

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

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой журналистики

_____ О.Б.Арчакова

«_____» _____ 2007г.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС

по прохождению всех видов практик

для специальности

030601 «Журналистика»

Составитель: Кудряшов А.А.

2007

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

Прохождение всех видов практик для специальности 030601
«Журналистика»: учебно-методический комплекс. /Кудряшов А.А. -
Благовещенск. Изд-во Амурского гос.университета, 2007 г. – 68 с.

© Амурский государственный университет
© Кафедра журналистики

РАЗДЕЛ 1. ДОКУМЕНТЫ И ОБРАЗЦЫ ОТЧЕТОВ

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И ПРОГРАММА

I. ОБЩИЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

1.01. Практика является важной составной частью учебного процесса, поскольку способствует профессиональному становлению будущих журналистов, подготовке квалифицированных кадров для работы в системе средств массовой информации. Ее основные цели и задачи сводятся к тому, чтобы:

- закрепить теоретические знания;
- ознакомиться со структурой и особенностями организации внутренней жизни редакции - редколлегии, секретариата, отделов и объединений, рекламных служб, а также служб публичных отношений (пресс-служб) и маркетинга;
- изучить опыт работы редакции с письмами читателей, практику работы с авторским (внештатным) активом;
- изучить всю сумму вопросов, связанных с взаимоотношениями канала СМИ (или пресс-службы, рекламного и информационного агентства) со своей аудиторией и деловыми партнерами;
- ознакомиться с творчеством наиболее опытных журналистов, попытаться постичь "секреты" их мастерства;
- выступить в качестве обозревателя (дежурного критика) на редакционной летучке;
- участвовать в подготовке макетов и материалов номера к печати, принимать участие в составлении радио-, телепрограмм;
- выступить в качестве автора (опубликовать свои материалы) и подготовить ряд материалов чужих авторов;
- воспитывать журналистскую этику;
- изучать экономические аспекты функционирования СМИ;
- определиться в профессиональной специализации.

1.02. Согласно требованиям предъявляемым к профессиональной подготовленности выпускника специальности 030601 «журналистика», студент отделения журналистики в течение всего периода обучения овладевает знаниями, а в период всех видов практик – профессиональными умениями. Проверку степени овладения ими студент проходит в период государственного экзамена (ответа на теоретические вопросы и защиты творческого досье) и защиты выпускной квалификационной работы.

1.02.01. Требования к профессиональной подготовленности выпускника отделения журналистики АмГУ:

а) Журналистская авторская работа

- понимание социальных функций журналистики и специфики различных видов, типов СМИ с учетом исторического и современного отечественного и мирового опыта;

- умение точно, адекватно сформулировать цель и разработать концепцию журналистских материалов с учетом их темы, проблемы;

- знание характеристик, особенностей различных типов аудитории;

- наличие основ знаний в конкретной проблематике, связанной с темами публикаций;

- знание системы существующих источников информации, информационных потоков в различных сферах и владение методикой сбора информации;

- умение реализовать концепцию журналистского материала, творческую задачу в соответствующих новостных, проблемно-аналитических, художественно-публицистических и иных жанрах с соблюдением норм русского языка;

- знание этических и правовых норм, касающихся СМИ и работы журналиста.

б) Журналистско-организаторская деятельность:

- понимание социального смысла участия представителей различных социальных институтов и слоев населения в функционировании СМИ с учетом исторического и современного отечественного и мирового опыта;

- знание форм и владение методами организации общественного сотрудничества представителей различных сегментов общества со СМИ;

- умение оказать помощь внештатным авторам при подготовке их материалов для СМИ;

- умение работать с редакционной почтой;

- знание форм и владение методами организации общественных обсуждений, дискуссий, подготовки материалов и передач с участием аудитории, интерактивных коммуникационных проектов (в том числе с использованием Интернета);

- понимание природы общественного мнения как важнейшего социального института в обществе и в функционировании СМИ, знание способов и методов его изучения;

- владение методами представления общественного мнения в СМИ;

- знание основ PR-деятельности в сфере СМИ.

в) Журналистская редакторская работа:

- владение основами методики редактирования различных материалов для СМИ.

г) Программирующая деятельность:

- знание видов, типов программирования и планирования в СМИ;

- знание методов разработки концепции и модели издания (теле-, радиопрограмм), анализа редакционной деятельности;

- владение основами знаний в области информационного маркетинга.

д) Производственно-технологическая деятельность:

- знание современной техники и технологии в сфере различных видов СМИ;

- умение подготовить газетный, журнальный, радио-, телевизионный материал или текст для размещения в сетевых медиа в соответствии с принятыми технологическими требованиями;

- знание методов работы с ретранслируемой информацией (официальные материалы, материалы информационных агентств, служб изучения общественного мнения и т.д.);

- знание основ рекламной деятельности в СМИ (содержательный и экономический аспекты).

1.03. Государственным образовательным стандартом специальности предусматриваются следующие виды учебной и производственной практик:

- учебно-ознакомительная практика, цель которой - познакомить студентов с организацией работы в различных средствах массовой информации, дать первые навыки подготовки новостных (информационных) материалов;

- первая производственная практика (работа в редакциях), в программу которой входит подготовка материалов в разных информационных жанрах;

- вторая производственная практика (работа в редакциях), в программу которой входит подготовка информационных и проблемно-аналитических публикаций;

- третья производственная практика - работа в различных средствах массовой информации, в программу которой входит подготовка проблемно-аналитических выступлений в соответствии с избранной специализацией;

- преддипломная практика - работа в органах печатной и электронной прессы, в программу которой входит подготовка публикаций по теме творческого дипломного сочинения.

1.04. При разработке данного Положения и Программ учебно-ознакомительной и производственной практик учитывались Государственный образовательный стандарт специальности 030601 "журналистика" (ГОС-2000) и типовое Положение о практике студентов АмГУ.

1.05. Развивая методику учебного процесса, кафедра журналистики организует непрерывную (сквозную) круглогодичную практику студентов. В течение учебного года студент готовит несколько публикаций (радио- и телесюжетов) по ходу теоретического изучения творческих методов сбора информации и методов интерпретации и анализа, жанров и т.п., а в период плановой летней практики отрабатываются и закрепляются навыки непосредственно в редакциях СМИ под руководством профессиональных журналистов.

1.06. Студенты первого и второго года обучения в соответствии с учебным планом выпускают учебную газету (радио-, телепередачу) с использованием современных компьютерных технологий в реальном рабочем режиме, соответствующем технологическому циклу и графику СМИ.

II. УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА

2.01. Первая плановая практика проводится на первом курсе и по сути своей носит учебно-ознакомительный характер.

2.02. Время проведения: а) в течение учебного года в рамках изучения журналистских дисциплин: "Техника и технология СМИ", "Основы журналистики"; б) с 29 июня по 2 августа (пять недель). Сроки сдачи материалов практики до 20 сентября.

2.03. Время защиты практики: а) опубликованные материалы и выполненные в течение учебного года представляются к летней экзаменационной сессии; б) разбор и защита летней плановой практики проводится на практических занятиях в рамках курса "Основы творческой деятельности журналиста" на втором курсе в октябре-ноябре. Оценка: зачет/незачет.

2.04. Задачи практики:

а) знакомство с организацией и планированием работы редакции, процессом выпуска и оформления газеты;

б) овладение информационными жанрами. Студент должен уметь выбрать тему, собрать и обработать материал, профессионально общаться и т.д.;

В течение летнего периода практики студенты совершенствуют и закрепляют приобретенные навыки в печатных и электронных СМИ.

2.05. Содержание практики:

а) на первом этапе в рамках изучения курса "Техника и технология СМИ" студенты знакомятся с организацией работы редакции газеты, с функционированием ее отделов, получают представление о всех стадиях газетного производства (написание и редактирование материалов, макетирование и электронная верстка, виды печати и т.д.);

б) в течение двух первых семестров студент овладевает методикой сбора информации, компоновкой и обработкой собранного материала, готовит к публикации материалы выполненные в различных информационных жанрах по мере изучения курса "Основы журналистики".

г) во время плановой летней практики (июль-август) студенты самостоятельно работают в редакциях газет и выполняют творческий минимум.

2.06. Объем практики:

а) к моменту проведения летней практики студент-практикант представляет публикации, выполненные в информационных жанрах (несколько заметок, интервью, репортаж, отчет, 2-3 авторских материала);

б) за время прохождения летней практики студент-практикант обязан представить к защите несколько собственных опубликованных (прозвучавших в эфире) материалов информационных жанров общим объемом не менее 300 строк (15-20 минут).

III. ПЕРВАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

3.01. Она проводится для студентов второго курса.

3.02. Время проведения: а) в течение учебного года в рамках изучения курса "Основы творческой деятельности журналиста": б) после летней экзаменационной сессии – пять недель. Сроки сдачи материалов практики до 20 сентября.

3.03. Время защиты: а) публикации, выполненные в течение учебного года, представляются к летней экзаменационной сессии: б) защита и разбор осуществляются на третьем курсе в рамках спецсеминаров в октябре - ноябре. По итогам ее выставляется оценка.

3.04. Задачи практики:

а) детальное знакомство с редакционной работой и практическое участие в процессе выпуска печатного издания:

б) овладение аналитическими и художественно-публицистическими жанрами.

Студенты должны:

- продемонстрировать умение анализировать ситуацию, показать противоречивую природу явления, его положительные и отрицательные тенденции;

- творчески подходить к постановке проблемы;

- использовать образные ресурсы публицистики.

3.05. Содержание практики:

а) в течение учебного года активно участвуют в выпуске университетской многотиражной газеты и готовят тематические полосы для местных городских (районных) и областных изданий и электронных СМИ;

б) в течение летней практики студенты совершенствуют и закрепляют приобретенные навыки в электронных и печатных СМИ.

3.06. Объем практики:

а) к моменту проведения летней экзаменационной сессии практикантом должны быть представлены опубликованные в местных СМИ:

- корреспонденция, статья, обозрение, обзор печати, рецензия (1 жанр на выбор):

- фельетон, очерк (один жанр на выбор):

- 4-5 авторских материалов.

б) по итогам летней плановой практики студент обязан представить к защите:

- несколько собственных опубликованных (прозвучавших в эфире) информационных, аналитических и художественно-публицистических материалов общим объемом не менее 400 строк (20 минут):

- два макета полос:

- организованный и подготовленный материал рекламного характера.

IV. ВТОРАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

4.01. Проводится для студентов третьего курса.

4.02. Время проведения: а) в течение учебного года; б) после экзаменационной сессии – пять недель. Сроки сдачи материалов практики до 20 сентября.

Время защиты: а) опубликованные материалы представляются к летней сессии; б) защита и разбор проводится на четвертом курсе в рамках спецкурсов и семинаров в октябре-ноябре. По итогам ее выставляется оценка.

4.04. Задачей практики является освоение специализации:

а) в определенных жанрах и тематике;

б) в производстве и оформлении газет;

в) печатных и электронных СМИ, рекламных агентствах, службах паблик рилейшнз.

4.05. Содержание практики:

а) для специализирующихся в печатных СМИ - работа в качестве корреспондента, дублера дежурного по номеру, дублера выпускающего, дублера ответственного секретаря, фотокорреспондента;

б) для специализирующихся в электронных СМИ - работа в качестве корреспондента, теле-, радиоведущего, редактора-организатора и т.д.;

в) для специализирующихся в рекламных агентствах и службах паблик рилейшнз - работа в качестве рекламного агента, представителя службы паблик рилейшнз (пресс-службы).

4.06. Объем практики:

а) к моменту проведения летней сессии практикант должен представить необходимые материалы в соответствии с планом работы, утвержденным руководителем практики;

б) по итогам летней производственной практики студент обязан представить к защите:

- для работающих в качестве корреспондента - несколько опубликованных собственных материалов, жанрово и тематически отражающих специализацию студента, а также подготовленные авторские материалы общим объемом не менее 700 строк:

- для специализирующихся на работе в электронных СМИ - 10-15 подготовленных и прозвучавших в эфире информационно-аналитических материалов общим объемом не менее 40 минут:

- для специализирующихся на работе в секретариате - несколько опубликованных материалов общим объемом не менее 500 строк, а также не менее 6 макетов полос, подготовленных на материалах редакции с необходимыми расчетами:

- для работающих в качестве фотокорреспондента - несколько опубликованных материалов общим объемом не менее 500 строк, а также опубликованные материалы в разных жанрах (фоторепортаж, фотоочерк, 3-5 фотоинформаций).

- для специализирующихся на работе в рекламных агентствах и службах публичных отношений (пресс-службах) объем практики должен соответствовать двухнедельной норме штатного сотрудника (заверяется руководителем редакции или агентства).

4.07. Студенты, проходившие практику в рекламных агентствах, пресс-службах обязаны представить к защите материалы (сценарии рекламных роликов и PR-акций, рекламные/имиджевые тексты, пресс-релизы и т.п.), заверенные руководителем, а также видеокассеты/аудиокассеты, газетные вырезки, которые бы подтверждали их использование журналистами и редакциями СМИ.

4.08. Студенты по итогам второй производственной практики определяются в тематике будущего практического дипломного проекта.

V. ТРЕТЬЯ ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

5.01. Производственная практика проводится на четвертом курсе.

5.02. Время проведения: а) в течение учебного года; б) летняя практика – восемь недель.

5.03. Время защиты: а) в преддверии летней сессии; б) по итогам производственной практики на пятом курсе в октябре - ноябре. Сроки сдачи материалов практики до 20 октября.

5.04. Задачами практики являются совершенствование умений студента глубоко и в диалектических связях воспринимать предмет специализации.

5.05. Содержание практики:

а) для специализирующихся в печатных СМИ - работа в качестве корреспондента, обозревателя, дублера ответственного секретаря, дублера заведующего отделом оформления (бильдредактора), фотокорреспондента:

б) для специализирующихся в электронных СМИ - работа в качестве корреспондента, теле-, радиоведущего, редактора организатора, помощника режиссера и т.д.

в) для специализирующихся в рекламных агентствах и службах паблик рилейшнз - работа в качестве рекламного агента, организатора рекламной кампании, представителя службы паблик рилейшнз (пресс-службы).

5.06. Объем практики:

а) к моменту проведения летней сессии студент должен представить необходимые материалы в соответствии с планом работы, утвержденным руководителем практики;

б) по итогам третьей производственной практики студент обязан представить к защите:

- для работающих в качестве корреспондента или обозревателя - несколько опубликованных собственных материалов, жанрово и тематически отражающих специализацию студента, а также авторские материалы, общим объемом не менее 800 строк;

- для специализирующихся на работе в электронных СМИ - несколько подготовленных и прозвучавших в эфире материалов аналитического характера, общим объемом не менее 40-50 минут;

- для работающих в качестве сотрудника секретариата - не менее 5 макетов полос формата А3 или трех макетов полос форматом А2, подготовленных на материалах редакции, с необходимыми расчетами;

- для работающих в качестве фотокорреспондента - не менее 10 различных фотоматериалов (из них не менее 3-х - в серийных жанрах фоторепортажа, фотоочерка, фотонovelлы);

- для специализирующихся на работе в рекламных агентствах и службах паблик рилейшнз (пресс-службах) объем практики должен соответствовать месячной норме штатного сотрудника (заверяется руководителем редакции или агентства).

