



Школьная газета: шаг за шагом



Авторы-составители: Т. Н. Соколова,
Е. Е. Метлинова,
А. О. Гужева
О. П. Денисова

Рекомендации по организации
школьного пресс-центра

Печатается по решению экспертно-методического совета
Муниципального образовательного учреждения
дополнительного образования детей
«Дворец детского (юношеского) творчества Всеволожского района»



Данные методические рекомендации основаны на опыте педагогов в области журналистики и организации детских пресс-центров. Также здесь помещены некоторые сведения и термины, которые могут быть полезны педагогу при подготовке к занятиям по данному направлению.

© Составители: Т. Н. Соколова, Е. Е. Метлинова, А. О. Гужева, О. П. Денисова

© Вёрстка, дизайн: Е. Е. Метлинова

Подписано в печать 11.04.2014 г.

Тираж 200 экз.

Тиражирование выполнено редакционно-издательским отделом

МОБУДОД ДДЮТ Всеволожского района

188641, г. Всеволожск, улица 1-я Линия, д. 38,

тел. (81370) 25-129, 29-201

Internet: <http://www.ddtvr.narod.ru>

E-mail: ddutvr@narod.ru

Введение

Уважаемые коллеги! Это издание не предполагает «изобретение велосипеда», но не торопитесь откладывать его в сторону. Возможно, эти рекомендации и пожелания помогут вам выбрать для себя что-то интересное и полезное.



Данные методические рекомендации основаны на опыте различных педагогов в области журналистики и организации детских пресс-центров. На страницах брошюры вы найдёте дельные замечания и толковые советы как из школьного клуба по интересам организовать пресс-центр, и как набор текстов превратить в школьную газету. Также здесь помещены некоторые сведения и термины, которые могут быть полезны педагогу при подготовке к занятиям.

Чем ещё может быть полезен материал данного пособия? Собранные в нём сведения тщательно отобраны и систематизированы. Удобная лаконичная форма позволит вам и юным журналистам быстро получить необходимую информацию о создании школьной газеты, её истории, организации пресс-центра и многом другом. Но если вдруг после прочтения наших рекомендаций вы вдохновитесь на изобретение велосипеда, мы не возражаем.

«Вестник» или газета?



Кому нужна школьная газета, когда много других детских и подростковых печатных изданий? Конечно, соперничать с центральными изданиями школьная печать не может. Но это вовсе и не её задача. Разве газета существует только для того, чтобы сообщать новости? Школьную газету можно сейчас рассматривать как средство создания в школе настоящего крепкого творческого коллектива, как средство формирования общественного мнения, средство воспитания и т. д. Для ребят активных, любознательных школьная газета — это своеобразный катализатор и генератор идей. А содержание школьной газеты — это школьная жизнь в самом широком смысле. Это круг интересов ребят, их забот, поисков, их общие радости и печали, сомнения и открытия, это своеобразная школьная летопись.

Несмотря на занятость в школе и спортивных секциях, у каждого подростка есть свободное время. Многие ребята отдают его увлечению кино-, фотосъёмкой, общению, пробуют свои силы в написании статей для школьной стенгазеты. Как соединить интересы ребят и подготовку к возможной будущей профессии? Как найти единомышленников? Как активно включаться в школьную жизнь? Один из вариантов решения этих вопросов — создание школьного пресс-центра, где будет выпускаться печатная школьная газета.

Газета — самый распространённый вид школьных изданий. Почти каждая школа стремится выпускать нечто вроде вестника, где печатаются сообщения о планируемых мероприятиях, новости, интервью с педагогами и другими интересными людьми и, конечно, размышления школьников на вечные темы — о дружбе, любви, отношениях с родителями. Чаще всего такие «вестники» называются газетами. Но достаточно ли написать на титуле издания это слово, чтобы «вестник» действительно стал газетой?

Частенько газета печатается при помощи ксерокса на листах А4 формата и скрепляются по левому краю степлером. В объёме, тиражах и периодичности особых различий также не наблюдается.

Теперь попробуем разобраться, *что такое газета*, почему она остаётся самым популярным видом среди всех средств массовой информации, в чем её сила (и в чём слабость), и как строится её структура.

По общему мнению школьных издателей, главное в газете — содержание, то есть текст. Не будем спорить. Внесём лишь небольшую поправку.

Представьте себе, что у вас есть замечательный текст, например, об учительнице, проработавшей в школе сорок лет. И блок новостей, где собрана информация о событиях в выпускных классах накануне экзаменов. Кроме того, интервью с ректором института, в который мечтает поступить половина выпускников. А также три новых стихотворения поэтессы из 8а, письмо родителей с просьбой увеличить большую перемену и ответ директора школы, два рассказа на тему «Как я провёл каникулы» и одна детективная повесть из жизни третьеклассниц.

Первым принёс свой материал, конечно, учитель литературы. С него вы и начинаете вёрстку: сплошным блоком, от края до края страницы, без переносов, выравнивание по ширине.

Со следующего абзаца пойдут стихи (давно лежат, надо, в конце концов, опубликовать), потом про каникулы, потом интервью (страница кончилась, но ничего — переносим половину текста на следующую), потом детектив... Что мы получим в итоге? В лучшем случае — сборник текстов. Он не имеет права

именоваться газетой, потому что лишён логики и структуры. У него нет «газетности», то есть особого порядка подачи текстов, свойственного именно газете как периодическому, то есть повторяющемуся изданию.

