций в прошлом, результаты научных исследований и пр. Значение подбора неопровержимых аргументов еще более повышается в полемической статье, автору которой приходится опровергать доводы его противника.

Для стиля статьи, в соответствии с ее целью, характерны точность формулировок, строгая последовательность в изложении мыслей автора, его идеи, связь с нею фактов, примеров, используемых в качестве доводов. Это не означает серости стиля статьи – в ней, если требуется, используют и яркое сравнение, литературный образ, иронию, микроинтервью. Но это – лишь дополнительные стилистические элементы, способствующие доказательности текста.

К ситуативно-аналитическим жанрам примыкают *рецензия* и обзор СМИ. Их объединяет особенность назначения и предмета отображения. Если корреспонденция и статья анализируют реальные конкретные ситуации и проблемы, то в рецензии и обзоре СМИ отображается уже отображенная действительность. Журналист посвящает свою рецензию литературному или научному произведению, автор которого уже показал кусок жизни, возникающих в ней ситуаций, проблем и процессов. Задача рецензента – оценить это

произведение, его соответствие реальной действительности, его достоинства и недостатки.

Поскольку рецензент высказывает свое мнение о книге или кинофильме, дает им оценку, возрастает его роль как автора текста в этом жанре и ответственность перед читателями. Ведь он стремится сформировать их отношение к рецензируемому произведению, дать им практический совет – прочитать книгу, посмотреть фильм или же не тратить на них время.

Обзор СМИ как жанр публицистики имеет много общего с рецензией. В нем также проводится анализ и дается оценка произведениям, где уже отображена реальная жизнь. Но это уже не отдельное литературное или кинопроизведение, а деятельность целого средства массовой информации – газеты, журнала или телерадиокомпании. Обзор печати, который в советские годы использовался как форма партийного контроля и руководства газетными и журнальными редакциями, потерял свое значение. Теперь к нему обращаются как средству полемики с другими СМИ, стоящими на иных позициях.

Для подготовки обзора СМИ необходимо постоянное и достаточно длительное наблюдение за его объектом – газетой, журналом или телепрограммой, определение сферы их интересов, особенностей содержания, оформления и редакционной политики. Без этого трудно подготовить даже оперативный полемический обзор-отклик на выступление обозреваемого издания.

Обзор СМИ – форма перехода к жанру **обозрения**. У него есть специфические особенности – назначения текста, методов отображения действительности и получения информации. Цель обозревателя, обращающегося к этому жанру публицистики, – дать читателю представление о целом комплексе фактов, событий и ситуаций, происходящих и возникающих в определенном регионе и в определенный временной период.

Эпистолярные жанры

Еще более усложняются характеристики эпистолярных жанров публицистики (от греч. *epistola* – послание). Они представляют собой разновидности **письма** вне редакционного автора, читателя или текста, созданного журналистом в форме письма. Назначение писем в редакцию столь же многообразно, как и их форма, тематика, содержание и размеры. Их авторы – представители всех социальных групп и слоев – могут просто сообщать редакции интересную, по их мнению, информацию о фактах, событиях и людях, просить помощи и советов, критиковать недостатки и предлагать интересные темы, высказывать свое мнение о публикациях газеты и рассказывать о своей жизни... Для письма как жанра характерна универсальность – объект и предмет отображения жизни в нем не имеют ограничений. Его значение возрастает в связи с открытостью письма: после публикации оно становится открытым для всех читателей. Его личностность – отражение в нем личности автора, его характера, личного интереса – превращает его в человеческий документ в газете. Некоторые авторы писем в редакцию и не рассчитывают на их публикацию. Они просто советуются с журналистами, делятся с ними своими радостями и печалью. Такие – исповедальные письма тоже представляют интерес для редакции, позволяют ее работникам укреплять связи газеты с ее аудиторией. Но внимание журналистов привлекают, прежде всего, письма, в которых поднимаются вопросы и проблемы, представляющие общественный интерес.