VI. ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

6.01. В 10 семестре возможна преддипломная практика сроком три недели с 2 по 22 марта в том случае, если характер дипломного сочинения носит практический и требует наработки публикаций или теле-, радиосюжетов по выбранной теме.

6.02. Для выпускников, выполняющих исследовательскую дипломную работу, время, отведенное на преддипломную практику, используется для углубленного изучения теории и практики той сферы журналистики, с которой связана его специализация, и сбора материала по теме дипломного сочинения.

VII. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ ПРАКТИКАНТА

7.01. Права практиканта:

Практикант имеет права, гарантированные Конституцией РФ, "Законом о СМИ", "Законом о рекламе" и пр. законодательными документами. Кроме того, практикант может:

- а) выбрать место прохождения практики с учетом своей специализации, исходя из финансовых возможностей вуза;
- б) самостоятельно определить место прохождения практики;
- в) при необходимости и с согласия непосредственного руководителя изменить место прохождения практики;
- г) одновременно сотрудничать с несколькими редакциями, агентствами или службами в соответствии со своей специализацией;
- д) заменить один жанр другим (из соответствующей группы публицистических жанров);
- е) получать гонорар за свои публикации и рекламные материалы;
- ж) работать как нештатным, так и штатным сотрудником (по согласованию с руководством места прохождения практики) с получением соответствующего удостоверения;
- з) апеллировать в деканат в случае несогласия с результатами оценки практики;
- и) представить как уже опубликованные, так и подготовленные к печати материалы (как находящиеся в "портфеле редакции", так и отвергнутые по объективной причине). Неопубликованных материалов при этом должно быть не более 20% минимального объема практики.

к) начиная с третьего курса предложить кафедре журналистики назначить руководителя в соответствии со своей специализацией.

7.02. Обязанности студентов-практикантов.

Действия студентов-практикантов должны полностью соответствовать Конституции, "Закону о СМИ", "Закону о рекламе" и другим законам РФ. В случае прохождения практики за рубежом - законам и нормативным актам страны пребывания.

Практикант обязан:

а) полностью и в установленные сроки выполнять задания, предусмотренные программой практики;

б) нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными сотрудниками;

в) собственные подготовленные к публикации материалы подписывать с добавлением "студент отделения журналистики АмГУ".

VIII. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ

8.01. Распределение на практику, а также учебно-методическое руководство ею осуществляет кафедра журналистики филологического факультета. В течение учебного года контроль за выполнением практических заданий осуществляют преподаватели, ведущие журналистские спецкурсы, руководители спецсеминаров.

8.02. Кафедра журналистики формирует информационную базу данных о СМИ Амурской области, постоянно обновляет сведения о редакциях и журналистских коллективах, в которых проходят практику или планируется проведение производственной практики студентами отделения журналистики. Кафедра журналистики и деканат филологического факультета на основании заключенных договоров с редакциями СМИ и присланных заявок на практикантов от журналистских коллективов готовит проект приказа ректора АмГУ о направлении студентов на летнюю учебно-ознакомительную и производственные практики.

8.03. Студенты, изъявившие проходить практику в соответствии со своей специализацией и в конкретной редакции, обязаны к 30 апреля представить

документ, подтверждающий официальный вызов-приглашение на работу в редакцию.

8.04. От кафедры назначается руководитель, который осуществляет подготовительную работу и контроль за прохождением студентами практики.

8.05. Получив назначение, студенту рекомендуется внимательно ознакомиться с комплектами газет, в которых ему предстоит стажироваться, изучить соответствующую справочную литературу. По прибытии на место практики редакция помогает студенту ближе ознакомиться с экономикой и культурой района, города, области, края, с их специфическими особенностями, вводит в курс ближайших задач газеты.

8.06. Редактор или редколлегия направляет практиканта в отдел для работы в качестве корреспондента, по возможности в соответствии со специализацией, избранной им (тематической, жанровой и т.д.) Редактор назначает руководителя практики из наиболее квалифицированных сотрудников редакции; студент должен ознакомить своего наставника с программой практики. Затем они вместе составляют индивидуальный план работы на основе этой программы и редакционных планов. Руководитель оказывает студенту необходимую помощь, контролирует выполнение плана, а по окончании практики пишет ему творческую характеристику.

8.07. В период практики студенту следует вести дневник. Это - важный отчетный документ, который свидетельствует об организации труда практиканта, встретившихся трудностях объективного и субъективного характера, его успехах и неудачах при подготовке каждого материала.

IX. ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ

9.01. Перед летней экзаменационной сессией и после летней производственной практики студент обязан представить руководителю (или преподавателю, который читает спецкурс) следующие материалы:

- а) отчет и дневник практиканта соответствующего образца;
- б) творческое досье (публикации, фотоснимки, макеты полос и т.п.)
- в) характеристику.

9.02. Все материалы творческого характера оформляются по установленному образцу. Газетные публикации аккуратно помечаются. В верхней части номера

указываются: Ф.И.О. студента, курс, полоса, название материала и дополнительные сведения: материал под псевдонимом, авторский и т.д.

9.03. Каждая публикация должна быть представлена в количестве не менее двух экземпляров.

9.04. Материалы, не опубликованные в печати, а также тексты теле, радиопередач представляются в виде машинописных оригиналов, отпечатанных в соответствии с установленными правилами, а также видеокассеты или аудиокассеты с записями своих передач (программ), сюжетов... Дубликаты своих и авторских материалов, находящихся в редакции, а также черновики необходимо оставлять у себя до окончания защиты.

9.05. Макеты полос представляются на макетных бланках, фотопубликации представляются в виде вырезок из газеты вместе с оригиналом. Все материалы должны быть заверены подписью ответственного сотрудника и печатью редакции.

9.06. На каждого студента, обучающегося на отделении журналистики, заводится творческое досье (папка на титуле которой записываются данные студента), к которому приобщают все материалы творческого характера в течении всего периода обучения в вузе. Защита творческого досье за весь период обучения проводится в рамках государственного экзамена в качестве третьего вопроса (См. Положение о творческом досье студента отделения журналистики АмГУ).

9.07. Порядок защиты:

9.07.01. Из числа группы студента назначается рецензент, который совместно с преподавателем осуществляет разбор практики. Обсуждение проводится публично в группе. Оно состоит из выступления студента - практиканта с отчетом, рецензента из числа студентов группы, обсуждения остальных студентов, заключения преподавателя и объявления предварительной оценки за практику.

9.07.02. Первая производственная практика оценивается по двухбалльной системе ("зачтено", "не зачтено"). В случае особенно хороших результатов практики может быть выставлена оценка "отлично". Вторая, третья и четвертая - по четырехбалльной ("отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно").

9.07.03. Основными критериями для оценки являются: характеристика, выполнение обязательного минимума заданий, профессиональный и литературный уровень написанных студентом и авторских материалов.

9.07.04. По усмотрению преподавателя практика может быть рассмотрена в порядке индивидуальных бесед.

9.08. После разбора практики в группах проводится обсуждение, на котором подводятся итоги и утверждаются оценки. Организуются выставки лучших работ студентов. Конкурсная комиссия определяет лучшие материалы по жанрам и темам.

Х. ТВОРЧЕСКОЕ ДОСЬЕ. ДНЕВНИК И СХЕМА ОТЧЕТА О ПРАКТИКЕ

10.01. Материалы практики хранятся на кафедре в течение всего обучения студента и входят в его творческое досье.

10.02. Студент обязан представить отчет о практике, в котором должен указать:

- Когда и где проходил практику (название газеты, местонахождение редакции, фамилия редактора, основные типологические признаки издания).

- В каком отделе (отделах) и кем работал.

- Как выполнены план и программа практики (отметить, что не выполнено и почему).

- Какие материалы написаны по своей инициативе; по заданию редакции.

- Какая практическая помощь была оказана авторскому активу (работа с письмами, авторами, дискуссии и т.п.)

- Методы организации материалов и сбора информации. Подробно остановиться на материалах, которые подготовлены самостоятельно в командировке.

- Какие затруднения встречались при сборе и литературном оформлении материалов. Какую помощь оказывал руководитель практики.

- Участие во внутриредакционной жизни (дежурство, планирование, летучки, планерки).

- Предложения и рекомендации относительно совершенствования деятельности редакции.

- Подведение итогов и предложения относительно организации очередной практики.

II. ПОЛОЖЕНИЕ О ТВОРЧЕСКОМ ДОСЬЕ

1. Творческое досье является одним из основных показателей профессионального роста студента в течение всего периода обучения в университете, овладения им навыками и умениями ведения различными видами профессиональной деятельности в свете квалификационных требований, изложенных в государственном образовательном стандарте специальности 030601 «Журналистика».

2. Творческое досье заводится на студента с момента поступления в университет и ведется до окончания учебного процесса, с итоговой защитой о проделанной работе за пять лет учебы на междисциплинарном государственном экзамене по специальности.

3. Содержание творческого досье (портфолио) студента:

3.1. Творческое досье студента включает отчеты о прохождении учебной и производственных практик и отзывы руководителей от редакций СМИ и кафедры, опубликованные материалы, прошедшие сюжеты в теле и радио-эфире, подготовленные рекламные и PR-материалы, дизайнерские и оформительские работы, фотографии, материалы редакторской, продюсерской или иных видов деятельности.

3.2. Творческое досье может включать и материалы, подтверждающие участие в научных исследованиях, дипломы и документы о поощрениях и награждениях за успехи в профессиональной и научной деятельности.

4. Защита творческого досье.

4.1. Защита выпускником своего творческого досье происходит в рамках междисциплинарного государственного экзамена по специальности и является самостоятельной и важнейшей его частью. Цель этой части экзамена – проверка умения выпускника решать профессионально-практические задачи, соответствующие уровню подготовки специалиста в условиях реальной практики профессиональной деятельности, что позволяет сократить сроки его профессиональной адаптации.

4.2. Студент представляет на заседание ГЭК творческое досье (портфолио) за весь период обучения, а также в письменной форме резюме, которое представляет собой обобщающий отчет и подборку материалов демонстрирующих профессиональный рост, овладение специализацией.

4.3. Отчет студента включает сведения, анализ и результаты практик за весь период обучения (подробно разбирая профессиональные проблемы, задачи и результаты работы), извлечения из характеристик от руководителей СМИ (особенно как устранялись замечания и реализовывались предложения), взаимосвязь профессионально-творческой деятельности с научно-исследовательской работой и т.д. Объем отчета должен составлять 3-8 страниц.

4.4. Студент самостоятельно отбирает не менее десяти материалов и представляет их рецензенту из числа преподавателей кафедры или сотрудников средств массовой информации.

4.5. Руководитель практики от кафедры на творческое досье пишет заключительный отзыв, в котором анализирует динамику профессионального роста выпускника за весь период обучения.

4.6. Наличие полного творческого досье является допуском к сдаче государственного экзамена по специальности. Оно сдается на кафедру журналистики и на его титульной странице заведующий кафедрой делает соответствующую отметку.

5. Процедура защиты творческого досье.

5.1. Защита творческого досье происходит в открытой форме в рамках государственного экзамена по специальности и является третьим экзаменационным вопросом.

5.2. Процедура защиты творческого досье предполагает: краткий отчет выпускника, ознакомление членов государственной экзаменационной комиссии с творческим досье, вопросы и замечания членов ГЭК и итоговое решение комиссии.

5.3. Краткий отчет выпускника о прохождении практики за годы обучения не должен превышать 10-15 минут.

6. Критерии оценки творческого досье выпускника

6.1. В критерии оценки творческого досье выпускника входят: систематичность подготовки им журналистских материалов в течение всего периода обучения и их уровень; умение работать с разнообразными источниками информации; на достаточном профессиональном уровне готовить собственные и авторские материалы для печати, телевидения, радио, сетевых СМИ в зависимости от специализации (новизна подхода, достаточная

фактическая основа, четкость аргументации, обоснованность выводов, использование разнообразных жанров, изобразительно-выразительных средств, учет особенностей аудитории).

6.2. В случае участия выпускника в разработке нового медийного проекта учитываются такие характеристики, как его инновационность, обоснованность концепции, проработанность маркетинговой стратегии, экономическая эффективность, практическая значимость.

ДНЕВНИК ПРАКТИКАНТА

ДНЕВНИК ПРАКТИКАНТА

Студента

(фамилия, имя, отчество)

проходившего производственную практику за _____ курс в редакции

_(наименование газеты, студии, агентства и пр.)

с _____ 2 _____ г. по _____ 2
_____ г.

Благовещенск
200_ г.

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент _____
(фамилия, имя, отчество, курс, группа)

направляется для прохождения производственной практики в редакцию

(наименование газеты, студии, агентства и пр.)

Срок практики с _____ по _____

Декан филологического факультета

М.П. _____ И.И.Лейфа
(подпись)

линия отрыва

ПОДТВЕРЖДЕНИЕ О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

Студент _____
(фамилия, имя, отчество, курс, группа)

действительно проходил производственную практику в редакции

(наименование газеты, студии, агентства и пр.)

с _____ по _____ 200
____ г.

Руководитель практики от редакции

М.П. _____ Редактор (руководитель) _____

(фамилия, инициалы) (должность, фамилия, инициалы)

Дата	Краткое изложение о проделанной работе
1	2

СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ МАТЕРИАЛОВ

№№ п/п	Заголовок к публикации	Номер газеты, дата выхода
-----------	------------------------	------------------------------

СПИСОК МАТЕРИАЛОВ ПОДГОТОВЛЕННЫХ К ПЕЧАТИ (работа с письмами читателей)

№№ п/п	Заголовок материала	Номер газеты, дата выхода
-----------	---------------------	------------------------------

**СПИСОК МАТЕРИАЛОВ, НЕ ПРИГОДНЫХ
ДЛЯ ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМ ИЛИ ИНЫМ ПРИЧИНАМ**

№№ п/п	Заголовок материала	Причина отказа в публикации
-----------	---------------------	--------------------------------

ОТЗЫВ – ХАРАКТЕРИСТИКА НА ПРАКТИКАНТА

М.П.

Руководитель _____

ОТЧЕТ О ПРАКТИКЕ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ РУКОВОДИТЕЛЯ ОТ КАФЕДРЫ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ КАФЕДРЫ

На заседании Совета кафедры

_____ (дата, № протокола)

практика студента

_____ (фамилия, инициалы)

признана _____ и утверждена оценка _____
(зачтенной, незачтенной)

зав. кафедрой
журналистики

О.Б. Арчакова

ОБРАЗЦЫ ОТЧЕТОВ И ХАРАКТЕРИСТИК

1. Корреспондент отдела новостей редакции газеты «Амурская правда»

Я, Чупрова Ольга, проходила летнюю производственную практику в редакции газеты «Амурская правда» в качестве корреспондента отдела новостей. За мной была закреплена ежедневная рубрика «Хроника происшествий». Хочу отметить, что осознание того, что несешь ответственность за определенную рубрику, которая не может выйти, очень мобилизует и самодисциплинирует. За четыре года журналистской практики я впервые очень тесно сотрудничала с работниками правоохранительных органов.

