

Управление образования г.Волгодонска

МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СТАНЦИЯ ЮНЫХ ТЕХНИКОВ» Г. ВОЛГОДОНСКА

ПРИНЯТО

на заседании педагогического совета
Протокол от _____ № _____

УТВЕРЖДАЮ

Директор МБУДО
«Станция юных техников»
г. Волгодонска

_____ Л.В. Рязанкина

Приказ от

« ____ » _____ 20__ г.

№ _____

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА
социально-гуманитарной направленности
«Школа юного журналиста»

Вид программы: модифицированная

Тип программы: традиционная

Уровень программы: продвинутый

Возраст детей: от 15 до 17 лет

Срок реализации: 1 год

1 год – 324 учебных часа

Разработчик:

педагог дополнительного образования
Быстров Андрей Сергеевич

Волгодонск

2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

I. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	3
II. УЧЕБНЫЙ ПЛАН. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК	8
2.1 Учебный план	8
2.2 Календарный учебный график	13
III. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ.....	14
3.1 Условия реализации программы	14
3.2 Формы контроля и аттестации	15
3.3 Планируемые результаты	16
IV. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ.....	19
V. ДИАГНОСТИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ	21
VI. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	22
VII.ПРИЛОЖЕНИЯ	Ошибка! Закладка не определена.
Приложение 1	25
Приложение 2.....	42
Приложение 3.....	47

I. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Система дополнительного образования за счет вариативности и дифференциации образовательных программ позволяет ребенку удовлетворить его индивидуальные познавательные, творческие, коммуникативные, досуговые и профориентационные потребности, приобрести необходимые компетенции и обеспечить возможность успеха в выбранном направлении.

Полученные знания, умения и навыки позволяют детям и подросткам успешно адаптироваться в социальной среде, реализовать творческий потенциал и в конечном итоге сделать правильный выбор будущей профессии с оглядкой на их уровень востребованности и престижа на рынке труда.

Образовательная программа подразумевает теоретическую и практическую подготовку и предусматривает интенсивное обучение основам журналистики посредством развития устной и письменной речи.

В связи с отсутствием ФГОС по изучению основ журналистики, образовательная программа была разработана на основе собственного опыта практической журналистской деятельности педагога (опыт работы в городских и региональных СМИ с 2008 года), реализующего программу и на основе анализе ряда источников – авторских программ педагогов дополнительного образования, изучения опыта их работы.

Основой методического обеспечения программы выбрано пособие для педагогов дополнительного образования, учителей общеобразовательных организаций, преподающих основы журналистики «Журналистика в школе» Н.А. Спириной (Журналистика в школе. 8-11 классы: программа, материалы к занятиям/авт.-сост. Н.А.Спирина. – Волгоград: Учитель, 2011. – 207 с.) и авторская программа дополнительного образования «Пресс-клуб и школьная газета» Н.В. Кашлевой (Пресс-клуб и школьная газета. Занятия, тренинги, портфолио/авт.-сост. Н.В. Кашлева.–Волгоград: Учитель, 2009. – 154 с.), утверждённых Управлением воспитания, дополнительного образования детей и молодёжи Министерства образования Российской Федерации и рекомендованных для использования в системе дополнительного образования детей.

Также при разработке образовательной программы был использован опыт работы педагога Ярославского городского Центра внешкольной работы В.А. Горобченко (программа «Школа юных журналистов имени Н. Островского»), образовательная программа «Юный журналист» (автор-составитель Е.Б. Хохлова – педагог ГБОУ СОШ № 116 г.Москва), образовательная программа юношеского информационного агентства липецкого городского Дома творчества учащихся (составители И.А. Малько, педагог дополнительного образования, и В.В. Плешков, заместитель главного редактора детской областной газеты «Золотой ключик» (г. Липецк), кандидат филологических наук), методическое пособие «Методы профильной подготовки будущих журналистов» (автор Ю.А. Агафонова, младший научный сотрудник лаборатории ТСО и медиаобразования ИСМО РАО).

Актуальность программы: журналистика сегодня является одной из самых престижных и социально-значимых профессий. Так, согласно данным опросов ВЦИОМ и Рейтинга профессий в СМИ (построен на основе базы СМИ системы «Медиалогия»), данным Росстата, на протяжении ряда лет профессия журналист и смежные профессии (дата-журналист, копирайтер, рерайтер, контент-менеджер, SMM-менеджер, блогер, бильд-редактор, бренд-менеджер и другие) входят в десятку среди самых высокооплачиваемых и престижных профессий.

Но умение интересно рассказывать и писать не приходит само собой. Этому нужно учиться.

Знакомство со сферой журналистики, как профессиональным видом деятельности, имеет большой образовательный потенциал: ребенок получает возможность посредством устной и письменной речи свободно выражать свое мнение; обучение основам журналистики предполагает не просто трансляцию знаний от педагога к ребенку, а дает ему возможность реализовать свои творческие замыслы, выразить свою точку зрения на ту или иную проблему.

Образовательная программа помогает раскрыть способности и возможности каждого учащегося, обеспечивает навыками, необходимыми во взрослой жизни, в том числе формирует его будущие профессиональные компетенции.

Занятия по образовательной программе «Школа юного журналиста» предполагают личностно ориентированный подход, который учитывает личностные особенности учащихся и учит их свободно и творчески мыслить. Они направлены на развитие и становление личности учащегося, его самореализацию и свободное самовыражение, раскрытие литературного таланта, способствуют экспериментальному поиску, развитию фантазии, нестандартного мышления и способности мыслить гибко и четко, реализации потребности в коллективном творчестве.

Отличительная особенность, новизна: образовательная программа имеет ряд отличительных особенностей и признаков новизны:

кадровое обеспечение: занятия проводит педагог дополнительного образования - практикующий журналист, имеющий 15-летний опыт работы в СМИ городского и регионального уровней (телевидение, газеты, информационные интернет-порталы), что дает возможность учащимся овладеть специфическими теоретическими знаниями, получить навыки создания разножанровых информационных материалов и, в конечном, итоге овладеть достаточными знаниями и умениями для подготовки к творческому конкурсу при поступлении в высшие учебные заведения на факультет журналистики (смежные специальности).

локальное применение образовательной программы: методика проведения занятий носит практико-ориентированный подход – учащиеся получают возможность использовать полученные знания на практике, в режиме «здесь и сейчас»: за счет большого количества, проводимых в МБУДО

«Станция юных техников» г.Волгодонска мероприятий, систематического участия учащихся в выездных соревнованиях, выставках, конференциях и иных форматах образовательных событий, дефицита в информационных поводах юные корреспонденты не испытывают; в свою очередь, готовые материалы, ложатся в основу пресс-пакетов, рассылаемых в городские и региональные СМИ, размещаются на официальном сайте учреждения, в группах в социальных сетях, в газете и журнале «Твори! Выдумывай! Пробуй!»;

интеграция направлений социально-гуманитарной направленности посредством применения *метода проектов*: осуществляется взаимодействие с воспитанниками творческого объединения «Детско-юношеская телестудия» - ребята участвуют в разработке совместных творческих проектов (создание репортажей, документальных видеороликов).

Таким образом, учащиеся не только знакомятся с понятием журналистики как вида творческой деятельности, её задачами и функциями, спецификой различных средств массовой информации, терминами СМИ, но и получают опыт практической деятельности, особый упор в которой делается на изучение наиболее распространённых жанров - интервью, репортаж, статья, заметка.

Кроме того, в процессе обучения, подростки учатся самостоятельно находить, обрабатывать и распространять информацию, работать с документами, обращая внимание на язык, стиль, выбор слова, исправление ошибок, т.е. занимаются подготовкой материала к печати, примеряя на себя роль корреспондента, корректора, редактора.

В ходе обучения большое внимание уделяется вопросам правовой и этической культуры журналиста, его сотрудничеству с аудиторией.

Педагогическая ценность образовательной программы состоит в том, что она позволяет раскрыть способности и возможности каждого учащегося, обеспечивает навыками, необходимыми во взрослой жизни.

В процессе обучения дети и подростки учатся анализировать информацию, устанавливать причинно-следственные связи, делать обобщения, доказательно излагать материал, самостоятельно применять полученные знания, пополнять их и систематизировать.