Газета выходит через определённые промежутки времени. И чтобы было понятно, что перед вами номера одной и той же газеты, а не куча новых, независимых друг от друга изданий, в ней должны быть *повторяющиеся элементы*. Первый из таких повторяющихся из номера в номер элементов очевиден — это **название издания, его логотип**. С ним всё понятно — ни одна уважающая себя газета без логотипа в свет не выйдет. Вторая же, не менее важная составляющая газеты, не подверженная необдуманному изменению, — её **структура**.

Появление газеты



Газета существует уже полтысячи лет и не собирается исчезать. Ей предрекали неминуемую гибель после появления радио: полагали, что устный рассказ о событиях отобьёт всякое желание напрягать зрение. Ничуть не бывало: радиовещание охватило всю планету, но число газет от года к году лишь увеличивалось. С телевидением повторилась та же история, что и с «беспроволочным телеграфом». Аналогичная ситуация складывается, по-видимому, и с Интернетом.

Вот первые примеры. «Деяния сената» и «Ежедневные общественные деяния народа», существовавшие при Юлии Цезаре, во всем подходят под определение газеты как «периодического издания, в котором публикуются материалы о текущих событиях», кроме одного: это были рукописные, а не печатные сообщения. Это касается и «Цзинь бао» («Столичного вестника»), периодически выходящего в Китае с 911 года.

Всерьёз о газете как о средстве массовой информации можно говорить только с началом эпохи книгопечатания. К 1456 году Иоганн Гутенберг закончил издание так называемой 42-строчной Библии в двух томах (1452–1456), открыв тем самым типографскую эру, а в 1513 году в Лондоне была напечатана первая книга новостей на 12 листах.

Термин «газета» появился в XVI веке в Венеции и происходил от названия мелкой монеты (gazzetta), которую нужно было уплатить за сводку новостей. В конце того же столетия выходили газеты с кругом постоянных подписчиков: в 1583 году — кёльнская «Меркуриус Галлобелгикус», в 1588 — лондонская «Инглиш Меркур», в 1603 — страсбургская «Цайтунг».

В 1627 году французский врач Теофраст Ренодо (при поддержке кардинала Ришелье) основал в Париже «бюро новостей», а через четыре года начал выпускать первую французскую газету «Ля газетт». В газете под псевдонимом печатался король Людовик XIII, причём Ренодо безжалостно редактировал его тексты.

В России первая печатная газета возникла, как и многое другое, по инициативе Петра I.

Она выходила с 13 января 1703 по 1727 годы под названием «Ведомости о военных и иных делах, достойных знаний и памяти». С 1728 года изданием

газеты, получившей название «Санкт-Петербургские ведомости», занялась Академия наук. Первым её редактором стал Герард Фридрих Миллер (1705–1783), незадолго до того приехавший в Россию из Германии, чтобы стать студентом Академии наук. Двадцатитрёхлетний редактор единственной газеты государства подбирал материалы для каждого номера, переводил иностранные известия и следил за выпуском номеров в свет.

Существовали в России и частные газеты, как, например, «Русский инвалид», первый номер которого вышел в свет 1(13) февраля 1813 года в Санкт-Петербурге. Издатель, филантроп, основатель и издатель её П. П. Пезаровиус, отдавал доход от газеты в пользу инвалидов войны, солдатских вдов и сирот. В 1900 году в России насчитывалось более тысячи периодических изданий, а к 1906 году их число превысило три тысячи. В Москве крупных литографий было больше, чем в Берлине и Лейпциге — давних издательских центрах. Даже Первая мировая война лишь немного притормозила развитие русской печати. В 1917 году в России выходило более четырёх тысяч периодических изданий.

Вряд ли кто-то может точно сказать, сколько всего существует сейчас школьных газет, однако понятно, что счёт идёт на сотни, а вероятнее — на тысячи. Сегодня газетой обычно называют любое школьное более или менее периодическое издание: выходит хотя бы раз в два месяца и не в трёх, а в десяти экземплярах — значит, уже **газета; пишет преимущественно о делах школы — стало быть, школьная.**

Порядок слов

Взглянем на первую полосу любой «большой» газеты. Почти наверняка мы обнаружим на ней начало ключевого материала номера: анонс, заголовок и несколько начальных абзацев, фотографию. Сам материал может располагаться дальше — на второй, а то и четвёртой полосе, но уже первая объявляет читателю: вот этот — самый главный!



Как правило, где-то на первых страницах газеты находят себе место и **новости**. Без новостей никак нельзя — иначе придётся переименовывать издание в альманах! И не стоит оправдывать их отсутствие тем, что с момента выхода прошлого номера в школе не произошло никаких интересных событий. Такого просто не может быть! Несколько сотен учеников, двадцать-тридцать учителей: у кого-нибудь из них наверняка что-то случилось. Вася нашёл на улице кошелёк, Лена получила электронное письмо из Англии, Петя с Мишей подрались, а затем помирились, Виктор побывал на симфоническом концерте, а Николай — в милиции, Ольга Сергеевна защитила диссертацию по педагогике, а Егор Семёнович разбил свой «Москвич». За месяц в школе проходит сколько уроков? Подсчитайте сами. — И на каждом происходит что-то любопытное. Задача журналиста — увидеть и **зафиксировать интересные моменты**. «Седьмой класс сходил на экскурсию на хлебозавод. Каждый получил в подарок батон и по три сушки. В планах класса — посещение кондитерской фабрики, там угощают конфетами» (смешная деталь — три сушки, самоирония — пойдём за конфетами; в итоге имеем информационное сообщение, которое трудно не заметить). «Сам сломал — сам и починю» — под таким девизом живёт 8-й класс. Правда, карниз чинили совсем не те, кто его обрушил, но зато обошлись без родителей. У Ильи Салахова, оказывается, золотые руки!» (И мастера похвалили, и на виновника поломки намекнули; дали не полный отчёт

о происшествии, а лёгкий очерк, вызвав тем самым любопытство читателя: как это вы карниз сломали?)