Помимо ежедневной работы с пресс-релизами, мне посчастливилось общаться со старшими следователями областной, городской и транспортной прокуратуры. Впечатления остались самые приятные.

Интересная ситуация сложилась со сбором информации для темы номера по поводу крупного скандала с участием благовещенских таможенников. Сотрудники предприятия наотрез отказывались комментировать ситуацию, уходили от ответов, прикрывая тем самым руководство таможни. Ссылаясь на неоднозначность дела, заявляли о том, что искать правды кроме как у них больше нигде. Впрочем, ситуацию с коррупцией охотно прокомментировали прокурор области, предоставив всю нужную информацию. Так появился материал «Таможенники накормили город ворованным мясом» («Амурская правда», 15 сентября 2006 г.) и, который стал главной темой номера.

Шеф-редактор газеты осталась довольна моей работой.

2. Фотокорреспондент редакции газеты «Комсомольская правда» в Приамурье»

Я, Аникина Валерия Валерьевна прошла производственную практику за 4 курс в редакции газеты «Комсомольская правда» в Приамурье». В срок с 8 июля по 20 августа 2006 г. полностью замещала Д. Гудзовского, фотокорреспондента «КП». За всю практику в газете вышло 63 моих снимка. Из них 35 относятся к новостным материалам, 13 страница «Спортзал» (27 июля), 6 – рекламные материалы, 5 – для рубрики «Мисс КП» в Амурской области -2006», 4 – для фотоколлажа.

В мои обязанности входило: присутствие на утренней планерке, съемка оговоренного, по понедельникам – фото для развлекательной страницы, по пятницам – предоставление снимка для рубрики «Мисс КП».

В ходе практики были задействованы 7 снимков из моего фотоархива. К сожалению, пришлось сделать целых 7 постановочных кадров, репортажным методом сделаны около 10 снимков.

Считаю, что данная практика оказалась для меня просто необходимой – я впервые работала в ежедневном издании, да еще и единственным фотокорреспондентом. И после прохождения практики редакция обращалась ко мне за иллюстрациями.

3. Корреспондент корпоративной газеты

В прошлом году я проходила летнюю практику в качестве журналиста в газете «Твоя провинция».

В 2006 г. я продолжила свою деятельность в газетах «Единая Россия», «Амурский дилижанс», журнале «Женский магазин» (материалы рекламного характера), В апреле мне была предложена работа журналиста в корпоративной газете Амурской Нефтяной Компании «АНКа».

Официально, сотрудничество с «АНК-холдингом» началось в мае, однако, первые материалы были написаны еще в апреле. То есть, практически три месяца я работала под руководством главного редактора. В июле меня приняли в штат, с новым назначением – гл. редактор. Круг обязанностей расширился. Помимо написания материалов, я стала заниматься их редактированием, дизайном, версткой, подготовкой документов для типографии. В общем, нести полную ответственность за выпуск газеты: от начала – до конца.

Трудность заключалась в том, что я впервые столкнулась с подобной работой, тем не менее, после выпуска первого номера (а он дался с большим трудом), все образовалось. Сейчас я могу работать четко и отлажено.

Для газеты мною был разработан макет первой полосы (включая композиционно-графическую модель), отрезной купон для читателей (обратная связь), открыты новые рубрики: «АНКОР» - Медкомплекс new's» и «Что день грядущий нам готовит?». В процессе работы возникла идея «вырезать» фото и сделать язык газеты более живым и понятным (использовать юмор и пр.), расширить рубрику «Я работаю в АНК». Освещать крупные, значимые события, было решено на внутреннем развороте, что, замечу, стало пользоваться успехом у работников (начали вешать «АНКу» на стенды в своих офисах). Одним словом, газета стала пользоваться спросом, собирать положительные отзывы.

Определенную трудность составлял отбор фото (их, в основном, делает фотограф, иногда – я) для первой полосы. Затем, эта работа стала занятием увлекательным и интересным. С выбором заголовков для материалов бывало сложновато (помогало обращение к теории).

На мой взгляд, работа редактора и журналиста в одном лице достаточно сложна и требует большого внимания и высокого чувства ответственности. Но, в то же время, это занятие очень интересное и увлекательное. Каждый раз я получаю большую отдачу и моральное удовлетворение от своего очередного «ребенка» - новенького номера «АНКа». Мне нравится моя профессия.

ОБРАЗЦЫ ИТОГОВЫХ ОТЧЕТОВ ДЛЯ ТВОРЧЕСКОГО ДОСЬЕ

«УМЕНИЕ ВИДЕТЬ ТЕМУ – ВЕДУЩЕЕ КАЧЕСТВО ЖУРНАЛИСТА»

За период с августа 2003 года по декабрь 2006 года я работала в таких изданиях, как «Амурская правда», «Российская газета», «Витрина», «Амурский университет», «Амурская медицина». Издания эти относятся к разным типам (общественно-политические, корпоративные, ведомственное), поэтому работа в каждом из них имела свою специфику.

Одной из самых плодотворных я считаю свою первую летнюю практику в «Амурской правде», где я в течение месяца освоила все новостные жанры, научилась вникать в разные темы и в то же время быстро «переключаться» с одной на другую. Кроме того, я научилась оперативно собирать информацию, излагать мысли в текстах лексически и стилистически верно. Руководитель практики от редакции Н.Слукина хорошо контролировала мою работу, но и давала возможность применять свой подход к материалу (например, в выборе жанра, метода сбора информации и т.д.). Если она вносила исправления в мои тексты, то всегда объясняла, почему это делает – в общем, учила меня журналистике на практике, благодаря чему я действительно приобрела много навыков и новых знаний.

Вторую практику я проходила в издании совершенно иного типа – газете «Витрина», и материалы, которые я писала для этого издания, принципиально отличались от написанных в течение предыдущей практики. Это были имиджевые тексты, касающиеся той или иной стороны деятельности Амурской ярмарки. Они – гораздо более персонифицированные (явно прослеживается субъективный взгляд автора), неностного характера. Благодаря руководителю практики, опытному журналисту и редактору В.П.Кобзарь, я освоила новые для себя методы сбора информации: наблюдение, эксперимент, а также познакомилась с организацией работы такой структуры, как пресс-центр. В течение этой же практики состоялся мой первый опыт написания собственно рекламного текста, с которым возникли проблемы: я ощутила разницу между информационным сообщением, стремящимся к объективности, и односторонним рекламным материалам. Сделала вывод, что писать рекламные тексты нужно специально учиться, но, по крайней мере, пока, я этого делать не собираюсь, т.к. мне ближе собственно журналистская работа.

Начиная с третьего курса, я постоянно работала в редакциях газет: сначала «Амурский университет», затем «Амурская медицина», а с середины пятого курса – «Российская газета». Такая практика дала мне возможность

ознакомиться со всем процессом производства периодического печатного издания – от сбора информации до выхода номера из типографии.

В газете «Амурский университет», объем которой был достаточно большим (32 полосы), притом, что работали в редакции только два сотрудника, я научилась работать много и быстро, хотя это стало получаться не сразу. Тематика всех материалов так или иначе касалась жизни университета, но была разнообразной – от студенческой самодеятельности до научных конференций всероссийского уровня. В этой редакции я выполняла не только собственно журналистскую работу по сбору информации и написанию материалов, но и редактировала тексты, приносимые в редакцию «добровольными корреспондентами» - студентами и преподавателями.

В этом же издании я столкнулась с серьезной этической проблемой, когда задание редакции расходилось с моими личными убеждениями (при написании рекламного материала о вечеринке в ночном клубе и сочинении гороскопа к Новому году).

Опыт наиболее длительного сотрудничества с одним изданием – моя работа в «Амурской медицине», ведомственной газете, органе издания АГМА, под руководством опытного журналиста В.И.Кохно. В этой редакции я научилась видеть медицинскую тематику с разных сторон, писала материалы в разных жанрах, но в основном информационных (интервью, репортаж, заметка, отчет и др.), подготавливала к печати нежурналистские тексты.

С этим же изданием связаны наиболее запомнившиеся моменты, когда я училась на своих ошибках. Например, мною была допущена ошибка в общении с одним из источников информации – главным внештатным психиатром департамента здравоохранения Администрации Амурской области. По телефону я задала ему вопрос о том, как будет отмечаться в текущем году День психического здоровья, и при этом не предупредила, что записываю его слова, а значит, они попадут в печать. Он ответил, что никаких ярких событий, какие были в прошлые годы, в этот раз не намечается. Его слова вошли в заметку. Впоследствии выяснилось, что он бы мог рассказать некоторые интересные факты, однако считал, что я спрашиваю о том, будут ли какие-то мероприятия, на которых я, как журналист, могла бы присутствовать – в общем, просто интересуюсь планами психиатрической службы на этот день. Кроме того, я неправильно указала в заметке его должность. Заметка, как оказалось, вызвала насмешки коллег моего респондента. Гнев главного психиатра вылился не на меня, а на редактора (просто потому, что в тот момент меня не было в редакции). Однако этот случай научил меня более корректно строить разговор с любым источником информации.

В течение всего времени журналистской работы самым большим затруднением для меня был поиск тем для будущих материалов. Практически все темы мне давали редакторы либо подсказывали другие журналисты. В последние месяцы работы в «Амурской медицине» и во время сотрудничества с

«Российской газетой» я стала учиться искать темы для аналитических материалов в новостных сообщениях. Пока умение видеть тему остается номером один в списке того, чему мне, как журналисту, еще предстоит учиться.

Курсовые работы, написанные мной на 2-4 курсах, имели практическое значение для моей работы в СМИ. Так, курсовая работа по современному русскому языку на тему «Нормативный аспект устной речи в СМИ» включала в себя изучение специальной литературы по культуре речи и стилистике, а также самостоятельный анализ нормативности речи журналистов в передачах разного типа на центральном и местном телевидении. Это позволило мне научиться внимательно следить за языком своих собственных журналистских материалов, соблюдать лексическую точность при изложении мыслей и выработать собственный стиль.

При написании курсовой работы на тему «Эволюция газетных заголовков в амурской прессе за период 1901-1991 гг.» я изучала местные печатные издания разных лет, что было полезно в аспекте знакомства с историей прессы Приамурья и историей самого Приамурья, отраженной в журналистских материалах. Кроме того, анализ именно заголовков и заголовочных комплексов (рубрика-заголовок-подзаголовок-лид) привел к выводам, важным для собственной творческой деятельности (как создавать заголовки для своих материалов).

Курсовая работа на тему «Освещение медицинской темы в СМИ: этический аспект (на примере публикаций об атипичной пневмонии)» позволила оценить, как подходят разные издания к освещению одной и той же темы, сложной в этическом отношении. В курсовой работе я подробно анализировала этические кодексы журналистов и медиков, что позволило выявить точки их пересечения, главной из которых является принцип «Не навреди». Поскольку в течение более чем полутора лет я работала в газете «Амурская медицина», медицинская тематика была хорошо мне знакома, и данная курсовая работа была важна для моей собственной журналистской практики.

Рабочее название темы моей дипломной работы – «Здоровье населения Амурской области: информационное обеспечение (публикации за 2006-2007 гг.)» Дипломная работа будет касаться, прежде всего, освещения в местных СМИ мероприятий, проводимых в рамках национального проекта «Здоровье». Тип дипломной работы – творческая, т.е. предполагающая создание и анализ собственных публикаций на указанную тему.

НЕ ТОЛЬКО УЧИТЬСЯ, НО И ПОСТОЯННО ПРОЯВЛЯТЬ ИНТЕРЕС К ЖИЗНИ

(Заключительный отзыв руководителя от кафедры)

Студентка Шадрина А.А. проходила учебную и производственные практики согласно ГОС специальности, учебным планам и графикам, а также

выполнила четыре курсовые работы по проблемам функционирования газетной периодики Амурской области. Студентка совмещала учебу с работой в редакциях газет «Амурский университет» и «Амурская медицина» (в последней работает до настоящего времени) в качестве штатного корреспондента. Во время прохождения практик студентка освоила специфику работу корреспондента и репортера в разных типах периодических изданий (общественно-политические, корпоративные и ведомственные).

В редакционных отзывах о работе Анны Шадриной отмечается ее умение работать с разными источниками информации, владеет в полном объеме навыками применения разных методов сбора, интерпретации и компоновки информационного фактического материала. Несмотря на трудности в поисках интересных и общественно-значимых тем для авторских публикаций, ей удается найти неординарный ход подачи (например, материалы со школьной ярмарки, выполненные на втором курсе в основном жанре репортажа в редакции газеты «Витрина»). В своих отзывах за третий и четвертый курсы В.И.Кохно, редактор газеты «Амурская медицина» отмечает: «Студентка материалы готовит очень серьезно, бережно относится к полученной информации, не упуская ценнейших подробностей. Анна правильно расставляет акценты в материале, правдиво показывает характеры героев, событий. Умеет работать в различных жанрах. Анне свойственны вдумчивость, поступательность, планомерность в работе над материалом. Аналитичность, гибкость ума, широкий кругозор, интеллигентность свойственны ее характеру».

Студентка правильно реагирует на замечания и критику журналистов-коллег, учитывает их в повседневной работе. Замечания носят в основном чисто профессионально-производственный характер (совмещать учебу с работой около двух лет не получается без сбоев), а также рекомендательно-наставнический (советы по улучшению материала, форм подачи, композиционного решения, к подходам к раскрытию конкретных тем и проблем). Сравнивая работы студентки пятого и первого курса, то очевидна динамика накопления профессионального опыта работы будущего журналиста.

Студентка Шадрина А.А. участвовала в третьей Всероссийской олимпиаде по журналистике в Томском госуниверситете в сентябре 2006 года от Дальневосточного федерального округа. Научно-исследовательская работа непосредственно основывалась на результатах и приобретаемом и накапливаемом опыте. Неоднократно выступала с докладами на научных студенческих конференциях в университете. Тема дипломной работы предполагает научно-практический характер с обобщением собственного опыта работы по освещению проблем амурской медицины в рамках национального проекта «Здоровье».

Студентка Шадрина А.А. в ходе практики и учебы в АмГУ продемонстрировала знания, навыки и умения осуществлять различные виды профессиональной деятельности, предусмотренные ГОС специальности

«журналистика» (журналистская авторская работа, журналистско-организаторская деятельность, журналистская редакторская работа, производственно-технологическая деятельность).

«ИНТЕРВЬЮ ДОСТАВЛЯЕТ ОГРОМНОЕ УДОВОЛЬСТВИЕ»

Я, Гоман Юлия Викторовна, студентка отделения «журналистики» филологического факультета АмГУ, проходила практику в редакциях газет «Амурская правда» и «Самовар».

Летом 2003 года я практиковалась в «Амурской правде» в отделе новостей, одновременно с этим готовила материалы для молодежного приложения «Молодежка». За время практики я познакомилась с работой редакции. Кроме прямых корреспондентских обязанностей (сбор, обработка, написание материала), несколько раз выполняла обязанности дежурного по номеру (вычитывала полосы на предмет ошибок).