В свою очередь, способность находить, отбирать, обрабатывать, систематизировать и применять информацию помогут школьнику в любой предметной области в системе общего образования.

Образовательная программа имеет социально-гуманитарную направленность и рассчитана на развитие познавательных, коммуникативных и творческих способностей учащихся, удовлетворение профориентационных потребностей детей и подростков, развитие hard-skills и soft-skills компетенций.

Цель программы - формирование системы знаний, умений, навыков журналиста (hard-skills и soft-skills - компетенции), способного самостоятельно создать качественный информационный материал; создание условий для самоопределения, самовыражения и самореализации.

Задачи:

обучающие:

- познакомить учащихся с понятиями, жанрами, приемами журналистики и выработать умение применять теоретические основы на практике;

- научить учащихся получать, обрабатывать (обобщать, корректировать, анализировать) и распространять информацию (написание журналистских материалов в различных жанрах и их публикация на сайте, в СМИ и социальных сетях);

- научить учащихся работать с техническими средствами журналиста: с ПО и оборудованием (текстовыми и графическими редакторами, фотоаппаратом, диктофоном);

- познакомить учащихся с основами редакторского и корректорского дела.

развивающие:

- развить творческие способности учащихся;

- развить память, интерес, внимание, понимание слова, фразы, текста;

- расширить активный словарный запас;

- развить культуру речи и письма;

- сформировать познавательную активность, коммуникативные навыки.

воспитательные:

- приобщать учащихся к духовным, социальным, культурным и историческим ценностям современного российского общества;

- создавать необходимые условия для воспитания патриотизма, как духовной составляющей личности гражданина;

- формировать у учащихся журналистскую этику и соблюдением норм права;

- формировать творческое мышление,

- прививать бережное отношение к оборудованию;

- формировать коммуникативную культуру общения со СМИ, обществом;

- создавать комфортную среду для педагогического общения между педагогом и учащимися.

Характеристика программы

Направленность программы – социально-гуманитарная.

Вид программы: модифицированная.

Тип программы: традиционная.

Уровень освоения: продвинутый.

Объем и срок освоения программы

Срок освоения программы: 1 год - 324 учебных часа:

1 год обучения - 324 учебных часа - 9 часов в неделю.

Режим занятий: продолжительность одного академического часа – 40 минут, перерыв между учебными занятиями - 15 минут. Занятия проводятся 3 раза в неделю: три раза по 3 часа.

Тип занятий: комбинированный.

Форма обучения: очная.

Адресат программы: на обучение принимаются учащиеся в возрасте от 15 до 17 лет, имеющие достаточные знания русского языка и способные

выражать свои мысли в устной и письменной форме, проявляющие интерес к литературному творчеству и навыки пользователя ПК (начальный уровень).

По результатам освоения образовательной программы возможна организация индивидуального обучения и/или занятия в микрогруппах.

Наполняемость группы: 8 человек.

II. УЧЕБНЫЙ ПЛАН. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

2.1 Учебный план

Учебный план 1 года обучения

№ п/п		Количество часов			Форма контроля, аттестации
		Теория	Практика	Всего	
Раздел 1. Организационное занятие					
1.1	Тема: Вводное занятие. Техника безопасности, правила поведения в учреждении. Ознакомление с планом работы объединения	3	3	6	Входная диагностика (тестирование)
Раздел 2. СМИ					
2.1	Тема: СМИ. Редакция	3	9	12	Беседа, тестирование
2.2	Тема: Функции журналистики	3	3	6	Беседа, тестирование
2.3	Тема: Информация	9	9	18	Беседа, тестирование
2.4	Тема: Название, рубрика, заголовок	6	9	15	Беседа, тестирование
Раздел 3. Языковые средства публицистического высказывания					
3.1	Тема: Свойства устной речи, техника речи	6	9	15	Беседа, тестирование
3.2	Тема: Качества письменной речи	3	12	17	Беседа, тестирование
Раздел 4. Жанры журналистики					
4.1	Тема: Информационные жанры	18	42	60	Промежуточная диагностика (тестирование, публикации) Беседа, тестирование
4.2	Тема: Аналитические жанры	18	42	60	Беседа, тестирование
4.3	Тема: Художественно-публицистические жанры	9	9	18	Беседа, тестирование
Раздел 5. Правовая и этическая культура журналиста					
5.1	Тема: Права и обязанности журналиста	9	6	15	Беседа, тестирование
5.2	Тема: Нравственность, патриотизм и эстетика в современной журналистике	6	12	18	Беседа, тестирование
Раздел 6. Практика					
6.1	Тема: Подготовка информационных материалов для публикации на сайте, в СМИ, социальных сетях	3	60	63	Творческая работа
Раздел 7. Заключительное занятие					
7.1	Тема: Итоговое занятие в форме презентации результатов деятельности	-	3	3	Итоговая аттестация (участие в конкурсах, публикации)
Итого:		96	228	324	

Содержание учебного плана

Раздел 1. Организационное занятие

Теория. Знакомство с детьми, программой, игры на знакомство. Проведение тестирования на выявление знаний о профессии журналиста. Знакомство с историей журналистики, спецификой профессии журналиста.

Практика. Ознакомление с планом работы объединения. «Портрет» журналиста. Игры на знакомство. Практикум «Проба пера».

Раздел 2. СМИ

Теория. Средства массовой информации. Редакция. Функции редакции: телевидение, пресса, радио, интернет-издания, блогинг.

Практика. Экскурсия в редакцию СМИ, знакомство с организацией работы редакции, разделением полномочий между сотрудниками редакции. Организация проведения мастер-классов с участием сотрудников редакции. Создание детской редакции. Деловая игра «Я – журналист».

Теория: Функции журналистики: информационная; коммуникативная; выражение мнений определенных групп; формирование общественного мнения. Факт как объект интереса журналиста и основной материал в его работе.

Практика: Анализ периодических печатных и электронных изданий: подборка информационных поводов, их анализ.

Теория. Информация. Понятие «информация». Типы информации. Способы сбора и обработки информации. Методы обработки информации: выписки, цитаты, конспекты, тезисный план.

Практика. Работа со СМИ (газеты, интернет-издания): написание репортажей, анализ информационных поводов, составление медиаплана.

Теория. Название, рубрика, заголовок и его виды.

Практика. Анализ информационных изданий. Написание различных видов заголовков, разработка рубрик для различных типов СМИ.

Теория. Определение названия детской газеты, создание рубрик, подбор тем и создание заголовков публицистических высказываний.

Заголовок-идея. Заголовок-тема. Заголовок-вопрос. Заголовок-цитата. Заголовок - перечисление. Заголовок – фразеологизм. Заголовок – двусмысленность. Заголовок – противопоставление. Заголовок – парадокс. Заголовок – каламбур.

Практика. Проектирование детской газеты. Написание заголовков. Поиск, сравнение, написание заголовков по видам.

Раздел 3. Языковые средства публицистического высказывания

Теория. Языковые средства: устная и письменная речь.

Свойства устной речи: тон, темп. Техника устной речи: речевое дыхание, качества голоса, дикция и орфоэпия.

Практика. Выполнение дыхательных упражнений, работа над совершенствованием свойств и качеств голоса, дикционная гимнастика.

Теория. Качества письменной речи: правильность, точность, чистота, логичность, богатство, выразительность, уместность. Публицистический стиль языка и речи.

Практика. Анализ письменных текстов, определение стилевой принадлежности, устранение языковых ошибок.

Раздел 4. Жанры журналистики

Теория. Основные жанровые группы: информационные жанры, аналитические жанры, художественно-публицистические жанры. Понятийный аппарат.

Практика. Поиск информационных материалов в СМИ.

Теория. Жанры журналистики.

Информационные жанры:

Заметка.

Теория. Информационный жанр «заметка». Композиция высказывания. Событийная заметка. Анонс. Аннотация. Мини-рецензия. Блиц-портрет. Мини-обозрение. Мини-история. Мини-совет. Использование языковых средств. Название заметки. Хроникальная заметка. Короткая («стандартная»). Расширенная заметка. Варианты структуры: жесткая, мягкая. Приемы привлечения внимания читателей. Демонстрация презентации «Жанры журналистики».