Обращение к жанровой форме письма объясняется и ее специфической способностью мимикрировать – как бы натягивать одежду почти любого другого жанра. Многие письма читателей в редакции сообщают о фактах и после небольшой правки публикуются как обычные информационные заметки. Некоторые, авторы которых пытаются разобраться в описываемых ими ситуациях, печатают наряду с другими корреспонденциями. Иногда развернутое письмо, автор которого ставит актуальную проблему, после редактирования помещают в

газете как проблемную статью, а отклик читателя на новый кинофильм как кинорецензию. Но всегда такой текст сохраняет личностность письма.

Художественно–публицистические жанры

Зарисовка имеет немало общего с репортажем и очерком. Но у нее свое, особое назначение: запечатлеть момент встречи автора с кем-либо или чем-либо – с другим человеком, животным или природным явлением. Ее предмет отображения – участники встречи и ситуация, в которой они оказались. В зарисовке всегда показаны две стороны – сам автор и то, с чем он встретился: другой человек или люди, животные и т.д. Методы этого отображения – описание, воспроизведение деталей и подробностей. Автор как бы воспроизводит картину, которая предстает перед ним в момент встречи. В отличие от репортажа зарисовка одномоментна и локальна, ситуация, в которой оказался автор, всегда ограничена – в пространстве и во времени. Как репортер, автор зарисовки стремится обеспечить эффект присутствия читателя на месте встречи. И стилистика зарисовки сходна со стилистикой репортажа, ее характеризуют образные сравнения, яркие эпитеты, эмоциональность и динамичность, стремление запечатлеть – зарисовать внешний портрет того, с кем встретился автор.

Очерк – один из важнейших жанров публицистики. Важнейших – потому что требует от автора высокого профессионального мастерства. И потому, что очеркист всегда решает сложнейшие задачи, встающие перед ним в соответствии с возможностями и особенностями этого жанра.

Выбор очерка журналистом определяется назначением этого жанра – сообщение и показ всего, что окружает человека. Объект очерка – все, что представляет интерес для людей: их отношения между собой и с природой, результаты их деятельности и проблемы, которые встают перед ними, и т.д. Специфический предмет очерка – человек. Если репортаж мы можем назвать историей события, то очерк – это история человеческого характера. В центре очерка – его герой, человек или люди, составляющие коллектив.

Автор очерка стремится создать портрет своего героя – внешний, рисуя основные черты его облика, и внутренний, психологический, фиксируя особенности его характера, объясняющие его действия, поступки, отношение к другим людям. Но, как и в зарисовке, в очерке всегда присутствуют две стороны – главный герой, которому посвящен текст, и очеркист, осмысляющий его поступки и решения и помогающий читателю понять их значение. Иногда автор прямо обращается к читателю, делаясь с ним своими впечатлениями от увиденного, и его мнение имеет не меньшее значение, чем высказывания самого героя. Свободный, образный стиль очерка имеет много общего со стилем репортажа и зарисовки, он помогает обеспечить эффект присутствия автора рядом с его героем, дает читателю возможность увидеть и услышать его.

Журналист использует все доступные ему методы сбора информации для своего очерка. Он работает как репортер, наблюдая за своим героем, и как интервьюер, беседуя с его родными, друзьями и руководителями. Он выступает в роли обозревателя, анализируя и осмысляя проблемы, с которыми сталкивается его герой, и высказывая свое мнение о его решениях и действиях. Ему приходится изучать документы, связанные с жизнью героя: его трудовую книжку, приказы с благодарностями и выговорами и т.п.

Сатирические жанры

Объект *фельетона* – недостатки людей, черты их характера, цели и результаты их деятельности, которые наносят вред другим. Задача фельетониста – помочь устранить эти недостатки, высмеяв их носителей.

Предмет фельетона — конкретная локальная ситуация. Фельетон обычно имеет точный адрес, у него есть реальный антигерой – человек или коллектив, организация, действия которых получают общественное значение, приносят вред. Газеты обычно печатают такие – адресные фельетоны, рассчитывая, что после их публикации будут приняты меры к устранению осмеянных недостатков.

Фельетонист использует все возможные средства сатиры – иронию и насмешку, сарказм, гротеск, гиперболу и др. Смех убивает, поэтому фельетонисты стремятся высмеять лиц, ставших антигероями их произведений. Однако фельетон часто вызывает у читателя не смех, а чувство горечи – от сознания несовершенства жизни и распространенности зла. Он не обязательно должен смешить, попытки начинающих фельетонистов во что бы то ни стало рассмешить читателя могут вызвать у него лишь раздражение. Если читатель фельетона смеется, то обычно это смех сквозь слезы.