Поскольку это была первая практика, то все казалось очень интересным. К тому же тем летом Благовещенску исполнялось 145 лет и многие мероприятия, которые мне приходилось посещать, были связаны с этим событием (чествование почетных граждан города, открытие нового троллейбусного маршрута и т.д.). Также большинство информационных заметок рассказывают о подведении итогов различных конкурсов (к примеру, лучшее предприятие розничной торговли).

Однако подробнее мне хотелось бы остановиться на двух материалах – «За кубком по картингу... на лошадях» за 10 июля 2003 и «Мир, дружба, картинг?» за 24 июля 2003 г. После выхода первого материала на меня хотели подать в суд. Были нарушены некоторые принципы объективности журналистского текста. Недовольная сторона обратилась в редакцию (ко мне), мы побеседовали, и я написала второй материал. Предварительно посоветовавшись с редактором, как лучше его подать. Полностью осознала я свои ошибки только на втором курсе, после того, как нам начали читать курс журналистской этики. Данный инцидент послужил для меня хорошим уроком – надо опрашивать не менее двух (лучше – больше) источников информации, если пишешь о какой-то проблеме.

Этот случай, кстати, повлиял на выбор темы для первой курсовой работы – «Соблюдение норм профессиональной этики журналиста «объективность» (на примере публикаций центральных и региональных изданий)» Рассмотрение этических проблем профессии я продолжила и во второй курсовой работе – «Этические аспекты освещения террористических актов (на примере освещения теракта в Беслане)».

Но я писала не только заметки, приходилось работать и в жанре репортажа. Наиболее удачный из них – «По новому маршруту» за 19 июля 2003 г.

В характеристике мой руководитель практики от редакции Оксана Миняева отмечала, что я «добросовестно относилась к заданиям, оперативно собирала материал для публикаций, творчески подходила к написанию материалов».

Вторая практика отличалась от первой тем, что помимо работы в отделе новостей, я занималась редактированием молодежного приложения «Молодежка». Я самостоятельно подготовила два номера - №206 и №207. Мне приходилось планировать номер, раздавать задания корреспондентам, вычитывать и править материалы, подбирать иллюстрации. Не смотря на то, что «Молодежка» занимает всего лишь две полосы, но времени уходило много, приходилось тесно контактировать с шеф-редактором, доказывая необходимость того или иного материала.

Из материалов во «взрослой» газете можно отметить «Загранпаспорт без ажиотажа» за 10 августа 2004 г. Его отмечает и руководитель практики от кафедры: «Стоит отметить, что Юлия смогла из «пустого» факта сделать более или менее читающийся материал. «Загранпаспорт без ажиотажа» - это говорит о том, что журналистика может качественно выполнить любое задание редакции». Чтобы написать этот материал, мне пришлось звонить в ПВО УВД Амурской области, в ОВИР, в некоторые туристические фирмы. В ОВИР пришлось еще и съездить, чтобы посмотреть на очередь.

Практику за третий курс я также проходила в «Амурской правде». Однако на этот раз я почти не писала новостных заметок. Основной упор делался на рубрику «ТВ-персона». Конечно, интервью мне и раньше приходилось брать, но такого удовольствия от этого занятия я еще не получала. Не сразу, но постепенно я начала (как мне кажется) учиться чувствовать собеседника. Наверно, мне хотелось испытать то чувство, которое Павел Савинкин называет «кураж». Мне понравилось работать с людьми. При подготовке к интервью я старалась что-то узнать о человеке и уже, исходя из этой информации, придумывать вопросы. Тяжело было сокращать текст, приходилось вырезать целые абзацы, отдельные вопросы. Из-за такой правки иногда мне казалось, что теряется «изюминка» материала. Впрочем, на редакционной планерке с Савинкиным отметили. Его и еще интервью с Раисой Позняковой я могу назвать наиболее удачными.

Также на этой практике мне пришлось готовить пару общих с другими журналистами материалов, объединенных одной темой. К примеру, «День города отметили песнями 80-х и грандиозным фейерверком» за 19 июля 2005 г. Материал посвящен празднованию дня города и сопряженных с ним событиям. Моя часть называлась – «Матерей поздравили под прицелом телекамер», о том, как представители властей навели детей, которые родились на день города.

Практику за четвертый курс я проходила в редакции газеты «Самовар». Поскольку я писала курсовую работу на тему «Смешение типоформирующих черт различных типов изданий (на примере газеты «Комсомольская правда»)», и собиралась писать дипломную работу о развлекательной прессе, то практику

хотела пройти в какой-нибудь развлекательной газете. Оптимальным вариантом мне тогда показался именно «Самовар». Газета только недавно сменила формат – из семейной стала женской. Так у меня появилась возможность попробовать себя в новом журналистском «амплуа» - то есть поработать в развлекательной и женской газете.

Так как трехлетняя практика в «Амурской правде» наложила отпечаток серьезности, то сначала было сложно перестроиться на более легкие темы и «гламурный» стиль. С объемами материалов тоже были проблемы: сначала я не могла привыкнуть, что из-за обилия иллюстраций на полосу помещается около двухсот строк. Я писала больше, приходилось сокращать.

Первый материал, который я подготовила для «Самовара» - это «Картины можно писать перьями и камнями» (3.8.06) Если на предыдущей практике я занималась портретным интервью, то этот материал можно назвать портретным очерком. Такая форма, на мой взгляд, позволяет больше сказать о человеке, чем вопросы-ответы. И мне кажется, что мне удалось раскрыть талант и уникальность моей героини.

Материал «Восток – дело модное» (10.8.06), на мой взгляд, чисто развлекательный. Но и на серьезные темы мне тоже приходилось писать (выполняя пожелание руководителя практики от кафедры). Например, для рубрики «Эксперт» я готовила интервью с начальником Росздравнадзора – Геннадий Даниленко: «Чаще всего амурчане жалуются на стоматологов» (17.8.06), о том, с какими проблемами в эту организацию обращается население, и чем она может помочь.

На этой практике я убедилась, что всегда надо подстраиваться под формат того издания, в котором работаешь. Руководитель практики от редакции осталась довольной моей работой. Во всяком случае, замечаний по поводу качества моих материалов мне не делали.

Подводя итоги, хочу сказать, что за пять лет я успела поработать в совершенно разных жанрах, писала на разные темы. Особое удовольствие мне доставляют интервью. Это всегда живое общение. И не важно, будет ли это интервью как жанр, или просто как метод сбора информации. Над какими-то проблемными материалами работать тоже интересно. И важно. И надо. Просто пока у меня не было возможности провести какое-то серьезное расследование.

НЕ СТЫДИТЕСЬ РАЗБИРАТЬ СВОИ ОШИБКИ (Заключительный отзыв руководителя от кафедры)

Студентка Гоман Ю.В. проходила учебную и производственные практики согласно ГОС специальности, учебным планам и графикам, а также выполнила четыре курсовые работы по проблемам функционирования, трансформации

типов газетной периодики Амурской области и соблюдения журналистами этических норм в своей профессиональной деятельности. Во время практик студентка постигала специфику работы корреспондента и репортера в разных типах периодических изданий (общественно-политические качественные и массовые), а также осуществляла организаторско-редакторскую работу в приложении к газете «Амурская правда» - «Молодежка» (осуществляла общее руководство газетой, планирование и редактирование материалов, компоновка и иллюстрирование номеров).

В редакционных отзывах о работе Юлии Гоман отмечается ее умение работать с разными источниками информации (особенно если речь идет о конкретных людях), владеет в полном объеме навыками применения разных методов сбора (наблюдая за событием или поведением собеседника она подмечает и вовремя фиксирует яркие, выразительные и характерные детали и подробности, благодаря чему ее тексты получаются информационно-насыщенными, емкими и глубокими по содержанию), интерпретации и компоновки информационного фактического материала. Язык и стиль изложения точен, ясен и выразителен. Умеет находить темы в повседневной и, на первый взгляд, ни чем не примечательной жизни горожан или найти ходы решения редакционных заданий (например: Почему благовещенцы боятся стоматологов. Чем отличается женский коллектив. Готовимся к школе и т.п.). Умеет найти свое место в коллективном творчестве – в создании произведений несколькими авторами. Она на каждой практике не замыкалась в рамках одного жанра, не считала зазорным на четвертом курсе писать заметки, а на вопрос-ответную форму интервью создать портрет собеседника и раскрыть незаурядный характер.

Студентка правильно реагирует на замечания и критику журналистов-коллег, учитывает их в повседневной работе. Замечания носят в основном чисто композиционно-стилистические, а также рекомендательно-наставнический (советы по улучшению материала, форм подачи, композиционного решения, к подходам к раскрытию конкретных тем и проблем). Юлия Гоман по натуре самокритична, она чаще всего сама видит свои ошибки, детально разбирает каждый этап творческого процесса для того чтобы докопаться до причин. Может именно такой тщательный разбор собственных профессиональных ошибок побудил ее писать курсовые работы по этике журналистской деятельности. Сравнивая работы студентки пятого и первого курсов, то очевидна динамика накопления профессионального опыта работы.

Студентка Гоман Ю.В. в ходе практики и учебы в АмГУ продемонстрировала знания, навыки и умения осуществлять различные виды профессиональной деятельности, предусмотренные ГОС специальности «журналистика» (журналистская авторская работа, журналистско-организаторская деятельность, журналистская редакторская работа, производственно-технологическая деятельность).

РАЗДЕЛ 2. РАЗБОРЫ. СОВЕТЫ. РЕКОМЕНДАЦИИ

1. СТУДЕНТЫ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ЖУРНАЛИСТИКА» В РЕДАКЦИЯХ АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ

Творческая свобода молодого журналиста соразмеряется с его культурно-образовательным, профессиональным уровнем.

Молодой журналист, только овладевающий секретами журналистского мастерства и создающий свой индивидуальный стиль, сталкивается с рядом проблем:

1) Комплексы новичка и подражателя. Для первого характерны боязнь выбора темы, героя и формы произведения, безинициативность; оправдывает свои неудачи тем, что только учится и искусственно продлевает период своего ученичества; очень нуждается в наставнике, в которого вливается как клещ, вызывая жалость, сострадание, соучастие и пр.

Чаще всего молодые журналисты прибегают к подражанию посредственных форм произведений, т.к. перенимать их проще. Необходимо журналистское произведение не переснимать, а постигать суть: как автор разрабатывает тему, интерпретирует факты, использует личные эмоции и жизненный опыт, к каким художественно-выразительным средствам прибегает, как конструирует свое произведение и почему он избрал именно такую форму и стиль изложения, что следует предпринять для того, чтобы этот материал стал еще лучше.

2) Проблема вкуса и вкусовщины, меры и ее отсутствия. Наличие вкуса журналиста зависит от его культурно-образовательного уровня и жизненного опыта. Необходимо постоянно задавать себе вопрос: ради кого и чего я пишу или создаю радио/телепередачу; будет ли интересно и полезно читателю, слушателю и зрителю знакомиться с моим произведением. Вкус - понятие развивающееся. Необходимо постоянно заботиться о пополнении своего языкового, эстетического, социально-психологического, человековедческого и прочего багажа знаний.

На почве вышеназванных причин могут возникнуть нежелательные конфликты между разными поколениями журналистов.

Попробуем выявить основные типы журналистов, принадлежащих к классу "отцов" и "детей", и попытаемся посмотреть на них глазами друг друга; это позволит спрогнозировать поведение основных участников. Основанием для составления подобной типологии стал анализ итогов производственной практики студентов отделения журналистики Амурского государственного университета за последние пять лет, личные наблюдения за работой студентов в журналистском коллективе, собственный опыт руководителя практики и спецсеминара..

Что из себя представляют и как ведут "ДЕТИ" в журналистском коллективе в представлении "ОТЦОВ"?

Можно выделить следующие типы молодых и начинающих журналистов:

I. "Профессионал". Целеустремленно постигает азы профессии, не гнушается черновой и текущей работы, инициативен, дисциплинирован, настойчив в получении знаний, навыков и профессиональной оценки своего труда, относится трепетно и уважительно к своей профессии, ценит в журналистах мастерство и профессиональный опыт. В зависимости от культурно-образовательного и специального образования можно выделить два вида:

- а) сознательно и планомерно овладевающий секретами мастерства;
- б) в большей степени доверяется своей интуиции.

С такими "детьми" "отцам" работать интересно. Этот процесс обогащает друг друга и в профессиональном, и в эмоциональном плане. Правда, приходится близко принимать и переживать их ошибки. Журналисты старшего поколения принимают деятельное участие в судьбе подрастающего. Отношения между ними претерпевают качественные изменения от "учителя - ученика" до "коллеги" и "товарища".

II. "Наблюдатель". Пока неопределившийся в выборе профессии. От случая к случаю выполняет разовые задания, в меру дисциплинирован, в меру инициативен. От степени развитости творческих склонностей создает свои произведения. В профессиональной оценке особо не нуждается. Избирателен в выборе тем, методов для их раскрытия, формы воплощения. Себя сильно не обременяет работой.

В зависимости от культурно-образовательного уровня и психологической подготовленности можно выделить несколько видов:

а) "Сами с усами". Нам достаточно тех знаний, которыми владеем, а при неотягачающем наблюдении за работой журналистов мы пополним свой профессиональный багаж; для подтверждения своей профпригодности будем "пописывать материалчики";

б) "Трусливый заяц". Если и имеет какие-то задатки, то до них надо докапываться, причем, по мнению новичка, этим должен заниматься его наставник;

в) "Посторонний". Случайно заглянувший на огонек в редакцию и там на время задержался;

С такими учениками работать сложно, т.к. не знаешь чего ожидать. Они могут сутками проводить в редакции, поддерживать разговор, по мере возникновения желания оказывать помощь и исчезать на неопределенное время.

III. "Участник". Он выполняет все поручения редакции вовремя в срок, но без изюминки. Оперативен. Неглубокие знания, правда, от случая к случаю у него просыпается интерес к профессии, получению конкретных знаний (очень избирательны). Получают их по принципу - "пробежки" - "галопом по европам". Как правило, из таких новичков вырастают дисциплинированные ремесленники.

В зависимости от культурно-образовательного уровня, психологической подготовки и жизненного опыта можно выделить несколько видов:

а) "Саморазвивающийся". Потихоньку, но его копилка пополняется новыми профессиональными навыками, которыми он страшно дорожит и повсеместно их демонстрирует;

б) "Достигший своего потолка". Критику не воспринимает. Его материалы проще самому переписать, чем убедить в необходимости переработки.

Таких новичков лучше всего используют для выполнения текущей работы и для написания журналистских рядовых материалов. Если новичок агрессивен и уперт в своей посредственности, проще с ним не заниматься.

IV. "Самодостаточный". Для него СМИ - это поле для самовыражения. Он ограничен в темах, формах и пр. Самоуверен. Считает, что у него имеется должное количество профессиональных знаний и творческих задатков, для того, чтобы писать, создавать радио или телепередачи. В профессиональной критике не нуждается, что не скажешь по поводу комплиментов и положительных (других он просто слышать не желает) отзывах.