Практика. Написание заметок, анализ и корректировка текстов.

Отчет.

Теория. Информационный жанр «отчет». Композиция и структура. Использование языковых средств. Виды отчетов. Демонстрация презентации «Жанры журналистики».

Практика. Написание заметок, анализ и корректировка текстов.

Интервью.

Теория. Информационный жанр «интервью». Высказывание в жанре интервью: анализ ситуации, изучение особенностей респондента. Составление перечня вопросов. Культура общения, речевой этикет в процессе проведения интервью. Структура и правила. Этическая сторона интервью. Правовые нюансы. Виды интервью.

Практика. Работа в жанре интервью, анализ текстов.

Теория. Приемы привлечения внимания читателей, секреты хорошего интервью. Демонстрация презентации «Жанры журналистики».

Практика. Подготовка интервью, анализ и корректировка текстов.

Репортаж.

Теория. Информационный жанр «репортаж». Создание текстов в жанре репортажа. Выбор темы репортажа. Анализ ситуации. Техника работы: наблюдение, детали, яркие зарисовки, создание точной модели события с изображением подробностей и специфических особенностей. Структура. Эффект присутствия. Использование языковых средств. Приемы привлечения внимания читателей.

Практика. Написание репортажей, анализ и корректировка текстов.

Аналитические жанры:

Статья.

Теория. Подготовка к созданию высказывания в жанре аналитической статьи. Композиция статьи. Приемы привлечения внимания.

Практика. Определение проблематики статьи. Подбор и обработка материала. Редактирование текста.

Журналистское расследование.

Теория. Методы и приемы проведения. Роль очевидцев и свидетелей.

Практика. Разбор образцов, обработка и редактирование.

Комментарий.

Теория. Телевизионный и газетный комментарий. Техника и приемы.

Практика. Разбор образцов, обработка и редактирование.

Рецензия.

Теория. Отличие рецензии от других жанров. Типологические группы: по объему, по теме, по числу анализируемых произведений.

Практика. Написание рецензий.

Аналитический отчет.

Теория. Выступления, доклады, речи. Отчет-объяснение, отчет-оценка или отчет-программа.

Практика. Написание отчетов.

Аналитическое интервью.

Теория. Формы получения определенных сведений. Роль автора.

Практика. Подготовка интервью, анализ и корректировка текстов.

Рейтинг.

Теория. Способы и формы анализа, составления и публикации.

Практика. Подготовка рейтинга, анализ и корректировка текстов.

Эксперимент.

Теория. Методы проведения, формы презентации.

Практика. Подготовка эксперимента, анализ и корректировка текстов

Художественно-публицистические жанры:

Теория. Создание публицистического текста. Элементы композиции текста. Роль вступления. Основной и частный тезисы высказывания. Лингвистический анализ публицистических высказываний. Редактирование текста.

Практика. Создание письменного текста на заданную тему. Редактирование текстов.

Очерк.

Теория. Работа над очерком. Сбор материала: документов, цифр, фактов, опрос общественного мнения. Языковые особенности очерка. Редактирование очерка.

Практика. Определение темы очерка. Сбор материала. Написание очерка на заданную тему.

Эссе.

Теория. Выбор темы эссе. Создание высказывания на основе основного тезиса. Развертывание аргументов высказывания в жанре эссе.

Практика. Создание эссе на темы, предложенные корреспондентами.

Социологическая деятельность.

Теория. Социологические опросы. Определение цели и темы опроса. Анализ полученных результатов. Использование информации в газете.

Практика. Составление плана социологической акции. Проведение социологических опросов. Обработка результатов опроса. Использование информации в газете.

Раздел 5. Правовая и этическая культура журналиста

Правовая и этическая культура журналиста.

Теория. Права и обязанности журналиста. Содержание правовой культуры. Закон РФ «О СМИ». Типичные нарушения права СМИ. Информация ограниченного доступа в СМИ. Методика применения правовых норм. Журналистская этика. Правовое поле журналиста. Профессиональная этика журналиста.

Практика. Изучение статей Закона РФ «О «СМИ». Деловые игры: «Устав редакции», «Регистрация СМИ». Подготовка публикаций на тему этики и нравственности. Составление кодекса журналиста

Нравственность, патриотизм и эстетика в современной журналистике.

Теория. Обсуждение нравственных, патриотических, художественных и эстетических проблем журналистики.

Практика. Анализ тематических материалов в СМИ.

Раздел 6. Практика

Практика. Подготовка информационных материалов (репортажи, интервью, заметки, зарисовки) для публикации на сайте, в СМИ, социальных сетях, участие в профильных конкурсах.

Раздел 7. Заключительное занятие

Практика. Итоговое занятие в форме презентации результатов деятельности. Итоговая диагностика (тестирование).

2.2 Календарный учебный график

Календарный учебный график является приложением к общеобразовательной общеразвивающей программе (ФЗ №273, ст.2, п.9). (Приложение 1).

III. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

3.1 Условия реализации программы

Реализация программы осуществляется в соответствии с санитарно-эпидемиологическими требованиями.

Материально-техническое оснащение:

Компьютерный кабинет, оборудованный в соответствии с санитарно-гигиеническими требованиями:

1. Автоматизированное рабочее место педагога с программным обеспечением, с выходом в Интернет.
2. Демонстрационное оборудование (экран, проектор, интерактивная доска).
3. Компьютеры для учащихся с программным обеспечением – 8 шт.
4. Аппаратура для проведения творческих практических работ: цифровой фотоаппарат, диктофон, блокнот;
5. Сканер, принтер, ксерокс.
6. Столы, стулья.

Кадровое обеспечение: для реализации дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «Школа юного журналиста» необходимо иметь квалифицированные кадры, имеющие высшее или средне-специальное педагогическое образование или дополнительное профессиональное образование, соответствующее профилю специальности «Педагог дополнительного образования». Желателен опыт практической работы по направлению «Журналистика».

Педагог должен:

- владеть методами учебно-исследовательской и проектной деятельности;
- уметь решать творческие задачи;
- иметь навыки работы по направлению «Журналистика» или в смежных областях.

3.2 Формы контроля и аттестации

Формы контроля и аттестации программы: итоговая беседа, практическое занятие, открытое занятие, выставка готовых работ.

Методы диагностики.

Диагностика освоения программы предусматривает постоянный текущий контроль в форме наблюдений и фиксации коллективной и индивидуальной работы ребенка (публикации, участие в конкурсах и творческие задания). Корректировка программы происходит на основе анализа потребностей учащихся и показателей диагностики – результативности изучения тем и результативности творческой работы (индивидуальных заданий и участия в конкурсах).

Инструменты диагностики – тесты, проверочные задания, творческие задания.

Итоговый контроль на каждом этапе освоения программы производится в формате рейтинга, предусматривающего количество и качество подготовленных информационных материалов (заметки, эссе, интервью и т.п.), их публикации, и участие в мероприятиях и конкурсах журналистской направленности (Приложение 2).

Форма демонстрации образовательных результатов по программе: публикации творческих работ в СМИ, сайте, социальных сетях, участие в профильных конкурсах и научно-практических конференциях.

3.3 Планируемые результаты

Планируемые результаты формируются с учетом цели и содержания программы и определяют основные знания, умения, навыки, а также компетенции, личностные, метапредметные и предметные результаты, приобретаемые учащимися в процессе изучения дополнительной общеобразовательной программы.

В результате обучения дети и подростки научатся анализировать информацию, устанавливать причинно-следственные связи, делать обобщения, доказательно излагать материал, самостоятельно применять полученные знания, пополнять их и систематизировать. В свою очередь, способность находить, отбирать, обрабатывать, систематизировать и применять информацию помогут школьнику в любой предметной области в системе общего образования.

Личностные результаты – развитие положительных личностных качеств учащихся, ценностно-смысловых установок, отражающих личностные и гражданские позиции в деятельности, социальные компетенции, правосознание.

Предметные результаты – формирование навыков исследовательской работы, приобретение опыта творческой и проектной деятельности.

Каждый учащийся будет иметь сборник материалов, написанных в разных жанрах, подготовит творческую папку со своими публикациями, обобщит и систематизирует сведения по журналистике, подготовится к творческим испытаниям при поступлении в вуз.