Чтобы читателю было удобно ориентироваться в газете, давным-давно придумана такая вещь, как **рубрики**.

Представьте: открыли вы газету, увидели статью под названием «Важное дело» и читаете: «В наше время особенно важно, чтобы все, кто делает своё дело, делали бы его так, чтобы каждый из нас мог сказать, что дело сделано хорошо...» Если вы терпеливый человек, прочтёте всю фразу до конца, если очень терпеливый — прочтёте весь абзац, но скорее всего, бросите «это дело» уже после первой строчки. В чем самая главная ошибка журналиста и редактора? Они не взяли на себя труд объяснить, о чем речь.

Пять шагов к созданию школьной газеты



Первый шаг: организуем школьный пресс-центр

Чем занимается школьный пресс-центр? Прежде всего, он объединяет воедино всю школьную печать. И не просто объединяет, а координирует работу, проводит обмен опытом, организует учёбу юнкоров. Также школьный пресс-центр проводит социологические опросы и исследования среди учеников, родителей и педагогов.

Пресс-центр организует: занятия в школе (студии, кружке) юнкоров, творческие отчёты и конкурсы юнкоров, юных литераторов, диспуты и дискуссии, экскурсии в местные редакции газет, смотры стенгазет.

Пресс-центр планирует и готовит выездные редакции и пресс-десанты, пресс-рейды, читательские конференции, дни открытого письма.

Пресс-центр проводит: юнкоровские летучки, пресс-конференции и встречи с интересными людьми за “круглым столом”, юнкоровские игры и праздники, консультации юнкоров, выставки рисунков и фотографий, Неделю молодёжной и детской печати (по традиции, проводится в мае каждого года. Во время недели проходят читательские конференции, встречи с журналистами и писателями, устраиваются экскурсии и т. д.).

Пресс-центр отвечает за своевременный выпуск школьной газеты, пропаганду центральных и других детских и подростковых печатных изданий.

Второй шаг: создаём газету

Итак, у вас появилась идея – создать школьную газету. Тут главное – тщательно продумать концепцию издания. А это значит, что в вашей

газете должны быть свежие идеи – новые способы подачи старых тем и новые темы, поданные со вкусом. Задайте себе следующие вопросы: что нужно освещать в газете? Как это следует делать? Каким образом газета сможет ответить на запросы своих читателей? И, наконец, одна маленькая хитрость – никогда не стесняйтесь украсть хорошую идею.

Но при этом помните: практика копирования других школьных газет для хорошего издания неприемлема. Найдите свои специфические формы информационной работы. Газета должна быть поставщиком интересной информации, со свежим, оригинальным, неожиданным взглядом на тему. Приступая к созданию газеты, учтите характерную особенность школьного издания – его теснейшую связь с читателями. Газета является самым близким для учащегося изданием. Ребята должны воспринимать газету как свою, родную, в которую всегда можно обратиться со своими проблемами, написать. Успех школьной газеты зависит именно от связи с аудиторией.

Чтобы газета производила на читателя приятное впечатление, у неё должно быть:

1. Оригинальное и свежее содержание. Прежде всего, должен быть материал о новых событиях.

2. Самостоятельные взгляды. Очень важны убеждения газеты, её позиция по тому или иному вопросу.

3. Привлекательный голос. Голос газеты – это тон, заданный общим стилем её – материалов.

Обдумывать все эти вопросы вы будете, конечно же, дружным редакционным коллективом.

Третий шаг: создание редакции

Создание редакции и её состав. Чтобы школьная газета регулярно выходила, необходимо создать постоянную редакцию. Редакция – это все, кто выпускает одну газету: журналисты, фотокорреспондент, дизайнер, верстальщик и прочие во главе с редактором. Редактору при этом необходимо быть хорошим организатором: ему предстоит объединить вокруг газеты многих ребят, юнкоров. Сколько должно быть юнкоров?

Это зависит от структуры редакции. Можно построить работу как в настоящих редакциях, организовать отделы: например, отдел школьной жизни, отдел спорта, отдел информации, отдел творчества и т.д.

Кто и что делает в редакции?

Редактор – самый главный человек. Его основная обязанность – любыми способами сделать так, чтобы газета выходила вовремя и её интересно было читать. Редактор отвечает за всё и всех, продумывает, какие статьи будут в номере, редактирует рукописи (оригиналы), следит за исполнением всех работ, за выходом каждого номера газеты, решает все важные и спорные вопросы.

Как распределить работу?

Для сохранения творческого потенциала издания стоит создать редколлегию со строгим распределением должностей, привлечь как можно больше авторов

разного возраста; постоянно заниматься изучением читательского спроса, повышением профессионального уровня.