В зависимости от культурно-образовательного уровня, психологической подготовки, творческих и профессиональных задатков можно выделить несколько видов:

а) "Позитивный". Новичок вполне вписывается в тип издания, программу. Не мешает и не отвлекает от работы, привносит какой-то колорит своими материалами или сюжетами;

б) "Липучка". Навязчив. Приводит кучу доводов ради того, чтобы выйти в свет и обнародовать свой "шедевр".

Журналисты, как правило, работают с ними по настроению. Избирательно подходят к их произведениям. Ни каких поручений не дают и в дискуссии с ними не вступают.

Безусловно, нельзя молодых и начинающих журналистов строго делить в соответствии с предложенной классификацией. Составляя ее мы преследовали одну цель: убедить молодое поколение повышать свой культурно-образовательный и профессиональный уровень, а старшее - что с каждым новичком необходимо работать как бы тяжело это не было.

Не менее сложно найти себе наставника. Какими могут быть "ОТЦЫ" в представлении "ДЕТЕЙ"?

I. "Учитель". Очень требователен. Его боишься, уважаешь и дорожишь его мнением.

Разновидности:

а) "жесткий". Правит безбожно. У него четкие критерии хорошего качественного произведения, в соответствии с которыми соизмеряет произведения новичка;

б) "мягкий". Ценит в новичке наличие задатков индивидуального стиля и нестандартного взгляда. Готов предоставить свободу для импровизации, за что спросит потом по всем статьям: устраивая детальные разборы.

II. "Мастер". Уважаемый специалист. Профессионал. Работа для него - жизнь. Вне журналистики и вне журналистской деятельности не существует. В выборе учеников избирателен. Требования, которые он предъявляет к молодому журналисту высоки. В большей мере в учениках не нуждается по следующим причинам: занятости и не желанием готовить себе конкурентов. Будет заниматься по мере наличия свободного времени у него и желанием отвлечься от темы и испытать себя в новом качестве.

В зависимости от педагогических склонностей и житейского опыта можно выделить несколько разновидностей:

а) склонен к педагогической деятельности;

б) не склонен к педагогической деятельности.

III. "Лищедей". Ему нужны новички для самоутверждения в глазах коллег, а так же "покрасоваться" и "полюбоваться" на себя в общении с молодым поколением. Как правило, у таких журналистов перенимать нечего. Может только как себя "подавать", преподнести?

IV. "Покупатель". Ему нужны рабочие. Обращаясь к нему главное сохранить свою творческую самостоятельность, возможность профессионально расти и не продаться за дешево.

Данная типология основных участников профессиональной подготовки во время производственной практики в редакционном коллективе позволяет лучше представить социально-психологические культурно-образовательные и творческие особенности нового поколения журналистов; подобрать индивидуальную методику профессиональной работы со студентом-практикантом. В то же время сам студент имеет возможность составить психологический портрет наставника и спрогнозировать варианты возможных отношений

II. ВМЕСТО ПАМЯТКИ: ЧТО НУЖНО ЗНАТЬ СТУДЕНТУ, ОКАЗАВШЕМУСЯ В КРУГУ КОЛЛЕГ-ЖУРНАЛИСТОВ

Виды карьеры (по Филиппу Котлеру) согласно жизненным циклам знаменитостей: 1) средний успех; 2) устойчивый подъем до уровня суперзвезды; 3) головокружительная карьера-вспышка; 4) изменчивая карьера; 5) резкое падение в неизвестность с последующим возвращением популярности; 6) запоздалое признание. В журналистской практике чаще всего встречаются первые два вида карьеры: средний успех и устойчивый подъем. Одни журналисты растут по вертикали, переходя из одного издания в другое, большего ранга, другие – по горизонтали, сменяя должность на более высокую в пределах одной газеты.

Главный редактор (роль) в судьбе и успехах коллектива велика. Любая редакция может рассматриваться в двух планах: как формальная и как неформальная организация. Соответственно можно говорить о двух типах отношений в коллективе: формальная – должностных, функциональных, и неформальных – психологических, эмоциональных. В первом случае мы встречаемся с социальным феноменом – руководством, во втором – с

феноменом психологическим – лидером. Идеальный вариант, когда редактор, менеджер, является одновременно и лидером, и руководителем. Однако так бывает не всегда, что и становится источником многих внутривредакционных коллизий. Здесь многое зависит от стилей руководства:

- Авторитарный (директивный) стиль имеет такие признаки: с формальной точки зрения – деловые краткие распоряжения; запреты без снисхождения, с угрозой; похвала и порицание субъективны; эмоции в расчет не принимаются; показ приемов – не система; позиция руководителя – вне группы; а с содержательной стороны – дела в группе планируются руководителем заранее; определяются лишь непосредственные цели, а дальние – неизвестны; голос руководителя – решающий.
- Демократический (коллегиальный) стиль руководства характерен следующим: формальная сторона – инструкции в виде предложений; не сухая речь, а товарищеский тон; похвала и порицание – с советами; распоряжение и запреты – с дискуссиями; позиция руководителя – внутри группы; содержательная сторона – мероприятия планируются не заранее, а в группе; за реализацию предложений отвечают все; разделы работы не только предлагаются, но и обсуждаются.
- Особенности нейтрального (попустительского) стиля: формальная сторона – отсутствие похвалы и порицаний; никакого сотрудничества; позиция руководителя незаметна, в стороне от группы; содержательная сторона – дела в группе идут сами собой; руководитель не дает указаний; разделы работы складываются из отдельных интересов или исходят от лидеров подгрупп.

Комплекс требований, предъявляемых к журналисту:

- тщательный анализ совокупности фактов, относящихся к теме публичного выступления;
- соотнесение их с научно-материалистическими закономерностями общественного развития;
- оценка их с точки зрения интересов большинства трудящихся;
- единство слова и дела, публикаций и собственных общественных проявлений каждого публициста, обеспечивающих искреннюю эмоциональность творчества;
- объединение качеств глубинного и правдивого отображения событий с популярностью изложения, доступностью публицистических произведений.

Модели коммуникаторов (журналистов) бывают пяти основных типов:

- «Информаторы», работающие в основном в информационных жанрах, ведущие информационных программ, нередко «безымянные» для массового сознания журналисты.

- «Аналитики», имеющие свою «творческую лабораторию», свои методы работы, свои принципы. Их аудитория, как правило, постоянна и пристрастна.
- «Расследователи» – оригинальны в своих технологиях добывания информации, ее комментирования. Размеры аудитории и ее качественный состав определяется темой произведения и нередко «героями» расследования.
- «Пиармены» чаще всего отрабатывают «социальный» или «идеологический» заказ. Мотивы творческого характера в их деятельности нечасты. Аудитория случайна.
- «Художники» в своей деятельности в большинстве случаев опираются на сугубо личные представления о творчестве в сфере массовой коммуникации. Большое внимание уделяют художественной, эстетической стороне творчества. Аудитория достаточно узкая, но постоянная.

Мотивы творческой деятельности. Известный журналист Ярослав Голованов, размышляя над проблемой становления человека журналистской профессии, не без юмора заметил, что он бы выделил четыре этапа этого процесса. Первый связан с тем, чтобы просто хотя бы напечататься. Идеология второго: «если я пишу маленькие заметки, я – маленький журналист, а если большие – большой». Третья стадия становления – сенсации, чтобы, как говорил Илья Ильф, «девушки в саду шептали твое имя». И, наконец, на четвертом тебе уже не очень-то важно: большая статья или маленькая, с нее начинают читать газету или нет, А важно так написать, чтобы самому почувствовать радость от творческой работы.

Ньюсмейкер. Его с некоторой натяжкой по-русски можно назвать «делателем новостей». Это структура, организация, фирма, учреждение или конкретный человек, которые определяют погоду в своей сфере и, таким образом, влияют на жизнь всех прочих структур, организаций, фирм, людей или, по крайней мере, владеют эксклюзивной информацией о деятельности первичных ее носителей. Ньюсмейкер – частное лицо – это не рабкор или селькор прежних лет, не нештатный автор из числа «пишущей» интеллигенции. Зачастую он даже не имеет навыка писать для газеты или, как говорят, «держаться» перед микрофоном. Его задача – информировать профессиональных журналистов о прошедшем или предстоящем событии, в случае необходимости – акцентировать внимание на внешне случайной взаимосвязи событий, помочь выделить из числа однотипных фактов действительности наиболее значимые по какой-либо причине и т.д.

Проблему личности можно показать в виде схемы из ядра и концентрических окружностей. Ядро личности – это склонности, способности и социально-мировоззренческая позиция журналиста. Первый круг вокруг ядра –

личностные качества (интеллектуальные, эмоционально-психологические, волевые и физические). Второй – система знаний: энциклопедизм, профессионально-журналистские, специальные. Третий – навыки и опыт, в горниле которых находят интегральное выражение качества, способности и знания журналиста. В практической деятельности одновременно проявляется и должна возрастать мера ответственности журналиста, гражданской, юридической, этической (четвертый круг схемы).

Самомаркетинг – важнейший инструмент, который помог бы молодому работнику телевидения, радио или газеты добиваться успехов, ускорил бы развитие журналистской карьеры, наряду с талантом, трудолюбием, настойчивостью. Для этого он должен следовать принципам маркетинга, которые применимы не только к товару, фирме, организации, но и к конкретному лицу. Если мы говорим о сегментировании рынка труда, то подразумеваем специализацию журналиста, где лучше ему бы работалось, в газете или на телевидении, радио, в каких изданиях, на каких каналах, по какой тематике. Позицирование в выбранном сегменте предполагает, что если журналист специализируется по проблемам культуры, то его произведения не должны затеряться среди «культурных» публикаций коллег-соперников, а, наоборот, призваны выделяться глубиной и яркостью показа и анализа проблем. Что же касается инновации, то она выражается в постоянной работе журналиста над собой, в росте его квалификации. Наконец, важно гибко реагировать на колебания зрительского или читательского спроса (регулярные социологические замеры позволяют узнать, в какой тематике и глубине разработки проблем нуждается массовая аудитория).

Творческие факторы эффективности. В соответствии с требованиями популярности, характеризующими взаимоотношения «журналист – аудитория», формируются представления о свойствах произведений, делающих их эффективными:

- свойство близости, которое проявляется в произведениях как прямая связь с вопросами, фактами, лицами и т.д., интересующими и волнующими аудиторию, с ее жизненными интересами, запросами, проблемами, касающимися самых различных областей и сфер проявления (в труде, общественной жизни, в быту и т.п.);
- свойство ситуативности повествования проявляется в том, что ход рассуждений, аргументаций, выводов автора постоянно вращается вокруг конкретных ситуаций жизни; ситуативность подхода журналиста входит в арсенал эффективности, т.к. отвечает характеру общественного мнения, которое «видит» действительность как совокупность микро- и макроситуаций современности.
- Драматизм повествования.

Творческие способности в журналистской деятельности связаны с ее мотивацией (интересы и склонности), с темпераментом личности (эмоциональность), умственными способностями. Следовательно, собственно мотивация этого рода деятельности во многом взаимосвязана с особой «системой координат», на которой у каждого индивидуума в некоей последовательности, исходя из природных, генетических и ряда других способностей, представлены элементы индивидуального творческого мышления. Такие, к примеру, как видение новых проблем в стандартных условиях, видение новых проблем в нестандартных условиях, видение новой функции знакомого объекта, умение видеть альтернативу решения проблемы, новый способ. Человек воспринимает в потоке внешних раздражителей лишь то, что укладывается в эту «систему координат» уже имеющихся знаний и представлений, а остальную информацию бессознательно отбрасывает, не замечая и не оценивая ее должным образом. Специфика журналистского мышления определяется самими носителями профессии. Журналистское мышление можно рассматривать с точки зрения теории и практики. Журналисты-практики выделяют следующие технологически «продуктивные» показатели:

- Способность к «сцеплению», т.е. к объединению новых суждений с уже имеющимся багажом знаний.
- Высокая мобильность журналистского мышления, подвижность умственной ориентировки личности предполагает и цельность восприятия. Людям сугубо логического склада ума, тем, чья профессия предполагает «мыслительный» характер повседневной деятельности, свойственно как бы дробить предмет восприятия, детально изучать, а уж затем, по выражению И.П.Павлова, пытаться «оживить» для мыслительной деятельности. Журналист же чаще всего понятийное и образное начало диалектически соединяет. Происходит это произвольно, таким образом проблема или ситуация словно бы вписывается в более широкие контексты.
- Гибкость мышления, иначе говоря, способность легко переходить от одного класса явлений к другому порой, достаточно далекому по содержанию. У журналистов он тесно связан с так называемым боковым мышлением, «Чтобы творить – надо думать около».
- Легкость генерирования идей. Повседневная деятельность в сфере СМИ предполагает достаточно напряженный ритм, причем журналист в силу специфики своей работы вынужден охватывать и объяснять несметное число разнородных фактов, явлений, соединять понятия и т.д. и т.п.
- Способность к ассоциативному мышлению.
- Готовность памяти, т.е. способность запомнить, опознать, воспроизвести нечто немедленно, с отсрочкой или в момент творческого акта.

- Способность предвидения позволяет обеспечивать столь необходимую человеку, работающему в СМИ, прогностическую деятельность, зачастую интуитивно, предугадать настроение и насущные потребности своей аудитории.
- Скептицизм, переходящий иногда в некий цинизм, порядочная доля самоиронии характерны для определенной части журналистов, и связано это чаще всего с большей, по сравнению с представителями других профессий, информированностью по самому широкому кругу вопросов, с тем, что у них нет пиетета, определенной житейской робости перед авторитетами.
- Способность к доработке, беглость речи, умение адекватно и оперативно переводить внутреннюю речь в письменную является «профессиональными» характеристиками.

III. Я ДЕЖУРНЫЙ ПО ГАЗЕТЕ ...

Дежурный по газете, «свежая голова» - это сотрудник газеты, в обязанности которого входит внимательное прочтение сверстанной газеты на предмет выявления возможных фактических (фамилии героев, названий организаций и т.п.), стилистических (смысловых) ошибок; соблюдение установленного стандарта, единообразия газетного номера и соответствия постоянных элементов газеты с реалиями дня выхода (заглавие, дата, выходные данные, рубрики и т.п.); соответствие фотоиллюстраций тексту.

Дежурный критик, как правило, - это один из сотрудников редакции, который по прошествии недели обзорекает вышедшие номера газеты, выявляя достоинства и недостатки в публикациях коллег, выносит свои соображения по улучшению работы творческого коллектива и газеты в целом.

МЕТОДИКА АНАЛИЗА ГАЗЕТЫ ЗА НЕДЕЛЮ

1. Соблюдение графика сдачи газеты. Были ли пропуски номера, поздняя сдача номера в печать. Причины.
2. Все ли основные мероприятия и события, происшедшие в городе и области, были освещены газетой? В какой степени. Информационная насыщенность. Жанрово-тематическое разнообразие. Проблематика. В сравнении с конкурентами (оперативность, формы подачи, степень разработки и анализ, результативность). Что осталось не охваченным газетой?
3. Какие темы были ведущими, давались в развитии?
4. Какие отрасли, сферы жизнедеятельности населения города и области оказались в поле внимания газеты? А какие, наоборот, даже не упоминались?