В результате обучения учащиеся научатся анализировать информацию, устанавливать причинно-следственные связи, делать обобщения, доказательно излагать материал, самостоятельно применять полученные знания, пополнять их и систематизировать. В свою очередь, способность находить, отбирать, обрабатывать, систематизировать и применять информацию помогут школьнику в любой предметной области в системе общего образования.

Образовательная программа рассчитана на развитие познавательных, коммуникативных и творческих способностей учащихся, удовлетворение профориентационных потребностей детей и подростков, развитие hard-skills и soft-skills компетенций.

Предметные результаты:

- знание понятий, жанров, приемов журналистики и выработают умение применять теоретические основы на практике;
- умение получать, обрабатывать (обобщать, корректировать, анализировать) и распространять информацию (написание журналистских материалов в различных жанрах и их публикация на сайте, в СМИ и социальных сетях);
- умение создавать журналистские произведения разных жанров (интервью, репортажи, заметки, аналитические статьи, обзоры);
- умение планировать, редактировать, корректировать, верстать тексты;
- умение организовывать и проводить пресс-конференции, деловые и ролевые игры;

- умение работать с техническими средствами журналиста: с ПО и оборудованием (текстовыми и графическими редакторами, фотоаппаратом, диктофоном).

Метапредметными результатами освоения дополнительной общеобразовательной программы «Школа юного журналиста» является формирование следующих универсальных учебных действий (УУД):

- познавательные УУД - умение учиться (способность учащегося принимать и сохранять цели и задачи учебной деятельности, обнаруживать, каких именно знаний и умений ему не хватает для решения задачи, находить недостающие знания и осваивать недостающие умения);

- регулятивные УУД - способность/готовность решать творческие задачи (умение решать проблемы творческого и поискового характера, способность осознанно строить речевое высказывание в соответствии с задачами коммуникации и составлять тексты в устной и письменной формах); владение обобщенными мыслительными действиями (умение планировать, контролировать и оценивать учебные действия в соответствии с поставленной задачей и условиями ее реализации; умение определять наиболее эффективные способы достижения результата; умение использовать знаково-символические средства представления информации для создания моделей изучаемых объектов и процессов, схем решения учебных и практических задач; способность к логическим действиям сравнения, анализа, синтеза, обобщения, классификации по родовидовым признакам, установлению аналогий и причинно-следственных связей, построению рассуждений, в том числе посредством отнесения к известным понятиям; умение работать в материальной и информационной среде в соответствии с содержанием конкретного учебного предмета);

- коммуникативные УУД - способность/готовность решать социальные задачи (умение понимать причины успеха/неуспеха учебной деятельности и способность конструктивно действовать даже в ситуациях неуспеха; умение активно использовать речевые средства и средства информационных и коммуникационных технологий для решения коммуникативных и познавательных задач; готовность слушать собеседника и вести диалог; готовность признавать возможность существования различных точек зрения и права каждого иметь свою; умение излагать свое мнение и аргументировать свою точку зрения и оценку событий; умение определять общую цель и пути ее достижения; умение договариваться о распределении функций и ролей в совместной деятельности; умение осуществлять взаимный контроль в совместной деятельности, адекватно оценивать собственное поведение и поведение окружающих; готовность конструктивно разрешать конфликты посредством учета интересов сторон и сотрудничества).

Личностные результаты: занятия по образовательной программе «Школа юного журналиста» предполагают личностно ориентированный подход, который учитывает личностные особенности учащихся и учит их свободно и творчески мыслить. Они направлены на развитие и становление

личности учащегося, его самореализацию и свободное самовыражение, раскрытие литературного таланта, способствуют экспериментальному поиску, развитию фантазии, нестандартного мышления и способности мыслить гибко и четко, реализации потребности в коллективном творчестве.

Личностные результаты освоения дополнительной общеобразовательной программы «Школа юного журналиста».

У учащихся будут сформированы:

- готовность и способность к саморазвитию, осознанному выбору занятий журналистикой;

- чувство сопричастности и гордости за свой творческий коллектив;

- навыки общения на основе доброжелательности, доверия и внимания, готовности к сотрудничеству и дружбе, оказанию помощи тем, кто в ней нуждается;

- навыки адаптации в динамично изменяющемся и развивающемся мире;

- установка на безопасный, здоровый образ жизни;

Учащиеся разовьют:

- творческие способности;

- самостоятельность и личную ответственность за свои поступки на основе представлений о нравственных нормах;

- коммуникативность, а также расширение кругозора.

IV. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Содержание программы позволяет видоизменять темы занятий в зависимости от индивидуальных особенностей учащихся, варьируя последовательность тем и объем их изложения.

Особенностью методики проведения занятий является чередование теоретической и практической части (комбинированное занятие). При этом порядок работы может быть различным: дедуктивно-индуктивный путь – учащиеся сначала получают теоретическую информацию по теме (например, о каком-либо из газетных жанров), затем анализируют печатные работы, связанные с изучаемой темой; индуктивно-дедуктивного способ - проводятся практические занятия, на которых анализируются соответствующие газетные публикации, а затем изучается теоретический материал.

В процессе обучения по данной образовательной программе используются следующие **основные методы и формы обучения:**

Методы обучения:

1. Объяснительно-иллюстративные (учащиеся воспринимают и усваивают готовую информацию).

2. Репродуктивные методы обучения (учащиеся воспроизводят полученные знания).

3. Поисковые методы обучения (участие учащихся в подготовке информационных материалов совместно с педагогом).

4. Исследовательские методы обучения (овладение учащимися методами самостоятельной творческой работы).

Формы проведения занятий:

- учебные теоретические (беседа, лекция, диспут, свободная творческая дискуссия, круглый стол, экскурсия);

- учебные практические (пресс-конференция, ролевая игра, защита творческих проектов);

- занятие - практика (подготовка пресс-релизов, защита проектов, выездные конкурсы и фестивали, конференции).

При проведении занятий используются *формы:*

- демонстрационная, когда учащиеся слушают объяснения педагога и наблюдают за демонстрационным экраном или экранами компьютеров на ученических рабочих местах;

- фронтальная, когда учащиеся синхронно работают под управлением педагога;

- самостоятельная, когда учащиеся выполняют индивидуальные задания в течение части занятия или нескольких занятий;

- защита проекта.

Форма организации образовательного процесса: индивидуально-групповая; групповая.

Тип занятий – комбинированный. Занятия состоят из теоретической и практической частей, причём большее количество времени занимает практическая часть, это является особенностью данной программы.

Воспитательным компонентом выступают методы формирования сознания личности, методы организации деятельности формирования опыта общественного поведения, методы стимулирования поведения и деятельности.

Региональный компонент в образовательной программе направлен на воспитание эмоциональных и духовных ценностей, положительного отношения к культурным традициям народов, которые проживают на территории региона, создание толерантного отношения к представителям других национальностей.

Региональный компонент в образовательной программе является одним из основных средств социализации детей. На практических занятиях осуществляется знакомство учащихся с историей, культурой, природой, традициями родного края.

Полученные знания ложатся в основу информационных материалов (репортажи, фоторепортажи, эссе, интервью с известными личностями, статьи и др.). Готовые материалы публикуются в специализированных детских СМИ: Всероссийской газете для детей и подростков «Пионерская правда», электронной газете «Rosatom's COOL» (проект «Школы Росатома»), газете и журнале «Твори! Выдумывай! Пробуй!» (проект МБУДО «Станция юных техников» г.Волгодонска), городских информационных порталах, портале Юнпресс (мультивидеопортал молодёжи для молодёжи), Всероссийском интернет-портале «Одаренные дети» и др.

Методическое обеспечение по данной образовательной программе включает в себя следующие компоненты дидактического обеспечения программы (Приложение 3):

- ✓ методические разработки и конспекты занятий;
- ✓ дидактический и раздаточный материалы;
- ✓ описание практических работ;
- ✓ образцы газет и журналов;
- ✓ карточки со словами (развитие словарного запаса);
- ✓ тесты (рисуночные);
- ✓ видеолекции и презентации по темам занятий.
- ✓ подборка информационной справочной литературы;
- ✓ наглядные пособия по темам (инфографика, слайды, рисунки).