В газете должны быть разные рубрики, размещаться и злободневный материал, хроника. Если вы сможете давать в своей газете различные разделы, не ограничивайтесь обычными, публикуйте, например, такие тематические блоки: новости, спорт, бизнес, работа, книги, культура, телевидение, компьютеры, окружающая среда, средства массовой информации, семейные проблемы, путешествия, объявления, зарубежные новости, отдых, афиши...

У каждого юнкора может быть свой дневник, в который он заносит сведения по своей теме. Пусть один записывает именины и дни рождения соучеников, другой собирает сведения о контрольных работах или записывает события на большой перемене, третий сообщает об уроках математики, географии и т. д. Кто-нибудь может взять на себя рубрику о книжках, о преподавателях, о молодёжной среде микрорайона. Наверное, будут возникать и новые рубрики, а кое-какие из старых отмирать.

Ответственный секретарь (ответсек) – тот, без кого газета тоже не выйдет, ведь ответсек в буквальном смысле определяет, каким быть каждому номеру: на какой полосе и каком именно месте будет стоять тот или иной материал, какие линейки его выделят, каким шрифтом будет набран каждый текст и заголовок, где поместят рисунок или фотографию, влезет ли материал в номер или его лучше сократить – эти и другие вопросы (конечно, вместе с опытным редактором и помощниками) решает ответсек, составляя макет номера.

Юнкоры – те, кто собирает информацию, обрабатывает её и пишет в газету статьи, интервью и т. д. Разумеется, у каждого свои вкусы и пристрастия, мы неодинаково разбираемся в разных вещах. Поэтому один любит писать о спорте, второй – об экологических проблемах, третий гоняется за впечатлениями для путевых заметок.

Дизайнер – разрабатывает дизайн выпуска, обложку газеты, создаёт иллюстрации к текстам, разрабатывает новые стили и варианты оформления газеты и т.д. Хорошо бы ему уметь работать в графических программах Adobe Photoshop, Corel Draw и т. д.

Фотокорреспондент – тот, кому заказывают иллюстрации к материалам и кто тоже может писать собственные материалы.

Верстальщик – осуществляет вёрстку газеты, занимается макетированием издания и его выпуском.

Такой состав редакции может быть в вашем школьном пресс-центре.

Четвертый шаг: работа редакции

Главное дело редакции – выпуск школьной газеты. Впрочем, ребята помимо газеты могут выпускать приложения на разных языках, издавать литературно-публицистические альманахи и т.д. Но мы сейчас

поговорим о газете, а также о формах работы редакции, которые могут помочь выпускать интересное издание.

Прежде всего, редколлектив должен обсудить структуру школьной газеты.

Структура газеты. Необходимо продумать, какое направление будет иметь ваша газета. Какой будет по содержанию и стилю: строгой и официальной? Яркой и острой? Следующий шаг – создание модели газеты, обсуждение рубрик, возможных отделов, жанров газеты, составление плана, обдумывание тем, распределение работы внутри редакции и т. д.

План. Редакция облегчит свою задачу, если выпуск газеты будет идти по плану. Газета, выходящая от случая к случаю, заполненная материалами, перепечатанными из других газет и журналов, мало заинтересует ребят. Редакции следует продумать линию, стратегию и тактику газеты по всем вопросам. Задача – быть всегда в гуще событий, сделать школьную газету актуальной и злободневной. План газеты состоит из двух частей: структуры, то есть порядка, в котором идёт её содержание, и дизайна – облика газеты. К тому моменту, как вы начнёте детально обдумывать эти вещи, следует определиться относительно содержания, формата, “лица” газеты, формы и объёма.

Возможно, вся эта работа покажется вам сложной, возникнут вопросы: как делать макет, с какой стороны подойти к дизайну вашего издания и т. д. Не стоит опускать руки. Всему можно научиться. Организуйте в вашем пресс-центре школу юнкоров и обратитесь за помощью в учебные заведения (лицеи, гимназии и даже городские учреждения), где уже выпускаются газеты. Проводите теоретические уроки, сочетающиеся с практикой. Желательно приглашать на занятия профессиональных журналистов, печатников, поэтов или писателей, интересных людей. Занятия по дизайну может провести профессиональный художник, дизайнер. Но не стоит сводить всю работу в школе юнкора к “профессиональному” обучению. Важно познакомить юнкоров с основами газетного дела. Не так уж важно, по всем ли правилам станут ребята писать заметки и репортажи. Важно, чтобы юнкоры принимали активное участие в тех делах, о которых они станут рассказывать потом в газете.

Пятый шаг: о чём писать ребятам?

Где взять тему для материалов? Темы вокруг нас. Но часто ребята не представляют, о чём можно написать в газету. А написать можно практически обо всём. О том, например, как ребята учатся, как занимаются спортом, о любимом кружке, о своём друге.

А разве мало вопросов волнует ребят! Часто они обсуждают: всегда ли правы взрослые, откуда в людях жестокость, как бороться с несправедливостью, кого можно считать настоящим другом? Разве это не может стать темой для заметки? Ребятам хочется получить ответ не от взрослых, а именно от своих сверстников, сравнить собственный взгляд на проблему с мнением одноклассников. Хочется научиться размышлять, спорить, доказывать. Пишите об этом. Самое главное – постарайтесь сделать газету интересной: заинтригуйте читателя материалами об интересных событиях, обсуждением на страницах газеты сложных проблем молодёжной жизни, привлекайте к дискуссии читателей, печатайте школьную рекламу, истории с продолжением, фоторепортажи и т. д.