Памфлет (от греч. *pam fhlego* – все испепеляю) – сатирический жанр, который появляется на страницах наших газет значительно реже фельетона. Его назначение – борьба с явлением, имеющим резко отрицательное значение для жизни общества, или с человеком, олицетворяющим это явление, государственным деятелем, лидером политической партии или движения, проповедником ложных идей и т.п. Памфлет масштабнее фельетона, его герой представляет крупную социальную группу, целую систему, идейное течение. К этому жанру часто обращаются в периоды острой политической борьбы, кризисных ситуаций, предвыборных кампаний. Автор памфлета нацелен на уничтожение своего героя, на его разоблачение и развенчание. Эта цель определяет стилистику памфлета, использование его автором самых эффективных сатирических средств – гротеска, гиперболы, пародирования, иронии, насмешки, уничижительного сравнения и других, позволяющих выявить истинную суть и значение деятельности антигероя, сорвать с него маску, которой он прикрывается.

К сатирическим жанрам примыкают и некоторые формы литературно-художественных публикаций – **пародия** и **эпиграмма**. Их сближает назначение, цель публикации – осмеяние недостатков. Автор пародии стремится раскрыть недостатки поведения человека или его произведения – стихотворения, рассказа, газетной статьи, устного выступления, показать необоснованность его политических или творческих претензий. Для этого он как бы передразнивает

героя пародии, как бы копирует его выступление, гиперболизируя и акцентируя его недостатки, обращая на них внимание читателя.

Цепочку жанров газетно-журнальной публицистики завершает *эссе*. Это полифонический жанр, сочетающий признаки многих других жанровых форм. Его назначение – осмысление всего, что привлекает внимание автора: новых общественных явлений и процессов, возникновения актуальных проблем, значения ярких фактов и развития ситуаций в различных областях жизни общества и государства. Эссеист выступает как аналитик и обозреватель, как интервьюер и репортер, очеркист и сатирик. В его произведении органично сочетаются элементы корреспонденции и зарисовки, интервью и репортажа, но прежде всего – статьи и обзоры.

Для эссе характерна масштабность, требующая значительного объема текста. Его автор часто излагает результаты своих наблюдений и их анализа в форме свободного потока мыслей. Нередко это приводит к своеобразной мозаичности эссе, представляющего собой объединение нескольких частей-главок, разделяемых звездочками или подзаголовками и скрепляемых главной мыслью, развиваемой в тексте. Особое значение получает концовка, где автор формулирует свои выводы и предложения.

6.3 Дизайн газеты. Композиционно-графическая модель

Одной из важных характеристик газетного номера является его дизайн (от англ. *design* – чертеж, рисунок, проект). Понятие дизайна шире понятия внешнего «лица» газеты. Оно охватывает не только графическую характеристику номера, связанную с его полиграфическим исполнением. В него вошел ряд характеристик, совокупность которых во многом определяет уровень отношений, возникающих между газетой и ее читателями, возможности влияния газеты на её аудиторию, конкурентоспособность газеты на информационном рынке. Один из таких факторов – эстетический, определяемый внешней привлекательностью газеты, соответствием ее внешнего облика содержанию ее номеров.

Дизайн газеты представляет собой органичное объединение ряда постоянных и обязательных компонентов. К этим компонентам относятся: размерные характеристики газеты, постоянные элементы ее номера, шрифтовое оформление газеты, ее иллюстрирование, заголовки публикаций, цветность газеты.

К *размерным характеристикам газеты* относятся формат газеты, объем номера, количество и размер текстовых колонок на полосе номера, размер пробелов между текстовыми колонками полосы, площадь полосы номера и его емкость.

Под **форматом газеты** понимают размер бумажного листа – страницы номера, на которой помещается полоса – отпечаток размещенных на ней текстов, иллюстраций и других печатных символов. В современной отечественной прессе приняты три основных формата газеты: большой формат А2, малый – А3 и сверхмалый – А4.