В связи с тем, что большая часть практической работы выполняется на компьютере, в объединении проводятся различные профилактические упражнения для глаз (Приложение 3). Кроме того, учащиеся имеют возможность заниматься гимнастикой и силовыми упражнениями в тренажерном зале учреждения.

V. ДИАГНОСТИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

При реализации дополнительной общеобразовательной программы «Школа юного журналиста» применяется широкий диапазон и инструментарий диагностики результативности: применяются многоуровневые диагностические методики и инструменты диагностики результативности, диагностика интересов и мотивов посещения занятий.

Уровень освоения учащимися образовательной программы определяется путем отслеживания не только практических и теоретических результатов деятельности учащегося, но и динамики личностного развития. Отслеживание результативности выполнения данной программы проходит в несколько этапов:

- *входной контроль* (проводится в начале учебного года). Определяется общий уровень подготовки каждого учащегося в форме наблюдений, собеседований с родителями;

- *промежуточная и итоговая аттестация* обучающихся проводится в формах, определенных данной дополнительной общеобразовательной программой. В структуру программы включены в виде приложений оценочные материалы, которые отражают перечень диагностических методик, позволяющих определить достижение учащимися планируемых результатов.

В течение учебного периода проводится *текущий контроль успеваемости* с целью систематического контроля уровня формируемых знаний, умений и навыков.

Цель разработки диагностического инструментария: определение результатов освоения учащимися дополнительной общеразвивающей программы, фиксация результатов учащихся через участие в конкурсах, конференциях различного уровня, коррекция дополнительной общеразвивающей программы (Приложение 2).

VI. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Нормативно-правовые документы

1. Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).
2. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 17.02.2023) «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 28.02.2023, далее – ФЗ №273).
3. Федеральный закон РФ от 24.07.1998 № 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» (с изменениями от 29.12.2022г.).
4. Распоряжение Правительства РФ от 31 марта 2022 г. № 678-р «Концепция развития дополнительного образования детей до 2030 года» (далее – Концепция).
5. Распоряжение Правительства РФ от 29 мая 2015 г. № 996-р «Стратегия развития воспитания в РФ на период до 2025 года».
6. Приоритетный проект «Доступное дополнительное образование для детей», утвержденный 30 ноября 2016 г. протоколом заседания президиума при Президенте РФ (в ред. от 27.09.2017).
7. Федеральный проект «Успех каждого ребенка», утвержденный 07 декабря 2018 г.
8. Приказ Министерства просвещения РФ от 27 июля 2022 г. № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам» (далее – Приказ №629).
9. Приказ Министерства образования и науки РФ от 23 августа 2017 года № 816 «Об утверждении порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ» (далее – Приказ № 816).
10. Приказ Министерства просвещения РФ от 03.09.2019 № 467 «Об утверждении Целевой модели развития региональных систем дополнительного образования детей» (в редакции от 02.02.2021г.).
11. Письмо Министерства просвещения РФ от 30.12.2022 № АБ-3924/06 «Создание современного инклюзивного образовательного пространства для детей с ограниченными возможностями здоровья и детей-инвалидов на базе образовательных организаций, реализующих дополнительные общеобразовательные программы в субъектах Российской Федерации».
12. Письмо Министерства просвещения РФ от 1 августа 2019 г. № ТС-1780/07 «О направлении эффективных моделей дополнительного образования для обучающихся с ОВЗ».
13. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 28 сентября 2020 г. № 28 «Об утверждении санитарных правил СП 2.4.3648-20

«Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи» (далее – СанПиН).

14. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 28.01.2021 №2 «Об утверждении санитарных правил и норм СанПиН 1.2368521 «Гигиенические нормативы и требования к обеспечению безопасности и (или) безвредности для человека факторов среды обитания»

15. Устав муниципального бюджетного учреждения дополнительного образования «Станция юных техников» г. Волгодонска.

2. Литература, использованная при составлении программы

1. Балибихина Н.А Организация дополнительного образования в школе: планирование, программы, разработки занятий / авт. – сост. Н.А Белибихина, Л.А. Королева. – Волгоград: Учитель, 2009. – 199.

2. Кашлева Н.В. «Пресс-клуб» и школьная газета: Занятия, тренинги, портфолио» /авт.-сост. Кашлева. - Волгоград: Учитель, 2012.- 154с.

3. Лепилкина О.И. «Азбука журналистики» М.: Вентана-Граф, 2005.

4. Спирина Н.А. Журналистика в школе. 8-11 классы: программа, материалы к занятиям/ авт.-сост. Н.А.Спирина. – Волгоград: Учитель, 2011. – 207 с.).

5. Стилистика газетных жанров под ред. Д.Э. Розенталя. – М., 1981.

6. Хорошев М.С. Пути-дороги журналистские / Хорошев М.С., - Витна; г. Павлово, 2013.

7. Черникова Е. Основы творческой деятельности журналистам. – М., 2005.

3. Литература для учащихся и родителей

1. Лукина М.М. Интернет-СМИ: Теория и практика. Издательство: Аспект Пресс. ISBN 978-5-7567-0542-3; 2010 г.

2. Ивин А.А.. Логика для журналистов. Издательство: Директ-Медиа. ISBN 9785447536800; 2002 г.

3. Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ. Издательство: Аспект-Пресс ISBN 5-7567-0545-7; 2004 г.

4. Есин Б.И. История русской журналистики. Издательство: Флинта ISBN 5-89349-266-8; 2000 г.

5. Александр Колесниченко. Практическая журналистика. Издательство: Издательство МГУ ISBN 978-5-211-05510-0; 2010 г.

6. Мария Конюкова. Журналистика для всех. Издательство: Азбука, Азбука-Аттикус ISBN 978-5-389-02909-5; 2012 г.

7. Луиза Свитич. Введение в специальность. Профессия: журналист. Издательство: Аспект Пресс. ISBN 978-5-7567-0602-4; 2010 г.

8. Евгений Прохоров. Введение в теорию журналистики. Издательство: Издательство МГУ. Серия: Классический университетский учебник ISBN 5-211-05080-8; 2005 г.

9. Дмитрий Авраамов. Профессиональная этика журналиста. Издательство: Издательство МГУ. ISBN 5-211-04706-0; 2003 г.

10. Розенталь Д.Э. А как лучше сказать? – М., 1988
11. Розенталь Д.Э., Голуб И.Б. Занимательная стилистика. – М., 1988
12. Розенталь Д.Э. Справочник по правописанию, произношению, литературному редактированию. - М., 1994.
13. Розенталь Д.Э. Практическая стилистика русского языка. -М., 1974.
14. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учебное пособие. М., 2000.

4. Интернет-ресурсы

1. Шibaева Л. Жанры в теории и практике журналистики // <http://www.relga.rsu.ru/n47/jur47.htm>
2. Международный информационно-просветительский проект «Современный русский» // <http://www.oshibok-net.ru>
3. Сводная медиатека по журналистике // <https://vk.com/bibliosmi>
4. ЮНПРЕСС — мультимедиапортал молодёжи для молодёжи // <http://ynpress.com/library/>

VII. ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Календарный учебный график ДООП «Школа юного журналиста»

№п/п	Дата	Тема занятия	Кол-во часов	Время проведения занятия	Форма занятия	Место проведения	Форма контроля
1.	Сентябрь	Вводное занятие. Знакомство с детьми, программой, игры на знакомство. Проведение тестирования на выявление знаний о профессии журналиста. Знакомство с историей журналистики, спецификой профессии журналиста.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Входная диагностика
2.	Сентябрь	Ознакомление с планом работы объединения. «Портрет» журналиста. Игры на знакомство. Практикум «Проба пера».	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа
3.	Сентябрь	Средства массовой информации. Редакция. Функции редакции: телевидение, пресса, радио, интернет-издания, блогинг.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
4.	Сентябрь	Средства массовой информации. Редакция. Экскурсия в редакцию СМИ, знакомство с организацией работы редакции, разделением полномочий между сотрудниками редакции. Организация проведения мастер-классов с участием сотрудников редакции	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
5.	Сентябрь	Создание детской редакции.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания

6.	Сентябрь	Деловая игра «Я – журналист».	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
7.	Сентябрь	Функции журналистики: информационная; коммуникативная; выражение мнений определенных групп; формирование общественного мнения. Факт как объект интереса журналиста и основной материал в его работе.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
8.	Сентябрь	Анализ периодических печатных и электронных изданий: подборка информационных поводов, их анализ.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
9.	Сентябрь	Информация. Понятие «информация». Типы информации.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
10.	Сентябрь	Информация. Способы сбора и обработки информации.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
11.	Сентябрь	Информация. Методы обработки информации: выписки, цитаты, конспекты, тезисный план.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
12.	Сентябрь	Работа со СМИ (газеты, интернет-издания): написание рерайтов, анализ информационных поводов, составление медиаплана.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
13.	Октябрь	Работа со СМИ (газеты, интернет-издания): написание рерайтов, анализ информационных поводов, составление медиаплана.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
14.	Октябрь	Работа со СМИ (газеты, интернет-издания): написание рерайтов, анализ информационных	3		Индивидуально-	Кабинет	Беседа, творческие

		поводов, составление медиаплана.			групповая	№8	задания
15.	Октябрь	Название, рубрика, заголовок и его виды.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
16.	Октябрь	Заголовок-идея. Заголовок-тема. Заголовок-вопрос. Заголовок-цитата. Заголовок - перечисление. Заголовок – фразеологизм. Заголовок – двусмысленность. Заголовок – противопоставление. Заголовок – парадокс. Заголовок – каламбур.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
17.	Октябрь	Определение названия детской газеты, создание рубрик, подбор тем и создание заголовков публицистических высказываний.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
18.	Октябрь	Анализ информационных изданий. Написание различных видов заголовков, разработка рубрик для различных типов СМИ.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
19.	Октябрь	Проектирование детской газеты. Написание заголовков. Поиск, сравнение, написание заголовков по видам.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
20.	Октябрь	Языковые средства публицистического высказывания. Языковые средства: устная и письменная речь.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
21.	Октябрь	Свойства устной речи: тон, темп. Техника устной речи: речевое дыхание, качества голоса, дикция и орфоэпия.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания

22.	Октябрь	Выполнение дыхательных упражнений, работа над совершенствованием свойств и качеств голоса, дикционная гимнастика.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
23.	Октябрь	Выполнение дыхательных упражнений, работа над совершенствованием свойств и качеств голоса, дикционная гимнастика.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
24.	Октябрь	Выполнение дыхательных упражнений, работа над совершенствованием свойств и качеств голоса, дикционная гимнастика.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
25.	Ноябрь	Качества письменной речи: правильность, точность, чистота, логичность, богатство, выразительность, уместность. Публицистический стиль языка и речи.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
26.	Ноябрь	Анализ письменных текстов, определение стилевой принадлежности, устранение языковых ошибок.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
27.	Ноябрь	Анализ письменных текстов, определение стилевой принадлежности, устранение языковых ошибок.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
28.	Ноябрь	Анализ письменных текстов, определение стилевой принадлежности, устранение языковых ошибок.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
29.	Ноябрь	Анализ письменных текстов, определение стилевой принадлежности, устранение языковых ошибок.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания

30.	Ноябрь	Жанры журналистики. Основные жанровые группы: информационные жанры, аналитические жанры, художественно-публицистические жанры. Понятийный аппарат.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
31.	Ноябрь	Жанры журналистики. Поиск информационных материалов в СМИ.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
32.	Ноябрь	Жанры журналистики. Информационные жанры: Заметка. Информационный жанр «заметка». Композиция высказывания. Событийная заметка. Анонс. Аннотация. Мини-рецензия. Блиц-портрет. Мини-обозрение. Мини-история. Мини-совет. Использование языковых средств. Название заметки. Хроникальная заметка. Короткая («стандартная»). Расширенная заметка. Варианты структуры: жесткая, мягкая. Приемы привлечения внимания читателей. Демонстрация презентации «Жанры журналистики».	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
33.	Ноябрь	Написание заметок, анализ и корректировка текстов.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
34.	Ноябрь	Написание заметок, анализ и корректировка текстов.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
35.	Ноябрь	Написание заметок, анализ и корректировка текстов.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания

36.	Ноябрь	Написание заметок, анализ и корректировка текстов.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
37.	Декабрь	Жанры журналистики. Информационные жанры: Информационный жанр «отчет». Композиция и структура. Использование языковых средств. Виды отчетов. Демонстрация презентации «Жанры журналистики».	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
38.	Декабрь	Написание заметок, анализ и корректировка текстов.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
39.	Декабрь	Жанры журналистики. Информационные жанры: Интервью. Информационный жанр «интервью». Высказывание в жанре интервью: анализ ситуации, изучение особенностей респондента. Составление перечня вопросов. Культура общения, речевой этикет в процессе проведения интервью. Структура и правила. Этическая сторона интервью. Правовые нюансы. Виды интервью.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
40.	Декабрь	Жанры журналистики. Информационные жанры: Работа в жанре интервью, анализ текстов.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
41.	Декабрь	Жанры журналистики. Информационные жанры: Работа в жанре интервью, анализ текстов.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания

42.	Декабрь	Жанры журналистики. Информационные жанры: Приемы привлечения внимания читателей, секреты хорошего интервью. Демонстрация презентации «Жанры журналистики».	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
43.	Декабрь	Жанры журналистики. Информационные жанры: Подготовка интервью, анализ и корректировка текстов.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
44.	Декабрь	Жанры журналистики. Информационные жанры: Подготовка интервью, анализ и корректировка текстов.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
45.	Декабрь	Жанры журналистики. Информационные жанры: Подготовка интервью, анализ и корректировка текстов.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
46.	Декабрь	Жанры журналистики. Информационные жанры: Репортаж. Информационный жанр «репортаж». Создание текстов в жанре репортажа. Выбор темы репортажа. Анализ ситуации. Техника работы: наблюдение, детали, яркие зарисовки, создание точной модели события с изображением подробностей и специфических особенностей. Структура. Эффект присутствия. Использование языковых средств. Приемы привлечения внимания читателей.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
47.	Декабрь	Жанры журналистики. Информационные жанры: Репортаж. Написание репортажей, анализ и корректировка текстов	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
48.	Декабрь	Жанры журналистики. Информационные жанры: Репортаж. Написание репортажей, анализ и	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие

		корректировка текстов					задания
49.	Январь	Жанры журналистики. Информационные жанры: Репортаж. Написание репортажей, анализ и корректировка текстов	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
50.	Январь	Жанры журналистики. Информационные жанры: Репортаж. Написание репортажей, анализ и корректировка текстов	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
51.	Январь	<i>Практика.</i> Подготовка информационных материалов (репортажи, интервью, заметки, зарисовки) для публикации на сайте, в СМИ, социальных сетях, участие в профильных конкурсах.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
52.	Январь	<i>Практика.</i> Подготовка информационных материалов (репортажи, интервью, заметки, зарисовки) для публикации на сайте, в СМИ, социальных сетях, участие в профильных конкурсах.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
53.	Январь	<i>Практика.</i> Подготовка информационных материалов (репортажи, интервью, заметки, зарисовки) для публикации на сайте, в СМИ, социальных сетях, участие в профильных конкурсах.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
54.	Январь	<i>Практика.</i> Подготовка информационных материалов (репортажи, интервью, заметки,	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие

		зарисовки) для публикации на сайте, в СМИ, социальных сетях, участие в профильных конкурсах.					задания
55.	Январь	<i>Практика.</i> Подготовка информационных материалов (репортажи, интервью, заметки, зарисовки) для публикации на сайте, в СМИ, социальных сетях, участие в профильных конкурсах.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
56.	Январь	Жанры журналистики. Аналитические жанры: Статья. Подготовка к созданию высказывания в жанре аналитической статьи. Композиция статьи. Приемы привлечения внимания.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
57.	Январь	Жанры журналистики. Аналитические жанры: Статья. Подготовка к созданию высказывания в жанре аналитической статьи. Композиция статьи. Приемы привлечения внимания.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
58.	Январь	Жанры журналистики. Аналитические жанры: Статья. Подготовка к созданию высказывания в жанре аналитической статьи. Композиция статьи. Приемы привлечения внимания.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
59.	Январь	Жанры журналистики. Аналитические жанры: Статья. Подготовка к созданию высказывания в жанре аналитической статьи. Композиция статьи. Приемы привлечения внимания.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания

60.	Январь	Жанры журналистики. Аналитические жанры: Статья. Подготовка к созданию высказывания в жанре аналитической статьи. Композиция статьи. Приемы привлечения внимания.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
61.	Февраль	Жанры журналистики. Аналитические жанры: Статья. Определение проблематики статьи. Подбор и обработка материала. Редактирование текста.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
62.	Февраль	<i>Практика.</i> Подготовка информационных материалов (репортажи, интервью, заметки, зарисовки) для публикации на сайте, в СМИ, социальных сетях, участие в профильных конкурсах.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
63.	Февраль	<i>Практика.</i> Подготовка информационных материалов (репортажи, интервью, заметки, зарисовки) для публикации на сайте, в СМИ, социальных сетях, участие в профильных конкурсах.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
64.	Февраль	<i>Практика.</i> Подготовка информационных материалов (репортажи, интервью, заметки, зарисовки) для публикации на сайте, в СМИ, социальных сетях, участие в профильных конкурсах.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
65.	Февраль	Жанры журналистики. Аналитические жанры: Журналистское расследование. Методы и приемы проведения. Роль очевидцев и свидетелей.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания

66.	Февраль	Жанры журналистики. Аналитические жанры: Журналистское расследование. Разбор образцов, обработка и редактирование.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
67.	Февраль	Жанры журналистики. Аналитические жанры: Журналистское расследование. Разбор образцов, обработка и редактирование.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
68.	Февраль	Жанры журналистики. Аналитические жанры: Комментарий. Телевизионный и газетный комментарий. Техника и приемы.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
69.	Февраль	Жанры журналистики. Аналитические жанры: Комментарий. Разбор образцов, обработка и редактирование.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
70.	Февраль	Жанры журналистики. Аналитические жанры: Комментарий. Разбор образцов, обработка и редактирование.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
71.	Февраль	Жанры журналистики. Аналитические жанры: Рецензия. Отличие рецензии от других жанров. Типологические группы: по объему, по теме, по числу анализируемых произведений.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
72.	Февраль	Жанры журналистики. Аналитические жанры: Рецензия. Написание рецензий.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
73.	Март	Жанры журналистики. Аналитические жанры: Рецензия. Написание рецензий.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
74.	Март	Жанры журналистики. Аналитические жанры: Аналитический отчет. Выступления, доклады, речи. Отчет-объяснение, отчет-оценка или отчет-	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие

		программа.					задания
75.	Март	Жанры журналистики. Аналитические жанры: Аналитический отчет. Написание отчетов.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
76.	Март	<i>Практика.</i> Подготовка информационных материалов (репортажи, интервью, заметки, зарисовки) для публикации на сайте, в СМИ, социальных сетях, участие в профильных конкурсах.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
77.	Март	Жанры журналистики. Аналитические жанры: Аналитическое интервью. Формы получения определенных сведений. Роль автора.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
78.	Март	Жанры журналистики. Аналитические жанры: Аналитическое интервью. Подготовка интервью, анализ и корректировка текстов.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
79.	Март	Жанры журналистики. Аналитические жанры: Рейтинг. Способы и формы анализа, составления и публикации.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
80.	Март	Жанры журналистики. Аналитические жанры: Рейтинг. Подготовка рейтинга, анализ и корректировка текстов.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания

81.	Март	Жанры журналистики. Аналитические жанры: Эксперимент. Методы проведения, формы презентации.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
82.	Март	Жанры журналистики. Аналитические жанры: Эксперимент. Подготовка эксперимента, анализ и корректировка текстов	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
83.	Март	<i>Практика.</i> Подготовка информационных материалов (репортажи, интервью, заметки, зарисовки) для публикации на сайте, в СМИ, социальных сетях, участие в профильных конкурсах.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
84.	Март	<i>Практика.</i> Подготовка информационных материалов (репортажи, интервью, заметки, зарисовки) для публикации на сайте, в СМИ, социальных сетях, участие в профильных конкурсах.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
85.	Апрель	<i>Практика.</i> Подготовка информационных материалов (репортажи, интервью, заметки, зарисовки) для публикации на сайте, в СМИ, социальных сетях, участие в профильных конкурсах.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
86.	Апрель	Жанры журналистики. Художественно-публицистические жанры: Создание публицистического текста. Элементы композиции текста. Роль вступления. Основной и частный тезисы высказывания.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания

87.	Апрель	Жанры журналистики. Художественно-публицистические жанры: Лингвистический анализ публицистических высказываний. Редактирование текста.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
88.	Апрель	Жанры журналистики. Художественно-публицистические жанры: Создание письменного текста на заданную тему. Редактирование текстов.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
89.	Апрель	Жанры журналистики. Художественно-публицистические жанры: Очерк. Работа над очерком. Сбор материала: документов, цифр, фактов, опрос общественного мнения. Языковые особенности очерка. Редактирование очерка.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
90.	Апрель	Жанры журналистики. Художественно-публицистические жанры: Определение темы очерка. Сбор материала. Написание очерка на заданную тему.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
91.	Апрель	Жанры журналистики. Художественно-публицистические жанры: Эссе. Выбор темы эссе. Создание высказывания на основе основного тезиса. Развертывание аргументов высказывания в жанре эссе.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
92.	Апрель	Жанры журналистики. Художественно-публицистические жанры: Создание эссе на темы, предложенные корреспондентами. Жанры журналистики. Художественно-публицистические жанры: Социологическая деятельность. Социологические опросы.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания

		Определение цели и темы опроса. Анализ полученных результатов. Использование информации в газете.					
93.	Апрель	<i>Практика.</i> Подготовка информационных материалов (репортажи, интервью, заметки, зарисовки) для публикации на сайте, в СМИ, социальных сетях, участие в профильных конкурсах.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
94.	Апрель	<i>Практика.</i> Подготовка информационных материалов (репортажи, интервью, заметки, зарисовки) для публикации на сайте, в СМИ, социальных сетях, участие в профильных конкурсах.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
95.	Апрель	<i>Практика.</i> Подготовка информационных материалов (репортажи, интервью, заметки, зарисовки) для публикации на сайте, в СМИ, социальных сетях, участие в профильных конкурсах.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
96.	Апрель	<i>Практика.</i> Подготовка информационных материалов (репортажи, интервью, заметки, зарисовки) для публикации на сайте, в СМИ, социальных сетях, участие в профильных конкурсах.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
97.	Май	<i>Практика.</i> Подготовка информационных материалов (репортажи, интервью, заметки, зарисовки) для публикации на сайте, в СМИ,	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания

		социальных сетях, участие в профильных конкурсах.					
98.	Май	Правовая и этическая культура журналиста. Права и обязанности журналиста. Содержание правовой культуры. Закон РФ «О СМИ». Типичные нарушения права СМИ. Информация ограниченного доступа в СМИ. Методика применения правовых норм. Журналистская этика. Правовое поле журналиста. Профессиональная этика журналиста.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
99.	Май	Правовая и этическая культура журналиста. Права и обязанности журналиста. Журналистская этика. Правовое поле журналиста. Профессиональная этика журналиста.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
100	Май	Правовая и этическая культура журналиста. Изучение статей Закона РФ «О «СМИ». Деловые игры: «Устав редакции», «Регистрация СМИ».	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
101	Май	Правовая и этическая культура журналиста. Права и обязанности журналиста. Подготовка публикаций на тему этики и нравственности. Составление кодекса журналиста	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
102	Май	Правовая и этическая культура журналиста. Права и обязанности журналиста. Обсуждение нравственных, патриотических, художественных и эстетических проблем журналистики.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания

103	Май	Правовая и этическая культура журналиста. Нравственность, патриотизм и эстетика в современной журналистике. Анализ тематических материалов в СМИ.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
104	Май	Правовая и этическая культура журналиста. Нравственность, патриотизм и эстетика в современной журналистике. Анализ тематических материалов в СМИ.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
105	Май	Правовая и этическая культура журналиста. Нравственность, патриотизм и эстетика в современной журналистике. Анализ тематических материалов в СМИ.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
106	Май	Правовая и этическая культура журналиста. Нравственность, патриотизм и эстетика в современной журналистике. Анализ тематических материалов в СМИ.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
107	Май	<i>Практика.</i> Подготовка информационных материалов (репортажи, интервью, заметки, зарисовки) для публикации на сайте, в СМИ, социальных сетях, участие в профильных конкурсах.	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Беседа, творческие задания
108	Май	Заключительное занятие Итоговое занятие в форме презентации результатов деятельности. Итоговая диагностика (тестирование).	3		Индивидуально-групповая	Кабинет №8	Итоговая диагностика