Очень обогащают портфель редакции конкурсы. Используйте в газете игры, забавы, шутливые мистификации, розыгрыши или конкурсы (например, на самый короткий юмористический рассказ). Проведите, например, Шуточное пятиборье

остроумных, Соревнования юных энциклопедистов или редакционную кампанию, посвящённую какой-либо проблеме и т. д.

Кроме так называемого текущего материала, газета должна иметь и запасной, “задел”. Ценность газеты зависит от богатства редакционного портфеля. Редакция обязана заботиться о разнообразии: длинные статьи должны сменяться короткими, серьёзные – шутливыми, трудные – лёгкими. Допустим, в школе был спектакль или проводилась экскурсия. Об этом написали целых четыре корреспондента. Что лучше: дать все четыре статьи в одном номере или по одной в разных номерах? Можно сделать из них тематическую подборку или открыть рубрику “Круглый стол” на тему... Газета – как букет из разных цветов. Насколько он красивее, когда есть из чего выбирать!

Полезные советы руководителю пресс-центра

Принимая ребят в качестве юнкоров, спрашивайте себя: какие причины заставляют ребёнка взять ручку, бумагу и начертать свои первые строки?

Удовольствие от общения, от результатов труда, от нового типа получаемых знаний пробуждает желание быть признанным. Важно заметить способности ребёнка, дать ему возможность раскрыться, почувствовать себя нужным, лучшим. Первые работы авторов нельзя грубо редактировать. Неуверенные в себе дети при попытке навязать им чьё-то мнение закрываются и теряют интерес к работе. Такие ребята не любят своих имён и подписываются псевдонимами. Ничего страшного. Со временем пройдёт. С детьми нужна работа не только индивидуальная, но и коллективная: “круглые столы”, редакционные летучки, где все имеют право голоса, право отстаивать свою тему. Поначалу часть ребят сидят молча, но через некоторое время от стеснительности не остаётся и следа: у подростков даже голос становится твёрже, отчётливее речь. Мотивами ваших дальнейших действий будут ответственность, признание и похвала юнкоров.

Несколько слов о наградах. Какие должны быть награды? Редакция школьной газеты небогата, поэтому награды не могут быть ценными. Опыт показал, что очень приятная награда – памятная открытка. Выбирается открытка с соответствующей картинкой, и пишется примерно такая надпись: “Постановлением редакционной коллегии... (название газеты)... (имя и фамилия) присуждается памятная открытка ... (дата) ... (подпись)”. Можно также написать, за что присуждается открытка (“За участие в конкурсе”, “В память годичной (полугодовой) совместной работы”, “В юбилей десятой (двадцатой) статьи”).

Не забудьте о рекламе издания. Не лишним может оказаться распечатывание листовок-объявлений с рекламой нового выпуска, можно провести анкетирование с целью узнать общее мнение о газете.

Виды школьных газет

Газета-приложение. Это газета-спутник, которую выпускают ребята, работающие по определённым направлениям (спорт, краеведение, национальная культура и т. д.)

Газета-молния. Особый тип газеты. Она содержит экстренную информацию об одном или нескольких событиях в жизни школьной общественности (класса), т. е. “молния” – экстренный выпуск газеты с сообщением о важном событии. Информация “молнии” требует немедленного реагирования. “Молнию” можно выпускать: а) когда школе (классу, человеку) предстоит какое-то важное, срочное, новое дело и нужно сообща придумать, как лучше всего его выполнить; б) когда в жизни школы (класса) возникли непредвиденные обстоятельства, серьёзные трудности и нужно вместе решить, как эти трудности преодолеть; в) когда произошло какое-то событие и т. д. Рядом с газетой-“молнией” можно установить “почтовый” ящик для предложений, пожеланий, мнений. “Молния” не терпит шаблона, стандарта в оформлении. Каждый её выпуск должен быть оригинальным. “Молния” приковывает внимание всех. Тут не стоит бояться ярких красок, нужно дать броский заголовок, острый рисунок или фото. Газета-“молния” не должна висеть долго. И главное: не стоит выпускать её по незначительному поводу.



Боевой листок. Оперативная газета, выпускаемая на месте происходящего события. В самом названии заложена суть этих выпусков – боевитость, быстрота, действенность. “Боевой” – значит: газета эта, как никакая другая, должна быть оперативной. Её выпускают по ходу дела – во время субботника, трудового десанта, какой-то операции, акции, во время встречи и т. д. “Листок” – значит газета эта невелика, в ней всего одна-две заметки. Это могут быть интервью или заметка и фельетон (и др. варианты). Хорошо часть работы, связанной с выпуском боевого листка, выполнить заранее: придумать варианты заголовка, оформление – рамочки, рисунки и т. д. Боевой листок можно выполнить на цветной бумаге (или фоне), а сами заметки поместить на белый фон. Оперативность выпуска боевого листка требует краткости изложения материала, чёткой позиции, точности в изложении фактов.

“Живая газета”. История “живой газеты” началась во время гражданской войны. Её появление объясняется просто. Люди тянулись к политической деятельности, знаниям, а грамотных было мало. Вот и появилась газета, которую не надо было читать, её смотрели и слушали. Эта необычная по форме газета-агитация и сейчас не потеряла своей актуальности. “Живая газета” представляет собой серию коротких выступлений, каждое из которых по-своему раскрывает содержание темы. “Живая газета” – это газета тематическая, показывает насущные проблемы. Она может быть посвящена проблемам мира, экологии. Программа “живой газеты” может сохранить форму печатной газеты – у неё может быть заголовок, хроника, заметки, сатира и юмор. Весь материал демонстрируется с помощью выразительных средств и приёмов – плакаты, лозунги-речёвки, сценки, диалоги, танцы и декламация, дружеские шаржи и теневые картинки. Можно использовать загадки, частушки, построенные на собственном материале. Для “живой газеты” важны актуальность и злободневность.