Следующая ступень размерных характеристик газетного номера – его **полоса**. Количество полос номера, естественно, соответствует количеству его страниц. Полоса – ограниченное пространство, которое делится на **колонки**. Текстовая колонка один из важнейших элементов полосы. От количества колонок и их ширины, как и от их деления – линейками или пробелами – зависит подача материалов полосы – текстов, иллюстраций и др. Определение параметров колонок влияет на дизайн газеты, облегчая или затрудняя восприятие читателями ее публикаций. Слишком узкие колонки мешают чтению текстов, широкая колонка воспринимается легче и при необходимости выделяет своим нестандартным форматом размещенный в ней материал. Дизайн газеты во многом зависит от выбора **шрифтов**, которыми набирают тексты и заголовки. Переход к компьютерному набору и верстке газеты предоставил ее дизайнерам новые весьма широкие возможности «игры шрифтами», обращения к новым, ранее у нас неизвестным шрифтовым гарнитурам, изменения величины литер и т.п.

Важным элементом дизайна газеты является **верстка** ее материалов, особенности их размещения на полосах номера. В газетной периодике используют несколько видов верстки, различающихся своими характеристиками. Первая из них – форма, конфигурация материалов, представленных на полосе. Это прямая и ломаная верстка. Для **прямой верстки** характерна строго прямоугольная форма публикации, четырехугольник, обычно вытянутый в длину или ширину. Такая верстка проста, удобна, помогает быстрому выбору читателем интересующей его публикации. **При ломаной верстке** публикация принимает форму многоугольника. Это, возможно, привлечет внимание читателя, но в то же время может, при усложнении формы публикации, затруднить ее восприятие, вынуждая искать продолжение и окончание текста. Вторая характеристика видов верстки – соотношение высоты и ширины публикации. При **горизонтальной верстке** ширина текста превышает ее высоту, при вертикальной верстке – его высота превышает ширину. Для размещения большинства публикаций на полосе обычно обращаются к **вертикальной верстке**. Но иногда горизонтальную верстку используют для подачи на полосе блока материалов – тематической подборки и др. Чаще всего в газетах сочетают вертикальную верстку с горизонтальной, получая таким образом их разновидности – вертикальную верстку с горизонтальными пересечениями и т.п.

По отношению к оси симметрии полосы различают **симметричную и асимметричную верстку**. К первой иногда обращаются в процессе подготовки праздничных номеров или целевых полос, стремясь привлечь внимание читателей необычностью их дизайна. Подавляющее большинство газетных полос строится на основе асимметричной верстки.

Особое внимание дизайнеров привлекает **первая страница** газеты. Это и понятно – от дизайна этой страницы во многом зависит конкурентоспособность газеты. Поэтому так тщательно просчитывают все элементы этой полосы, их расположение, величину, выделение и, прежде всего титульную, заглавную часть полосы. В нее входит название газеты, исполненное привычным для постоянного

читателя газеты рисованным шрифтом и расположенное на постоянном месте – сверху над всей полосой или только над его частью. А под названием или рядом с ним размещают остальные элементы титульной части полосы – указание типа издания (городская газета, еженедельник), периодичности его выхода, даты и дня выхода, нумерации номера (в текущем году, иногда и с начала выхода газеты), нередко – рекомендуемой цены номера, а также, если газета имеет свою страницу в Интернете, указывают ее сетевой адрес. Весь этот комплекс, называемый **логотипом газеты**, является собственностью редакции. Никто более не имеет права его использовать. Непременный элемент первой полосы газеты – **анонс (афишка)** с указанием важнейших публикаций номера и их размещения на его страницах. Чтобы привлечь внимание читателя, анонс выделяют – рамкой или цветом, вводят в него рядом с названиями публикаций микроиллюстрации и т.п.

Особое значение в газете имеют ее **рубрики**. Именно они позволяют сформировать основу содержательно-тематической модели издания, определить важнейшие тематические направления его публикаций. Рубрики облегчают и разработку композиционной модели газеты, определение ее структуры и построение каждого номера. Поэтому для обеспечения процесса планомерной подготовки выпуска газеты необходимо сформировать систему рубрик газеты.