5. Какие отделы редакции, журналисты проявили себя наиболее продуктивно и ярко?
6. Какой материал наиболее выделяется из всего информационного массива за неделю? Вызвал наибольшее количество откликов? А какой – остался незамеченным?
7. Удачи недели. Ошибки недели (фактические, стилистические и т.д).
8. Особенности оформления и подача материалов (соблюдение стандарта и единого стиля). Иллюстрирование газеты. Закрепленность рубрик, тематических полос, выпусков и т.п.
9. Объем рекламы в газете. Уместность ее присутствия на газетных страницах. Соотнесенность рекламы с журналистскими материалами.

МЕТОДИКА РАЗБОРА КОНКРЕТНОГО НОМЕРА

1. Информационная насыщенность номера:
 - разнообразие новостей;
 - полнота сообщений;
 - формы подачи, язык и стиль изложения; сочетаемость и выразительность заголовков в новостной колонке;
 - степень участия репортера (какими источниками пользовался, сам ли вышел на информацию или новость «сбросила» пресс-служба);
 - оперативность (вчера, сегодня, произойдет завтра), актуальность и злободневность;
 - наличие фотоиллюстраций и их сочетаемость с текстом;
 - наиболее отличившиеся авторы;
 - информация, получившая дальнейшее развитие в газете в течение недели;
 - новость номера.
2. «Гвоздь» номера (наиболее яркий по содержанию, форме подачи, нестандартностью, кругом поставленных и исследуемых проблем, глубиной анализа, вызвавший отклики у аудитории и т.п.)
3. Тематическое, жанровое разнообразие номера. Сочетание информации, аналитики, публицистики; серьезности и развлекательности. Как часто редакция обращается к данной отрасли (сфере), проблеме?
4. Актуальность. Своевременность обращения редакции к данным темам, проблемам. Попадание редакции в самую больную точку общественной жизни.
5. Наличие или отсутствие человека в номере. Особенности исследования (постижения) героя. Круг поднимаемых проблем. Как автор видит человека через проблему, явление, событие.
6. Оформление номера. Соблюдение единообразия (стандарта).

7. Иллюстрирование номера (жанровое разнообразие). Сочетаемость текста и заголовочных комплексов с фотоиллюстрацией.
8. Соблюдение постоянных элементов газеты и их соответствие с реальностью (заглавие, название рубрик, номер, дата выхода, тираж и другие выходные данные). Корректорские и иные технические ошибки. Качество печати.
9. Рекомендации и предложения по улучшению газеты.

МЕТОДИКА АНАЛИЗА ЖУРНАЛИСТСКОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ

1. Название (заголовок, подзаголовок, рубрика).
2. Информационный повод. Актуальность. Злободневность. Своевременность.
3. Тема. Идея. Ведущая проблема. Круг поднимаемых проблем.
4. Объект и предмет журналистского произведения.
5. Фактическая основа. Источники.
6. Методы сбора. Особенности авторских методик сбора, интерпретации и подачи фактического материала.
7. Жанр. Особенности композиции. Сюжет. Фабула архитектоника.
8. Особенности присутствия автора. Авторская позиция. Автор и герой.
9. Художественно-выразительная основа произведения. Образы и выразительные (смысловые, ключевые) детали. Их обыгрывание.
10. Ориентация автора на читателя издания. Форма и способы взаимоотношения.
11. Результативность и эффективность произведения.
12. Общее заключение по произведению в целом, с указанием творческих удач и ошибок.

IV. РЕКОМЕНДУЦИИ ДЛЯ НАЧИНАЮЩЕГО ИНТЕРВЬЮЕРА

Вопрос «в досыл» (follow up question) – дополнительный вопрос или ряд вопросов, которые задают, если не удалось получить внятного, искреннего ответа, или в случае ухода от темы, отказа отвечать. Обычно возникает импровизационно, по ходу беседы.

Вопрос с «закрытым концом» - формулировка, нацеливающая на точный и четкий ответ, смысловые «да» и «нет». Задается для уточнения позиции собеседника, для завершения этапов интервью. Альтернатива – вопросы с незавершенным («открытым») концом, которые дают возможность собеседнику размышлять.

«Воронка» - структура интервью, ведущая от рассуждений – к уточнениям, все более определенным (вопросы постепенно сужают поле рассуждений, сосредотачивая на точном выводе или заканчиваясь «вопросом в лоб». Альтернатива «перевернутая воронка».

«Накат» вопросов (или «очередь») – прием интервьюера, предполагающий активную наступательность, что достигается несколькими вопросами (иногда альтернативными), следующими подряд, не дожидаясь ответа (напр.: Эти люди верят? В кого? Во что?)

«Опрокинутая воронка» - композиционный прием интервью, предполагающий движение вопросов, обратное структуре «воронка», постепенное смягчение первоначально «жестких» вопросов, переход от обменов уколами в план беседы, рассуждений.

Психологические принципы ведения полемики, дискуссии, равноправного диалога:

- Принцип «равной безопасности» означает непричинение ущерба ни одному из спорящих. В соответствии с ним накладывается запрет на выпады, оскорбляющие достоинство полемизирующих, выводящие их из психологического равновесия.
- Принцип «равносотрудничества» в реальной практике проявляется в недопущении понтификального, наставительного, менторского тона в высказываниях, понтификальная поза в полемике предполагает, что кто-то находится над оппонентом, скрывает позицию подчинения авторитетам, причем как у тех, кто эту позу принимает, так и у аудитории, на которую все это, как правило, умно рассчитано. То есть в данном случае речь может идти уже не о взаимовлиянии, а о прямом влиянии и манипулировании.
- Принцип «децентрической направленности» требует разумного соотношения конструктивных и деструктивных компонентов. Хотя это не означает, что критика субъектов полемики во всех случаях должна быть только конструктивной, ибо тогда логическая уловка будет состоять в том, что только тому позволительно заниматься критикой, кто может предложить что-то лучше вместо критикуемого обстоятельства. А обуздание позитивностью критика напрочь лишается своей стремительности, силы резкости.
- Принцип «адекватности» направлен на то, чтобы воспринятое равнялось тому, что сказано. Его нарушение в реальной практике деятельности СМИ в большей степени, чем в других случаях, может свидетельствовать об эгоистической направленности спора, о преобладании в его итогах ситуативных факторов, а также с большой долей вероятности можно говорить о низком уровне культуры спорящих, полемизирующих.

- I. Беседа с участниками конфликтной ситуации требует использовать следующую технику:
1. Важно оперировать простыми, ясными и точными понятиями.
 2. Следует вести аргументацию по отношению к собеседнику корректно:
 - открыто признавать правоту собеседника, если он прав;
 - продолжать оперировать только теми аргументами, которые приняты собеседником;
 - сначала отвечать на доводы собеседника, а потом приводить собственные суждения;
 - проявлять вежливость и такт.
 3. Необходимо учитывать сложность восприятия новой для собеседника информации:
 - избегать простого перечисления фактов, показывать значение того или иного события;
 - соизмерять темп аргументации с особенностями темперамента собеседника.
 4. Следует не забывать, что «излишняя» убедительность вызывает отпор со стороны собеседника, а 1-2 ярких довода достигают большего эффекта.
 5. Можно использовать специальные приемы аргументации:
 - a. метод перелицовки – подведение собеседника к изменению точки зрения путем поэтапного прослеживания решения проблемы вместе с ним;
 - b. метод «салями» - подведение собеседника к согласию с вами путем достижения единства мнений сначала в главном, а затем в необходимых для полного согласия частностях;
 - c. метод расчленения – разделение аргументов собеседника на верные, сомнительные и ошибочные с последующим доказательством несостоятельности его общей позиции;
 - d. метод положительных ответов – такое построение разговора, когда собеседник на ваши первые вопросы отвечает «Да, да, да», а потом продолжает соглашаться с вами уже и по более существенным вопросам;
 - e. метод классической риторики – вы соглашаетесь с высказываниями собеседника, а потом внезапно опровергаете все его построения с помощью одного сильного аргумента (применяется в случае излишней агрессивности партнера);
 - f. метод замедления темпа – умышленно медленное проговаривание слабых мест в аргументации партнера;
 - g. метод двусторонней аргументации – указание как на преимущества, так и на слабые стороны предлагаемого вами решения.

6. Необходимо своевременно делать обобщения и выводы по проведенному обсуждению аргументов.

V. РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ НАЧИНАЮЩЕГО ОТВЕТСТВЕННОГО СЕКРЕТАРЯ

СЛОВАРИК ДЛЯ НЕПОНЯТЛИВЫХ

Верстка «с колес» - в макете полосы отводится место для материала, который будет сдан в секретариат позже утвержденного графика. В данном случае журналист работает в жестком режиме – в соответствии с заявленным объемом. «Воздух» - свободные от текста, иллюстраций, линеек участки газеты, журнала, книги, образуемые при помощи пробельных материалов.

«Вожжи» - один из способов исправления ошибок при корректуре. Знак представляет собой линию, которая проводится от ошибки в тексте на поле, где ставится нужное исправление.

Вподбор – размещение текста, формул и т.д. в одной строке за предшествующим материалом.

Выворотка – выделение белого цвета на черном или сером фоне.

Макет – графический план верстки. Этот план наглядно показывает, как распределились на полосах текстовые и иллюстративные материалы, заголовочные комплексы, все детали их оформления.

Основные правила верстки. Общеизвестные материалы и иллюстрации следует располагать, учитывая направление/движение взгляда читателя: слева на право и сверху вниз. Макет газетной страницы явно выигрывает, если при его планировании учитывать три основных требования:

- сбалансированность – «тяжелый» изобразительный элемент (по принципу рычага) уравнивается более «легким», но расположенным дальше от центра;
- пропорциональность, когда площади разных соседствующих объявлений относятся друг к другу как 2:3; 3:5; 4:6 (еще древние греки установили, что два участка поверхности приятно гармонируют, если площадь одного из них равна от 1/2 до 2/3 площади другого);
- контрастность – заголовки, набранные крупно, усиливают привлекательность и читаемость рекламы, если они соседствуют со

шрифтами меньших кеглей; крупных шрифтом можно выделить также основную мысль, ключевое слово, слоган.

«Окно» (или «Дыра») - образовавшееся пустое пространство на полосе, которое надо чем-нибудь заполнить (текстом, иллюстрацией).

Размещение материалов на полосе дала жизнь специфическим терминам:

- * на открытие – левый верхний угол полосы;
- * на отлет – правый верхний угол;
- * стояк – две-три колонки сверху донизу;
- * чердак – верхняя часть полосы;
- * подвал – нижняя часть;
- * подвал на разворот - «нараспашку»;
- * внакрут – подборка материалов на одну тему, внутри блока из двух-трех колонок заметки идут одна за другой;
- * мельница или вертушка – два крупных материала уравнивают друг друга по диагонали.

I. От редактора лондонской газеты «Observer» Дэвида Рэндолла:

* Перед версткой полос прикинуть, какие статьи и фотографии на них разместить;

- * Осознать все проблемы;
- * Если у рекламных объявлений неудобный объем или форма, если они нарушают идеал дизайна, выяснить, можно ли их перенести в другое место;
- * Определить объем и формат основного текста и фотографии;
- * Сделать фотографию крупнее, не допускать, чтобы другие иллюстрации забивали ее;
- * Снимки надо помещать посреди текста;
- * Заголовок основной статьи должен быть на 40% крупнее других заголовков полосы;
- * Следует группировать сходные по содержанию наибольшие материалы вместе;
- * Нельзя, чтобы в нижней части полоса распалась на множество мелких заметок;
- * Важно, чтобы между статьями, расположенными вертикально и горизонтально, было напряжение, контраст;
- * Не следует располагать статьи с заголовками одинаковой ширины друг над другом;
- * Не надо выстраивать заголовки в одну линию;
- * Хорошо бы использовать графику, чтобы оживить подачу материала;
- * Выделить все – значит выделить ничего;
- * Все время важно изучать другие газеты

IV. РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ НАЧИНАЮЩЕГО СОТРУДНИКА РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА

Зависимость между размером рекламы, частотой ее появления и коэффициентом заметности

Объявление в 1 полосе,	помещенное 1 раз,	заметность = 0,55.
1 /2 полосы	2 раза	1,2
1 /4 полосы	4 раза	2,9
1 /8 полосы	8 раз	2,3
1 /12 полосы	12 раз	2,4

Мотивация в рекламных объявлениях:

- утилитарный мотив – главное, чтобы товар был надежным, долговечным, экономичным;
- эстетический – важнее всего дизайн, цвет и форма изделия, упаковка;
- мотив престижа – коммерсант, разбогатеет, стремясь соответствовать новому социальному статусу, быть на уровне, приобретает вместо дешевой дорогую и роскошную автомашину и т.д.;
- мотив уподобления – человек намерен купить то, что рекламирует любимый им артист, популярный спортсмен;
- мотив традиций, или патриотизма – есть намерение приобрести товар только отечественного производства.

Рекламная кампания может быть ровной (в СМИ идут публикации одинакового размера и периодичности), нарастающей (для усиления воздействия после использования среднетиражных газет привлекаются новые, более престижные издания, а также телевидение и радио), нисходящей (когда по мере уменьшения количества товара на складе снижается и размах рекламных мероприятий).

Техника рассеивания или техника встроенных сообщений. Суть ее состоит в том, чтобы составить текст внушения и затем «растворить» его в каком-то рассказе нейтрального содержания, обозначив неким способом значимые слова (составляющие текст внушения). Невербальные сигналы несут в 5 раз больше информации, чем вербальные (словесные), К способам выделения сообщений можно отнести:

- речевые – изменение громкости речи (громче – тише); изменение темпа речи (быстрее, медленнее, паузы); изменение интонации (повышающаяся – понижающаяся); изменение тембра голоса (жесткий, «металлический», мягкий, вкрадчивый);
- визуальные – жестикуляция руками, пальцами рук, изменение мимики, характерная последовательность жестов;

- кинестетические – пожатие руки, похлопывание по плечу, по спине; простое прикосновение;
- смешанные – изменение дистанции до собеседника (приближение – удаление, наклон тела к собеседнику – отклонение от собеседника), речь, совмещенная с поворотом головы.

Технологии политической рекламы включают: 1) стратегию рывка – о малоизвестном кандидате материалы публикуют в начале избирательной кампании и перед самыми выборами; 2) стратегию быстрого финала – об известном кандидате все печатается в последнюю предвыборную неделю; 3) стратегию большого события – сообщения о кандидате публикуются в газетах в день приезда в город известного политического деятеля или когда происходит иное событие; 4) крейсерская скорость – агитация в прессе за известного кандидата идет ровно, в одном темпе.