Пресс-бюллетень. Это такая газета, которая информирует читателя о ходе какого-то события, освещая самые важные его моменты, давая оценку, подводя итоги. Пресс-бюллетень выпускается на слётах, фестивалях, во время соревнований, пресс-конференций и т. д.

Это оперативная работа. Значительная часть заметок в пресс-бюллетене несёт информацию о том, как проходит слёт или фестиваль, повествует о его гостях, участниках. Все сообщения в таком выпуске очень короткие, написаны порой в “телеграфном” стиле.

Обменный номер. Это газета, которую делают для своих друзей, коллектива ребят, с которым вы дружите. Готовится обычно совместно с редколлегией газеты другой школы. Цель – помочь друзьям выпускать хорошую газету, поучиться самим.

Расширенный словарь журналистских терминов



Аббревиатура — условное сокращение названия по первым буквам (МГУ, МВД).

Анонс — предварительное оповещение о чем-либо.

Анрефиле — маленькая статья или заметка в газете, используемая для передачи информации о фирме, выставке, ярмарке и т. п. Обычно анрефиле не имеет заголовка и подписи.

Апрош — расстояние между буквами (в печатной журналистике).

Астротерфинг — формирование и поддержка искусственного общественного мнения.

Атрибуция — указание на источник информации в материале.

Бабашка — крупный пробельный материал в виде круга, ромба, квадрата и т. п., заполненный типографской краской.

Брифинг — очень короткая пресс-конференция, которая проводится по одному вопросу и сразу начинается с вопросов журналистов.

ВВК — ведущий вне кадра. Новость, которой не требуется делать сюжет. Ведущий сам читает текст, а на экране идёт картинка.

Вёрстка — процесс формирования страниц издания путём компоновки текстовых и графических элементов.

Видеоряд — в видеосюжете: набор кадров, планов, выполняющий описательную функцию.

Вода («налей воды») — не несущий смысла текст (нужен, когда фактов мало, а статью нужно добить до определённого количества знаков).

Воздух — белые пятна между материалами в прессе.

Врез — цитата из текста, вынесенная в материале отдельно.

Выходные данные — сведения об издании.

Вычитка — процесс обработки материала после редактирования.

Глянec — вид журналов, отпечатанных на глянцевой бумаге.

Дед-лайн (deadline) — окончательный срок сдачи материалов перед их выходом в СМИ.

Жёлтая пресса ориентирована на непроверенную информацию и дешёвые сенсации, направлена на увеличение числа читателей за счёт выдачи информации, которая может заинтересовать с точки зрения скандала, нездорового интереса к теме или других нечистоплотных мотивов.

Журналист — человек, занимающийся журналистикой: создаёт информационное наполнение для СМИ путём сбора, осмысления и изложения для аудитории информации о значимых фактах, событиях, людях.

Зарисовка — обобщение фактов и описание обстановки. Короткий, живой и образный рассказ о своих впечатлениях.

Интервью — изложение фактов от имени того, с кем ведётся беседа. Предполагает совместное творчество: журналист предваряет вопросы читателей, тщательно готовится к интервью, непременно владеет ситуацией. Необходимо указать, с кем ведётся беседа, тему разговора, каким образом получено интервью.

Информация — короткая заметка. Содержит сам факт и некоторые подробности. Состоит из десяти–тридцати строк, имеет собственный заголовок.

Кернинг — изменение межбуквенного интервала в тексте.

Клевета — распространение заведомо ложных сведений в печати, СМИ, личной переписке и на словах (публично). Является преступлением.

Колонка: В широком смысле — столбец в макете печатного СМИ. В узком смысле — определённая рубрика, принадлежащая конкретному автору.

Корреспонденция анализирует группу фактов. Это делается с помощью описания фактов, их анализа и соответствующих выводов.

Кэпшн — подпись к фотографии в фотоархиве.

Лайф (Life) — вид сюжета, когда показывается само событие без комментариев журналиста.

Лайф-ту-тейп — особый вид съёмки сюжета, где журналист постоянно находится в кадре и участвует в окружающих его событиях.

Лид — первый подзаголовок в статье, чаще всего выделенный крупным шрифтом.

Цель лида — удержать внимание.

Макет — предварительная точная копия газеты или рекламы.

Материал — обобщённое название продукта, произведённого журналистом.

Моменталист — журналисты с «аппаратами моментальной фотосъёмки», старое русское прозвище папарацци. Так называли папарацци в течение XX века в России.

Мост — выход в прямой эфир (прямое включение).

Муха — микрофон на воротнике журналиста, без провода.

Мясо — ненужная часть фотографии, удаляемая при редактировании.

Ноги — сведения о материале.

Нонивент — событие, которое, по мнению журналиста или редактора, не должно упоминаться в СМИ по причине своей маловажности.

Ньюсмейкер — буквально: лицо, создавшее новость. Какая-либо знаменитость, политик, простой человек, совершивший определённые действия, после чего они получили огласку в СМИ.