В эту систему входят рубрики двух видов. Важнейший из них – **тематические рубрики**, определяющие тематику публикаций. К ним примыкают служебные рубрики, которые облегчают систематизацию публикаций в газете по другим их характеристикам.

Столь же активно в газетах используют и служебные рубрики. Они также помогают организации материалов номера, а читателям – в поиске интересующих их публикаций. Применяют несколько видов служебных рубрик. Жанровые рубрики – «Наше интервью», «Репортаж», «Обозрение», «Факт и комментарий» и др. – определяют жанр публикаций.

Переход к выпуску газетного номера совершается в процессе его **макетирования**. Макет номера – это его графический план, показывающий размещение текстов и иллюстраций на полосах, заголовков и авторских подписей, место и конфигурацию каждой из публикаций и т.д. Обычно он представлен в виде уменьшенных макетов каждой из полос номера. Его особенности во многом определяются композиционной и графической моделями газеты, которые нередко конкретизируются в моделях номеров, выходящих в течение недельного или месячного цикла выпуска издания.

Процесс выпуска номера разделяется на этапы, соответствующие важнейшим производственным операциям – набору текстов, их верстки вместе с иллюстрациями в соответствии с макетами полос, их редакционной и корректорской вычитки, подписи каждой полосы главным редактором, подготовки печатных форм и других – вплоть до печатания тиража газеты.

7. Контрольные вопросы

- Что такое целевая аудитория издания?
- Для чего необходимо определять целевую аудиторию издания?
- Основные ошибки при определении целевой аудитории?
- Раскройте понятия «потребность аудитории в информации», «интересы аудитории» (истинные и навязанные).
- Нужно ли ориентироваться на интересы читателей?
- Плюсы и минусы ориентации на интересы читателей?
- Газета «для всех»: миф или реальность?
- Что такое тематическая структура издания?
- Основные ошибки при работе над тематической структурой?
- Образ автора, образ героя и психологические ожидания целевой аудитории.
- Что такое «газета новостей»? Ее плюсы и минусы?
- В чем выражается несоответствие концепции издания и его содержательного наполнения?

- Основные составляющие концепции печатного издания?
- Зачем нужно планировать организационно-массовую работу редакции?
- Какими факторами обусловлена необходимость жанрового разнообразия издания?
- Оформление и дизайн издания как средство выражения содержательной структуры и идеологической линии.

8. Литература

Основная литература

1. *Грабельников А. А.* Работа журналиста в прессе. М., 2002.
2. *Лазутина Г. В.* Основы творческой деятельности журналиста. М., 2000.
3. Основы творческой деятельности журналиста / Под ред. С. Г. Корконосенко. СПб., 2000.
4. *Тертычный А. А.* Жанры периодической печати: учебное пособие. 2-е изд. М., 2002.

Дополнительная литература

1. *Галкин С. И.* Оформление газеты и журнала: от элемента к системе. М., 1984.
2. *Грабельников А. А.* Русская журналистика на рубеже тысячелетий. Итоги и перспективы. М., 2001.
3. *Козачук В.* Что такое компьютерная редакционно-издательская система // Полиграфист и издатель. 1996. № 1.
4. *Ныrkова Л. М.* Как делается газета. М., 1998.
5. Оформление периодических изданий / Под ред. А. П. Киселева. М., 1988.
6. Работа над новостью (Руководство к выпуску газеты, радио- и теленовостей): Методич. пособие для студентов и преподавателей. М., 1999.
7. Справочник для журналистов стран Центральной и Восточной Европы / Под ред. Малькольма Ф. Мэллета. М., 1998.
8. *Табашников И. Н.* Газета и дизайн. Тюмень, 1994.

9. Тимофеев Я. Издательство на моем столе. М., 1993.

10. Фотография в прессе: вопросы истории, теории и практики.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Пояснительная записка	3
2. Материально – техническое обеспечение дисциплины	5
3. Тематический план	6
4. Содержание дисциплины	6
5. Работа над номером	7
6. Материалы для теоретического контроля (основные понятия курса):	9
6.1 Структура редакции	9
6.2. Особенности газетных жанров	13
6.3. Дизайн газеты. Композиционно-графическая модель	25
7. Контрольные вопросы	29
8. Литература	30