Этапы планирования рекламной деятельности:

1. Выбирается объект рекламы (товар или фирма) и содержание информации, которую надо сообщить активным и потенциальным покупателям.
2. Определяется субъект, или адресат рекламы, т.е. группа потребителей (покупателей) или лиц, влияющих на решение о покупке, и к этой группе обращаются с объявлением.
3. Уточняется мотив рекламы – на что следует сделать акцент в рекламном обращении, чтобы привлечь внимание покупателей к товару.
4. Выбираются виды рекламных средств и определяется их набор и соотношение (каналы распространения обращений).
5. Готовится рекламное обращение – формулируется заголовок, составляется текст, подбираются иллюстрации, выбирается персонаж, носители рекламы и музыкальное сопровождение (для радио и телевидения).
6. Строится график рекламных выступлений – мероприятия координируются со временем (по месяцам, неделям, дням, часам, минутам и секундам), по видам рекламы и средствам ее распространения.
7. Составляется смета расходов на рекламные мероприятия – общая сумма и по отдельным статьям.
8. Предварительно определяется эффективность рекламы – подсчитываются преимущества в сбыте, получаемые благодаря предполагаемой рекламной кампании.

VII. КАК СТАТЬ ХОРОШИМ РЕПОРТЕРОМ

Основное оборудование и навыки

- Записные книжки. Если вам приходится напоминать, что репортер должен постоянно иметь при себе ручку, значит работа в газете, скорее всего, не для вас. Необходимо иметь две записные книжки. Одна – маленькая, чтобы как бы между прочим выскользнуть из кармана или сумочки при непосредственном общении с людьми. Другая – большая (чем больше, тем лучше) для записи телефонных разговоров. Большой формат позволяет легче делать записи.
- Стенография. Большинство людей охотнее разговаривают с вами, если их не будет смущать магнитофон, который к тому же может сломаться в самый неподходящий момент.
- Диктофон. К нему лучше всего обращаться в двух случаях: при непосредственном контакте с собеседником и – при надлежащей технической оснастке – для записи телефонных разговоров, дабы потом интервьюируемый не смог опровергнуть содержание беседы. Но даже в интервью с диктофоном не забывайте о записной книжке.
- Адресная книга. Каждый репортер должен вести книгу своих контактов, подробнейше записывая адреса, номера телефонов и факсов его собеседников. Всеми силами старайтесь раздобыть как можно больше имен и телефонов. Крадите их у коллег и конкурентов. Выписывайте имена специалистов, которые вам могут понадобиться.
- Фотоаппарат. Не исключено, что от вас потребуют в редакции снимки. Умение работать с камерой – ваш профессиональный плюс.
- Компьютерная грамотность. Компьютер – это и ваши бумага с ручкой, но и хранилище информации (в том числе и ваш архив), доступ к базам информации.
- Иностранные языки. Если вы владеете хотя бы одним иностранным языком в достаточной степени, чтобы вести умные разговоры, ваши журналистские горизонты значительно расширяются.
- Чтение вверх ногами. Это поможет вам узнать содержание документов, лежащих на столе вашего собеседника.
- Чтение по губам. Иногда крайне важно понять, что говорится за пределами слышимости.
- Глубокое заблуждение, что тянуть со сдачей материала до последнего и сдавать чересчур объемные статьи – признак литературного таланта.

Принципы

- Нюх на новости. Это первый и главный элемент духовной оснастки репортера, который может быть либо врожденным, либо основанным на глубоком понимании ценности новостей.
- Страсть к точности – ценное качество репортера. Понятие точности включает в себя три вещи: 1) Правильно записать на пленку и воспроизвести на бумаге то, что вам говорят люди. 2) Быть внимательным

в следующем: как бы ни были точны фрагменты вашей статьи, весь материал в целом также должен соответствовать духу и атмосфере ситуации или события, т.е. фон и контекст должны соответствовать.

- Никогда не стройте предположений. Делая предположение, вы оказываетесь правы. Потому так они и опасны. Предположения с легкостью затягивают и приводят к неточностям и вранью.
- Никогда не бойтесь выглядеть дураком. Каким бы дремучим невеждой вы не казались себе, не знаете - спрашивайте, не понимаете – просите объяснить. Незнание свое высказывайте при расспросах, а не на газетных страницах.
- Сомневайтесь во всех источниках. Зачем этот человек говорит мне все это? Каковы его мотивы? И вообще, в его ли компетенции знать то, что он якобы знает?
- Забудьте о своих предубеждениях. Если уж вы не в состоянии избежать невольного влияния дорогих сердцу взглядов, то не позволяйте им стать определяющими в вашей работе. Не то вы станете писать необъективные, нечестные статьи.
- Осознайте себя частью процесса. Порой так подмывает писать когда и сколько захочется и только на ту тему, какую облюбовал! А надо, видите ли, слушаться редакторов. Обязательно спорьте с ними, но в конце концов отправляйтесь выполнять задание. Способность подчиняться – это и есть профессионализм. Порядок в газете для всех один.
- Помните о читателях. Один читатель у вашей статьи всегда найдется: вы сами. Другие же прочтут ее в том случае, если вы считаетесь с ними – и когда пишете, и особенно когда готовите тему.
- Воля к победе. Рано или поздно каждый репортер начинает убеждаться в том, что мир вовсе не вертится вокруг газет. В самом деле, миропорядок часто кажется созданным как нарочно для того, чтобы расстраивать планы редакции и журналиста. Вы должны преисполниться решимости сокрушить любые препятствия, добраться до места события или собеседника и как можно быстрее отослать материал в редакцию.
- Чувство срочности. Действуйте быстро. Опережайте конкурентов. Читатели желают получить самый свежий – и самый полный – отчет о событии.
- Индивидуальность и неприглаженность. Конкуренция между репортерами пока они не перегрызают друг другу горло – все же лучше, чем стадный психоз, коллективный одобрямс... Хороший репортер с негодованием отвернется от разжеванного корма с официальной ложечки: он знает, что найдет что-нибудь повкуснее, если только сам отправится искать себе пропитание.

Как работать с источниками информации?

Две категории источников должны мгновенно пробуждать подозрительность в репортерах: те, кто сообщает слухи или сплетни, и те, кто незваным приходит в редакцию. Если вы имеете дело с сомнительными источниками, не забывайте следующие правила:

- Спросите себя, каковы их мотивы.
- Спросите себя и их – какова может быть обратная сторона истории.
- Позволяет ли им их положение знать то, о чем они говорят?
- Настаивайте на получении документов там, где это возможно.
- Если у вас возникли какие-то сомнения, ищите еще один источник.
- Не попадайтесь в ловушку – не верьте сюжету лишь потому, что если он правдив, то получится отличная статья.
- Чем более страстно говорит источник, тем менее он заслуживает доверия.
- Не принимайте сведений от анонимных источников.
- Никогда не платите за сведения.
- Остерегайтесь также источников, желающих продать вам пленки, видеозаписи и проч.
- Будьте щепетильны по отношению к противной стороне.
- Опасайтесь призывов к вашему «чувству ответственности».

Рейтинг информационной емкости различного рода мест, из которых журналисты черпают новости и темы для своих публикаций (Олешко В.Ф. Социожурналистика: Прагматическое моделирование технологий массово-коммуникационной деятельности. – Екатеринбург: УрГУ., 1996)

1. Редакция или телекомпания. Именно здесь большинство журналистов узнают практически все новости из самых различных сфер жизни, здесь коллеги делятся впечатлениями от встреч, поездок, здесь рождаются идеи материалов, обсуждаются личные дела
2. «От коллег со стороны». Обмен информацией или наводками» с коллегами и друзьями из дружеских изданий, телекомпаний, агентств». Происходит это чаще всего в неофициальной обстановке или на скучных презентациях, получение какой-то первичной информации непосредственно со страниц изданий, за которыми следишь, или из информационных выпусков телевидения, радио,
3. Пресс-службы официальных управленческих структур, негосударственных организаций, фирм и т.д.
4. Неофициальное общение с людьми, о которых когда-то писал или у которых брал интервью. Как правило, хорошие отношения сохраняются, потому что «не наследил», люди тебе уже доверяют. Журналист хранит в архиве все самые заметные свои материалы, визитные карточки «героев». Обращаешься к ним по принципу «давно не видел»...
5. Много нового журналисты узнают после окончания главного разговора по теме с «героем», но уже где-нибудь в столовой, курилки и т.д.

6. Диспетчерские службы, оперативные дежурные Управления внутренних дел, МЧС, КПП воинских частей и т.д.
7. «Домашняя кухня». Вечером сходится вся семья и пересказывает друг другу все новости. Как правило, в семье три поколения, поэтому журналист в курсе информации, начиная из школы и заканчивая той, которая сходится к бабушкам, сидящим на лавочках.
8. Городской транспорт, где информация содержится не только в рекламных объявлениях, но и в разговорах спутников. Транспорт – это кладезь новостей, типажей и неологизмов.
9. Рынок и места большого скопления людей (стадион, театр, больница, баня и т.п.)

VIII. КАК ПИСАТЬ ДЛЯ ГАЗЕТЫ

1. Любая статья должна быть ясной по мыслям, по композиции и по языку. Если это не так, над ней нужно еще раз подумать и/или переписать заново.
 - Добивайтесь ясности еще до того, как напишете хоть слово.
 - Как можно осторожнее включайте каждый новый этап в свое повествование, каждое событие в цепь событий, каждый довод в доказательство.
 - Не считайте, что читатели наперед знают все и разбираются во всем.
 - Объясняйте жаргон.
 - Убедитесь, что написанные вами фразы предельно ясны.
 - Избегайте мудреной манеры письма и заумного языка.
 - Последнее слово на тему ясности – простота.
2. Главная задача газетных статей – дать читателю то, чего у него прежде не было: информацию, объяснения, наблюдения, анализ и т.д. Поэтому огромной потерей времени обернется изложение этого нового истасканным от частого употребления языком. Пишите живым языком.
 - Подходите к каждой статье как к индивидуальному, новому проекту.
 - Избегайте всяческих клише.
 - Избегайте автоматического использования слов.
 - Будьте очень осторожны с каламбурами.
 - Создавайте новые сравнения, метафоры и обороты речи.
 - Берегитесь модных словечек и фраз.
3. Есть в журналистике нечто, что мешает полной правдивости. Вечный недостаток времени, чтобы все проверить и написать полностью понятное

сообщение, труднодоступность источников и информации, заданность объема, порой слишком маленького, - все это часто не позволяет сделать материал настолько полным или точным, как нам хотелось бы того. Будьте предельно честны.

- Пишите только то, в истинности чего уверены.
 - В каждой статье необходим баланс между правдивостью в деталях и духом материала.
 - Не раздувайте материал, прибегая к лексике более выразительной, чем это необходимо для статьи.
 - Избегайте употребления в статьях упрощенного, не знающего полутонов языка заголовков.
 - Не делайте предположений относительно мотивов.
4. Журналистика должна быть врагом неточности. Статьи должны отвечать на вопросы читателей, а не вызывать у них новые. А вопросы, на которые журналист должен стараться ответить, и ответить точно, таковы: ЧТО – что случилось? КТО – из-за кого это случилось? Кто это сделал? Его возраст, облик, должность, полномочия и все то, что имеет отношение к делу. ГДЕ – где это случилось? КОГДА – время и дата события. КАК – как это случилось? Дайте объяснение случившемуся. ПОЧЕМУ – почему это случилось? Кроме того, надо обращать внимание на следующие моменты:
- Всегда избавляйтесь от абстрактности и используйте конкретные детали.
 - Пользуйтесь известной и понятной шкалой оценок.
 - Избегайте эвфемизмов, не прибегайте к языку для того, чтобы спрятаться от действительности.
5. Адекватность – это соответствие стиля, тона и темпа изложения теме статьи. Далеко не ко всем темам нужен особый подход, но иные следует разрабатывать внимательно и аккуратно.
- Репортажи о быстром развитии событий следует писать темпом, отражающим реальность.
 - Если в статье идет речь о событиях, вызывающих содрагание, удержитесь от чрезмерно сильных описаний.
 - Если статья связана с сильными эмоциями, лучше преуменьшить, чем преувеличивать.
6. Неплох материал, который забавен и написан с юмором. Но он должен быть естественен, уместен, невымучен. Писать с юмором – все равно что петь, не перевирая мелодию. Если вы обладаете слухом, вам не нужно этому учиться, если нет, вам не помогут никакие учителя.
7. Как писать эффективно?
- Заставляйте каждую фразу и предложение работать.

- Избегайте расточительности. В развитии сюжета произведения должен присутствовать такой двигательный фактор, как темп.
 - Пишите, не заглядывая в свои заметки. Не следует приступать к статье, пока вы неясно представляете ее целиком.
 - Выскивайте в тексте все очевидное и глупое и безжалостно вычеркивайте.
 - Используйте активный, а не пассивный залог. События происходят, а люди говорят, и об их активной роли нужно писать прямо.
 - Реже используйте цитаты.
 - Сокращайте цитаты так, чтобы это было ясно видно.
 - Пользуйтесь таблицами и списками для выделения пунктов в статье.
 - Избегайте бессмысленных определений.
 - Не прибегайте к цитатам, чтобы повторить то, что уже было сказано.
 - Выучите слова своего родного языка, которые можно употреблять вместо длинных фраз.
8. Первый абзац, именуемый обычно журналистами «лидом» («развернутый подзаголовок» - от того же английского корня, что и «лидер»). – самый важный абзац всей статье. Единственный способ заставить читателя продолжать чтение после Лида – написать его хорошо.
- Цель Лида – завладеть интересом читателя и задать тон статье, которой он предшествует.
 - Он должен быть ясным и понятным.
 - Он должен быть самодостаточным.
 - Никогда не начинайте статью с придаточного предложения.
 - Никогда не начинайте статью с чисел, написанных цифрами.
 - Никогда не начинайте статей с официальных титулов или полных наименований учреждений.
 - Как можно реже начинайте с цитат.
 - Не растягивайте первый абзац.
9. Автор должен быть своим самым придирчивым критиком. Очень важно перечитать написанное, отыскивая слабые места, и переписать статью, если вы недовольны ею.

IX. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ РАБОТЫ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТА

От 80 до 100 баллов оценивается видеоканал, созданный на высоком профессиональном уровне. Он отличается тематической завершенностью

содержания, единством стилового решения, органичностью музыкального оформления, иными словами, имеет свое «лицо».

От 60 до 79 баллов оценивается видеоканал, созданный на хорошем профессиональном уровне. Тематические страницы и другие материалы достаточно актуальны, интересны и значимы, полно и образно раскрывают тематику, отличаются элементами новизны. Страницы музыкально-развлекательного и постановочного характера, к тому же, могут представлять самостоятельную художественную ценность.

Однако в видеоканале не в полной мере реализована идея художественного или стилового единства, тематической завершенности или имеются другие недостатки, снижающие уровень видеоканала и отдельных его компонентов.

От 40 до 59 баллов оценивается видеоканал, созданный на удовлетворительном профессиональном уровне. Его материалы не отличаются актуальностью, глубиной и образностью раскрытия тематики. Они традиционны по своему творческому решению, ординарны по форме подачи. «Лицо» видеоканала размыто, отсутствует или слабо выражена сквозная идея.