Обозрение — важнейшие события жизни города, завода, школы и т. п. за определённый период.

ОБС (Одна бабушка сказала) — информация, основанная на сплетнях или взятая с потолка.

Отчёт. Общий — содержит изложение фактов в хронологическом порядке. Тематический — освещает 1-2 наиболее важных вопроса. Отчёт с комментариями — изложение основных событий и высказывание своей точки зрения.

Офсет — способ печати, при котором краска с печатной формы передаётся на резиновый цилиндр, а с него — на бумагу.

Очерк — образное представление о людях, их действиях: раскрытие сущности явления. Очерк бывает сюжетным (портрет, проблема) и описательным (событийный, путевой).

Пакет — сюжет на радио, подготовленный и записанный заранее.

Памфлет — злободневное публицистическое произведение, цель и пафос которого — конкретное гражданское, преимущественно социально-политическое обличение.

Панорама — план в вертикальном или горизонтальном движении, в котором объект или местность показаны целиком.

Папарацци — журналист, снимающий звёзд шоу-бизнеса и других селебрити без разрешения последних. Иногда папарацци бывают специально нанятыми звёздами для создания "неожиданной" фотографии в том месте, где захочет заказчик.

Петля (петличка) – вид микрофона с проводом, который цепляется на воротник журналиста.

Пионер – знаменитость средней величины, которую можно пригласить на съёмки без особых трудностей. Используются для забивания студии «экспертами».

Подвал – материал, расположенный внизу газетной полосы.

Подводка – речь журналиста перед самым сюжетом, которая подводит зрителя к новости.

Полоса – фактически газетная страница полностью.

Портфель – условное название места, где хранятся готовые неопубликованные материалы.

Пресс-конференция – организованная встреча журналистов с представителями компаний, организаций или отдельными персонами. Организуются с целью предоставления СМИ проблемной и комментирующей информации, характеризуются возможностью получения информации из первых рук, проверки сведений и уточнения версий с помощью вопросов.

Пресс-релиз – специальный бюллетень для работников печати, радио, телевидения, содержащий документы и информацию и подлежащий срочному опубликованию и распространению.

Прогон – репетиция программы, плана, шоу.

Профессиональная этика журналиста – система ориентиров, которая регулирует в сложной ситуации морального выбора профессиональное поведение журналиста.

Публицистика – специфический род литературы, рассматривающий актуальные проблемы жизни и деятельности общества, его культуру, политику, философию, экономику и прочее.

Разворот – две полосы на одном зрительном поле, текст на этих двух полосах.

Ракурс – угол съёмки.

Репортаж – наглядное представление о том или ином событии через непосредственное восприятие журналиста-очевидца или действующего лица. Репортаж бывает: событийный, тематический, постановочный.

Рыба — заготовка, каркас материала или макета полосы.

Свежая голова – постоянный сотрудник ежедневного издания, обязанностью которого является полное прочтение свежего выпуска газеты перед его публикацией.

Селебрити – знаменитость. Иногда – знаменитость, которая может быть известна сразу в нескольких областях.

Сетка – сетка передач, которая буквально является расписанием программ на ТВ или радио.

Синхрон – отрезок интервью, который будет подан в кадре на ТВ. Буквально: изображение, синхронное с речью. Есть два вида обозначения синхрона:

Скрытая камера – вид съёмки, при котором объект съёмки не видит камеру или вообще не догадывается о её существовании.

Сокпаппет – искусственно созданный персонаж в интернете, которого не отличишь от настоящего человека. Нужны для астротерфинга, так как именно они и создают фальшивое общественное мнение.

Спецрепортаж – более длинный и углублённый в проблему репортаж.

Спикер – буквально: оратор. Человек, ведущий презентацию или взявший слово в речи.

Статья – обобщение и анализ фактов и явлений в глобальных масштабах.

Статья – жанр журналистики, в котором автор ставит задачу проанализировать общественные ситуации, процессы, явления прежде всего с точки зрения

закономерностей, лежащих в их основе.

Стендап – работа журналиста в кадре, его лицо, его комментарии.

Стрингер – очевидец событий, журналист, не связанный с редакцией контрактными обязательствами, часто добывающий информацию с риском для жизни, приславший новость в редакцию СМИ.

Стрит-ток – комментарий человека, взятый на улице.

Тележурналист – работающий на телевизионном канале, делающий видеорепортажи, освещающий в эфире события.

Тревеллинг – метод съёмки, при котором камера ездит на кранах или тросах.

Удочка (журавль) – общее название микрофонов на длинной палке.

Утка – искусственно созданная шуточная новость, сплетня.

Ухо – устройство для прямой связи со студией с места событий.

Фельетон – литературный материал, проникнутый духом острой злободневной критики, с особыми приёмами изложения. Для фельетона обязательны: живость, лёгкость, образность, юмор, ирония, насмешка.

Фичер – неформальная информативная публикация.

Флайка – спутниковая станция с тарелкой на крыше.

Фонарь – буква, первая буква в тексте, выделенная особо.

Фонотека – хранилище звуков и интершумов.

Форточка – свободное место в печатных СМИ, куда вставляется иллюстрация или врез.

Фотобанк – хранилище фотографий. Бывают платные и бесплатные фотобанки.

Фотофичер – фотоматериал см. Фичер).

Хрип – аудиозапись, сделанная по телефону.

Хроника – факт без подробностей. Небольшие, одна–две фразы, сообщения, не имеющие заголовка, публикуются подборками.