От 0 до 39 баллов оценивается видеоканал, подготовленный на низком качественном уровне. Тематические страницы и другие материалы являются слабыми в профессиональном отношении или выпущены в эфир неоперативно.

Показатели качества информационного блока.

От 80 до 100 баллов оценивается информационный блок видеоканала, созданный на высоком профессиональном уровне. Он отличается широтой тематики и географии, оперативностью освещения событий, плотностью информации, занимательностью и оригинальностью сюжетов и репортажей, новаторством в подаче материала, неординарностью творческих решений.

От 60 до 79 баллов оценивается блок, созданный на хорошем профессиональном уровне, тематически достаточно разнообразный. Он состоит из актуальных, интересных и социально значимых материалов, оперативно освещающих важнейшие события и отличающихся нестандартностью творческих решений.

Однако в нем не в полной мере реализован принцип деятельности телевизионной службы новостей – освещать события с грифом «сегодня» кратко, образно, с широким охватом тематики и географии. Имеются другие недостатки, снижающие оценку отдельных компонентов блока.

От 40 до 59 баллов оценивается информационный блок, созданный на удовлетворительном профессиональном уровне, не отличающийся многообразием материала, с преобладанием речевого компонента, где имеют место длинноты, неоперативность информации, а творческие решения, как правило, стандартны. Имеются и другие существенные недостатки.

От 0 до 39 баллов оценивается информационный блок, созданный на не удовлетворительном уровне. Его материалы неактуальны, рыхлы, творческие решения непрофессиональны.

При этом оценка информационного блока от 60 до 79 баллов не исключает наличия в нем отдельных материалов невысокого профессионального уровня, а оценка от 0 до 39 баллов не исключает наличия отдельных материалов самого высокого качества.

Критерии оценки качества видеоканала и информационного блока следующие:

- наличие публицистической тематики; социальная значимость, актуальность, дискуссионность и новизна поднимаемых проблем; полнота, обоснованность и убедительность приводимых аргументов и фактов, компетентность участников передач, точность адресной направленности видеоканала;
- событийность и информационность: широта представленной тематики, уровень оперативности показа и плотность информации, занимательность и оригинальность сюжетов, репортажей;
- наличие сквозной идеи, тематическая завершенность, завязка, динамика развития телевизионного действия, эпилог;
- сбалансированность видеоканала по тематике, видам и формам вещания; преемственность и взаимодополняемость в поддержании «лица» видеоканала.

Критерии уровня художественно-постановочного решения:

- интересная форма подачи материала, точное композиционное построение видеоканала в целом;
- образность раскрытия темы, драматургический ход;
- выбор средств выразительности, звукового, музыкального шумового. Органичность их сочетания, новизна режиссерского решения;
- использование средств, поддерживающих зрительный интерес, акцентирующих внимание на основной теме;
- внесение новых элементов и творческих приемов (техника съемки, светокolorистическое решение, применение спецэффектов и т.п.);
- удачный состав участников передач, артистов, исполнителей, подбор репертуара;
- психологическая подготовка и уровень адаптации участников передач, атмосфера общения (естественность, доброжелательность, чувство юмора и быстрота реакции), чувство экранного времени;
- качество художественно-декоративного оформления, его соответствие тематике отдельных компонентов и видеоканала в целом;
- стилевое единство выбранных средств экранной выразительности, создание целостной программы дня;
- органичность музыкального оформления;

- органичность использования в видеоканале компилятивного материала, ранее записанного на киноплёнку или видеоленту.

Критерии уровня качества ведения видеоканала:

- естественность и непринужденность, поведение и манеры (жесты, мимика, выразительность, эмоциональность) ведущего;
- свобода обращения с письменным текстом;
- контакт с аудиторией, с участниками дискуссии, беседы, интервью, репортажа; дистанция общения (психологический контакт);
- умение ведущего адаптироваться в нестандартных ситуациях;
- техника речи, богатство словарного запаса, краткость, ясность, доходчивость, простота, чувство экранного времени;
- имидж ведущего.

Недостатки, снижающие оценку видеоканала:

1. Отсутствие «лица» видеоканала.

2. Отсутствие одного из блоков-компонентов видеоканала:

- * событийно-информационного;
- * публицистического;
- * музыкально-развлекательного;
- * постановочных тематических страниц.

3. Несбалансированность по тематике, видам и формам вещания.

4. Застывшая форма (статичность), отсутствие сквозной идеи, тематической завершенности в содержании канала, смещение смысловых акцентов.

5. Отсутствие стилевого единства в художественно-декоративном оформлении видеоканала, в подборе иконографического материала и музыкального оформления;

6. Отсутствие у ведущего отчетливо выраженной позиции, стержня, объединяющего отдельные компоненты телевизионного вещания в целостную программу.

7. Длинные, смысловые повторы, рыхлость отдельных материалов и видеоканала в целом.

8. Брак по свету, по звуку, по изображению

9. Низкий качественный уровень одного из компонентов или видеоканала в целом.

10. Превышение хронометража видеоканала на 15 и более процентов от установленного макетом объема.

Недостатки, снижающие оценку информационного блока:

- Отсутствие своего «лица» в информационном блоке;
- Низкая плотность информации, большой объем разговорного компонентов, безадресность информации.
- Неестественность или скованность ведущего, бедность его словарного запаса, штампы, многословие, смысловые повторы;

- Непрофессиональное композиционное решение кадров, брак по свету, звуку и изображению;
- Неорганичность, инородность информационного блока в видеоканале;
- Низкий качественный уровень отдельных элементов.

Х. КРАТКОЕ ПОСОБИЕ ПО РАСПОЗНАВАНИЮ «РАБОВЛАДЕЛЬЦЕВ»

В последние пять лет в Амурской области появились издания, учредители которых активно используют «рабов», которые за свой труд не получают даже похлебку. В сети «рабовладельцев» попадают сотрудники изданий, которые пытаются подрабатывать на стороне – им не оплачивается уже выполненная работа. В худшей ситуации оказываются люди, принятые в качестве стажеров или договорников – надеясь когда-нибудь попасть в штат редакции, они месяцами трудятся вообще без оплаты. Очень активно обрабатывают «рабовладельцы» студентов отделения журналистики: им предлагают неограниченное место на газетных полосах, в теле и радиоэфире, мол, творите, выдумывайте, но никаких трудовых соглашений при этом не оформляется, ни о какой оплате труда и речи не идет.

Независимо от возраста, уровня образования, профессионального опыта «работоторговцы» от журналистики имеют некоторые ОБЩИЕ ЧЕРТЫ.

Дурная репутация, Демонстративно повышенная деловитость. Щедр на обещания. Не ценит чужое время. Заигрывает. Красуется. Щедр на похвалы без каких-либо оснований. Стиль руководства – мелочная опека. Очень обидчив, требует повышенного внимания к собственной персоне. Очень неохотно выдает конкретную информацию и уходит от прямых вопросов. Не собирается оформлять законным образом договорные обязательства.

Чем опасны контакты с «работоторговцами».

Связавшись с людьми, у которых репутация подмочена, можешь «запачкаться» сам, даже если будешь ни при чем.

Работая самостоятельно, без наставника, который может указать ошибки и верное направление, можно закрепить эти ошибки и действовать в соответствии с ними в дальнейшем. Начинающий журналист рискует потерять квалификацию, еще не приобретя ее.

Не заплатят или заплатят гроши после проволочек, скандалов, судов (последнее не гарантировано).

Даже работая добросовестно и с высоким качеством, можешь быть выкинутым на улицу в любой момент.

Вкалывая «за спасибо», невозможно заниматься поиском работы в другом месте.

КАК РАСПОЗНАТЬ «РАБОВЛАДЕЛЬЦА» И УБЕРЕЧЬСЯ ОТ НЕГО

1. Соберите как можно больше информации об издании: сколько лет выходит, какой имеет тираж, дает ли прибыль, кто входит в число учредителей, кто сотрудничает с изданием, размеры заработной платы и т.д.
2. Наведите справки о работодателе: образование, стаж работы в журналистике, где работал прежде, как долго и почему увольнялся (эти люди, как правило, меняют по несколько рабочих мест даже в течение года), какого мнения о нем его коллеги, знакомые.
3. Выясните размер вашей предполагаемой зарплаты (заранее узнайте, как оплачивается аналогичная работа в других изданиях) и день ее выдачи. При неконкретном ответе не стоит продолжать разговор. (Спросите аванс и вам многое станет понятно о возможном работодателе).
4. Выясните круг своих будущих обязанностей и закрепите их на бумаге.
5. Выясните, насколько оборудовано рабочее место, каков распорядок рабочего дня.
6. Держитесь уверенно и спокойно – вы нужны работодателю, а не он вам.
7. Если работодатель ищет конкретно вас, задайте вопрос самому себе: почему он делает это? Потому, что я такой замечательный специалист? Кому-то нужен раб? Что я приобрету? Что я потеряю?
8. Если вы все же дали согласие, работайте до оговоренного срока выплаты первой зарплаты. Как только вы ее не получили, уходите – задерживать зарплату могут годами.
9. Устроившись на новом месте, не расслабляйтесь – продолжайте поиск: вы будете чувствовать себя увереннее и сможете подготовить «плацдарм» для отступления.
10. Делитесь имеющейся информацией о «работоторговцах» с другими, и с вами поделятся тоже.

ВЫВОД. Средства массовой информации – по многим параметрам – очень привлекательная сфера бизнеса. Исходя из этого, можно предположить, что практика эксплуатации журналистов, как опытных, так и необученных, будет расширяться. Чтобы противостоять подобной практике, журналистам следует: собирать и распространять информацию о «работоторговцах» от СМИ, профессиональным сообществам журналистов обсуждать, обнародовать подобные факты, давать им соответствующую оценку. Защитить работников прессы мог бы профессиональный союз.

(Кобзарь В.П. Краткое пособие по распознаванию «рабовладельцев» // Пресса и общество: Материалы научно-практической конференции. – Воронеж: Изд-во ВГУ. 1999. – С.14-16.)

11. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

I. Книги, брошюры

1. Ворошилов В.В. Журналистика. СПб. 2000-2005.
2. Ворошилов В.В. Современная пресс-служба. СПб. 2005
3. Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе. М. 2001.
4. Гуревич С.М. Номер газеты. М. 2002.
5. Егоров В.В. Терминологический словарь телевидения. М. 1997-2003.
6. Зверева Н.В. Школа регионального тележурналиста. М. 2004.
7. Как делать телевидение/ учебный проект Би-Би-Си. 2000.
8. Ким М.Н. Жанры современной журналистики. СПб. 2004.
9. Ким М.Н. Новостная журналистика. СПб. 2005.
10. Ким М.Н. От замысла к воплощению. СПб. 1999.
11. Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения. СПб. 2001.
12. Климычева Ю.Б., Кудряшов А.А. Основные положения и программа производственной практики студентов 1-5 курсов специальности «журналистика». Благовещенск. 1998.
13. Кривоносов А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. СПб. 2001.
14. Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ. М. 2000.
15. Олешко В.Ф. Журналистика как творчество. М. 2003.
16. Олешко В.Ф. Социожурналистика: Прагматическое моделирование технологий массово-коммуникационной деятельности. Екатеринбург. 1996.
17. Правовой справочник журналиста (электронный ресурс). М. 2004.
18. Саруханов В.А. Азбука телевидения. М. 2002.
19. Свитич Л.Г. Профессия журналист. М. 2003.
20. Шостак М.Н. Журналист и его произведение. М. 1998.

II. Статьи в журналах и сборниках

1. Дмитриченко О., Фирсенко Е. Дневник практиканта. Студенты о работе в редакции. «Амурский журналист». 1998., №4. – С. 8-10.
2. Кобзарь В.П. Краткое пособие по распознаванию «рабовладельцев» // Пресса и общество: Материалы научно-практической конференции. Воронеж. 1999. – С.14-16. или см. «Амурский журналист». 1999, №4. – С.12-13.
3. Кобзарь В.П. Эти вечные проколы. «Амурский журналист». 1998, №7. – С.21-23.
4. Козлов Д.А. Рекламный агент. Аспекты профессиональной подготовки // Журналистика-Реклама-Связи с общественностью: Материалы научно-практической конференции. Воронеж. 2000. – С.177-179.
5. Кондратюк Е.С., Кудряшов А.А. Газета, радио, телевидение: проблемы взаимодействия. «Амурский журналист». 1999, №1. – С.14-17.
6. Кудряшов А.А. Ассоциация молодежных СМИ Амурской области. Проект. «Амурский журналист». 1999. №5. – С.20-22.

7. Кудряшов А.А. Диалог журналистов разных поколений. «Амурский журналист». 1999., №5. –С. 18-20.
8. Кудряшов А.А. Использование новых технологий в фотожурналистике: человеческий фактор// Средства массовой информации в современном мире: Тезисы научно-практической конференции. СПб. 1999. –С.210-211. или см. «Амурский журналист», 1999, №4. –С.16-23.
9. Кудряшов А.А. Основные положения и программа производственной практики студентов 1-5 курсов специальности «журналистика». «Амурский журналист». 1998., №5. – С.16-21.
10. Кудряшов А.А. Подводя итоги практики. «Амурский журналист». 1998, №7. – С.7-13.
11. Марченко Р. Студенты в редакции. Мнение руководителя практики. «Амурский журналист». 1998., №4. – С.4-7.
12. Положение о Комитете защиты прав журналистов Амурской областной организации СЖ РФ. «Амурский журналист». 1998., №2. – С.15-16.
13. Положение о Совете по журналистской этике и праву Амурской областной организации СЖ РФ. «Амурский журналист». 1998., №1. – С.32.
14. Положение о Совете редакторов городских и районных общественно-политических газет Амурской области. «Амурский журналист». 1998., №2. – С. 16-17.
15. Устав Амурской областной организации Союза журналистов РФ. «Амурский журналист». 1998., №1. – С.20

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ДОКУМЕНТЫ И ОБРАЗЦЫ ОТЧЕТОВ

1. Основные положения и программы учебной и производственной практик	3
2. Положение о творческом досье	16
3. Дневник практиканта	19
4. Образцы отчетов и характеристик	23
5. Образцы итоговых отчетов для творческого досье	25

РАЗДЕЛ 2. РАЗБОРЫ. СОВЕТЫ. РЕКОМЕНДАЦИИ

1. Студенты специальности «Журналистика» в редакциях Амурских СМИ	35
2. Вместо памятки: Что нужно знать студенту, оказавшемуся в кругу коллег-журналистов	40
3. Я дежурный по газете ...	45
4. Рекомендации для начинающего интервьюера	47
5. Рекомендации для начинающего ответственного секретаря	49
6. Рекомендации для начинающего сотрудника рекламного агентства	51
7. Как стать хорошим репортером	53
8. Как писать для газеты	57
9. Критерии оценки работы тележурналиста	60
10. Краткое пособие по распознаванию «рабовладельцев»	63
11. Рекомендуемая литература	65