Шапка (чердак) – верхняя часть газеты, по сути, комплекс шрифтовых и иллюстрационных объектов на обложке или первой полосе.

Шоумен – ведущий телешоу.

Шпигель – анонс новостей в начале новостного выпуска.

Эдьютеймент – обучение через развлечение.

Эксклюзив – уникальная информация. За эксклюзив часто издания бьются не на жизнь, а на смерть.

Эксперт – приглашённый в студию гость, разбирающийся в своей области. По сути, любой человек в материале, который высказывает своё мнение по тому или иному вопросу.

Использованные источники:

1. Журнал «Элементарно, коллега!», – 2007 год, социальный проект журнала «Лицейское и гимназическое образование» (автор статьи «Газетность школьной газеты» Анна Чайковская, обозреватель ЛГО).
2. Журналистика в школе. 8 – 11 классы: программа, материалы к занятиям / автор-составитель Н.А. Спирина. – Волгоград: Учитель, 2011. – 207 с.
3. Белобородов Н. В. Социальные творческие проекты в школе [Текст] : практическое пособие / Н. В. Белобородов. – М. : АРКТИ, 2006. – глава «Школьная газета и её роль».
4. Вакуров В. Н. Стилистика газетных жанров [Текст] / В. Н. Вакуров, Н. Н. Кохтев, Г. Я. Солганик. – М., 1978.
5. Вовк Е. Т. Школьная стенгазета и издательские технологии в школе [Текст] / Е. Т. Вовк // Информатика : приложение к журналу «Первое сентября». – 2004. - №5.
6. Григорьев Д. В. Программы внеурочной деятельности [Текст] : пособие для учителей общеобразовательных учреждений / Д. В. Григорьев, Б. В. Куприянов – М. : Просвещение, 2011.
7. Деветиярова Л. В. Редактор детского печатного СМИ [Текст] : Образовательная программа стажировки / сост. Л. В. Деветиярова. – Кемерово : Изд-во КРИПО, – 2004.
8. Киперман С. А. Периодическая печать в школе [Текст] / С. А. Киперман. – М., 1993.
9. Майданова Л. М. Стилистические особенности газетных жанров [Текст] / Л. М. Майданова. – Свердловск, 1987.
10. Малько, И. А. Образовательная программа юношеского информационного агентства Липецкого городского Дома творчества учащихся [Текст] / : сост. И. А. Малько, В. В. Плешков. – Ленинск-Кузнецкий : Изд-во МОУ «Средняя общеобразовательная школа №42», 2005.
11. Спирина, Н. А. Журналистика в школе [Текст] : экспериментальная программа дополнительного образования для обучающихся 10 – 11 классов общеобразовательных учреждений / сост. Н. А. Спирина. – Ленинск-Кузнецкий : Изд-во МОУ «Средняя общеобразовательная школа №42», 2005.
12. Солганик Г. Я. Лексика газеты. Функциональный аспект [Текст] / Г. Я. Солганик. – М., 1981
13. Танкова Л. Школьная газета от «А» до «Я» [Текст]/ Л. Танкова // Первое сентября. – 2003. - №43 (Класс-медиа).
14. Холмов М. Становление советской журналистики для детей [Текст] / М. Холмов. – Л. ЛГУ им. Жданова, 1983.
15. Шостак М. И. Журналист и его произведение [Текст] / М. И. Шостак. – М., 1998.

Оглавление

Введение	3
«Вестник» или газета?	4
Появление газеты.....	5
Порядок слов	6
5 шагов к созданию школьной газеты	7
Полезные советы руководителю пресс-центра.....	11
Виды школьных газет	12
Расширенный словарь журналистских терминов	14
Использованные источники	18

Права журналистов

перечислены в Законе РФ "О средствах массовой информации" от 27.12.1991 N 2124-1.

Глава V. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ ЖУРНАЛИСТА.

Статья 47. Права журналиста

Журналист имеет право:

- искать, запрашивать, получать и распространять информацию; посещать государственные органы и организации, предприятия и учреждения, органы общественных объединений либо их пресс-службы;
- быть принятым должностными лицами в связи с запросом информации;
- получать доступ к документам и материалам, за исключением их фрагментов, содержащих сведения, составляющие государственную, коммерческую или иную специально охраняемую законом тайну; копировать, публиковать, оглашать или иным способом воспроизводить документы и материалы при условии соблюдения требований части первой статьи 42 настоящего Закона; производить записи, в том числе с использованием средств аудио- и видеотехники, кино- и фотосъемки, за исключением случаев, предусмотренных законом;
- посещать специально охраняемые места стихийных бедствий, аварий и катастроф, массовых беспорядков и массовых скоплений граждан, а также местности, в которых объявлено чрезвычайное положение; присутствовать на митингах и демонстрациях;
- проверять достоверность сообщаемой ему информации; излагать свои личные суждения и оценки в сообщениях и материалах, предназначенных для распространения за его подписью;
- отказаться от подготовки за своей подписью сообщения или материала, противоречащего его убеждениям;
- снять свою подпись под сообщением или материалом, содержание которого, по его мнению, было искажено в процессе редакционной подготовки, либо запретить или иным образом оговорить условия и характер использования данного сообщения или материала, распространять подготовленные им сообщения и материалы за своей подписью, под псевдонимом или без подписи.
- Журналист пользуется также иными правами, предоставленными ему законодательством Российской Федерации о средствах массовой информации.