Диагностика результативности

Диагностика результативности

Оцениваемые параметры	Критерии	Степень выраженности оцениваемого параметра (критерии оценки)	Периодичность измерений и фиксации результатов	Возможные диагностические процедуры, методики
Теоретически е знания, предусмотренные программой	Соответствие теоретических знаний программным требованиям (ожидаемым результатам), осмысленность и правильность использования специальной терминологией	<u>1 уровень (минимальный)</u> – ребенок овладел менее чем ½ объема знаний, предусмотренных программой;	Вводный (первичный) контроль	Собеседование
		<u>2 уровень (средний)</u> – объем усвоенных знаний составляет более, чем ½;	Промежуточный контроль	Индивидуальное собеседование
		<u>3 уровень (максимальный)</u> – ребенок освоил практически весь объем знаний, предусмотренных программой за конкретный период	Итоговый	Тестирование
Практически е умения, предусмотренные программой	Соответствие практических умений программным требованиям (ожидаемым результатам)	<u>1 уровень (минимальный)</u> – ребенок овладел менее чем ½ предусмотренных умений;	Вводный (первичный) контроль	Собеседование
		<u>2 уровень (средний)</u> – объем усвоенных умений составляет более,	Промежуточный контроль	Портфолио

		<p>чем ½;</p> <p><u>3 уровень</u> (максимальный) – ребенок овладел практически всеми умениями, предусмотренным и программой за конкретный период</p>	Итоговый	Портфолио
Творческие навыки	Креативность в выполнении заданий (уровень творчества при создании журналистской продукции)	<p><u>1 уровень</u> (начальный, элементарный уровень развития креативности) – ребенок в состоянии выполнить лишь простейшие практические задания педагога;</p> <p><u>2 уровень</u> (репродуктивный уровень) – в основном выполняет задания на основе образца, по аналогии;</p> <p><u>3 уровень</u> (творческий уровень) – выполняет творческие практические задания с большой выраженностью творчества</p>	1 раз в год	Анализ самостоятельных журналистских работ, включенных в портфолио
Творческая активность	Подготовка материалов и публикация в СМИ, информационных ресурсах учреждения (сайт, газета, соцсети)	<p><u>1 уровень</u> - материал не подготовлен к публикации, ребенок не демонстрирует потребность в данной деятельности;</p> <p><u>2 уровень</u> -</p>	В течение года	Анализ результатов публикации материалов

		материал опубликован		
Творческие достижения	Результативность участия в учрежденческих, городских, региональных, Всероссийских мероприятиях турнирных форм	<u>Не участвовал</u> <u>Участник</u> <u>Победитель</u> (дипломант, лауреат)	В течение года, согласно плану проводимых мероприятий	Анализ результатов участия в конкурсах

Диагностика интересов

<i>Оцениваемые параметры</i>	<i>Периодичность измерений и фиксации результатов</i>	<i>Возможные диагностические процедуры, методики</i>
Диагностика интересов и мотивов посещения занятий	1 раз (в начале 1 года обучения) (в сотрудничестве с психологом)	Методика исследования мотивов посещения занятий (автор Л.В.Байбородова)
Осознанность участия ребенка в освоении образовательной программы. Диагностика осуществления жизненного и профессионального самоопределения средствами журналистики	1 раз Собеседование, анкетирование	После окончания обучения по программе
		Анализ результатов поступления в ВУЗы (на факультеты) соответствующего профиля

Рейтинг результативности

Фамилия, имя	Школа, класс	Посещение занятий (2балла)	Текст (5 баллов)	Конкурс (10 баллов)	Газета (15 баллов)	Интервью (10 баллов)	Всего

Каждый член объединения набирает определенную сумму баллов за различные виды работы. Корреспондент, набравший сто баллов, объявляется победителем игры и награждается благодарственным письмом и памятным подарком.

Критериями уровня освоения знаний являются правильность выполнения заданий, уверенное владение словарем журналиста, умение использовать учебные понятия в практической деятельности. Практические навыки проверяются в процессе сбора, обработки и использования материала для выпуска газеты «Твори! Выдумывай! Пробуй!», публикаций на сайте и в

других информационных источниках. В течение учебного года, после выполнения заданий заполняется таблица.

№	Ф.И. учащегося	Участие в выпуске газеты, публикации на сайте и др. (сентябрь)					
		материалы		оформление	редактирование	верстка	распространение
		текст	фото				
1.							

Система баллов: «2» – активно участвовал в выпуске газеты, публикации на сайте; «1» – участвовал, но периодически; «0» – не участвовал.

Ежемесячно выставляется сумма баллов, а в конце года подводится итог мониторинга результативности образовательного процесса.

№	Ф.И. обучающегося	Рейтинг								
		Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май
1.										
2.										
3.										

В творческом объединении имеются папки достижений. В них складываются все работы учащихся, дипломы, грамоты, публикации в городских СМИ. Это своего рода история развития мастерства ребенка, которая позволяет педагогу проследить динамику его творческих способностей. Личностные достижения учащихся (участие и победы в различных конкурсах, олимпиадах, фестивалях разных уровней) также отслеживаются с помощью рейтинговой системы оценки.

№	Ф.И. обучающегося	Участие в конкурсах, фестивалях, конференциях								
		Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май
1.		3Г	1Ф	2О						

Условные обозначения:

Г – городской, О – областной уровень, Р – региональный, Ф - федеральный.

Система баллов:

Городской: 0 - не участвовал, 1 - участвовал, 2 - призер, 3 – победитель.

Областной уровень: 0 - не участвовал, 2 - участвовал, 3 - призер, 4 – победитель.

Региональный: 0 - не участвовал, 3 - участвовал, 4 - призер, 5 – победитель.

Федеральный: 0 - не участвовал, 4 - участвовал, 5 - призер, 6 – победитель.

Социально-педагогические результаты подводятся в процессе проведения социологических опросов, акций, выпуска детской газеты (формы работы, связанные со сбором, анализом и распространением информации). Работая над созданием очередного номера газеты, обучающиеся применяют полученные знания в комплексе: от умения написать материал в любом формате жанра до умения получить конечный продукт социального значения. Критериями данного параметра являются социализация, адаптация ребенка; жизненное и профессиональное определение ребенка, умение общаться в кругу сверстников и взрослых.

ИЗУЧЕНИЕ МОТИВОВ УЧАСТИЯ ПОДРОСТКОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

(методика Л. В. Байбородовой)

Цель: выявить мотивы учащих в деятельности.

Ход опроса

Учащимся предлагается определить, что и в какой степени привлекает их в совместной деятельности.

Для ответа используется следующая шкала:

- 3 – привлекает очень сильно;
- 2 – привлекает в значительной степени;
- 1 – привлекает слабо;
- 0 – не привлекает совсем.

Что привлекает в деятельности:

1. Интересное дело.
2. Общение с разными людьми.
3. Помощь товарищам.
4. Возможность передать свои знания.
5. Творчество.
6. Приобретение новых знаний, умений.
7. Возможность руководить другими.
8. Участие в делах своего коллектива
9. Вероятность заслужить уважение товарищей.
10. Сделать доброе дело для других.
11. Выделиться среди других.
12. Выработать у себя определенные черты характера.

ОБРАБОТКА И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ

Для определения преобладающих мотивов следует выделить следующие блоки:

- а) коллективистские мотивы (п. 3, 4, 8, 10);
- б) личностные мотивы (п. 1, 2, 5, 6, 12);
- в) престижные мотивы (п. 7, 9, 11).

Сравнение средних оценок по каждому блоку позволяет определить преобладающие мотивы участия подростков в деятельности.

«Зарядка» для глаз:

- 1) вертикальные движения глаз вверх-вниз;
- 2) горизонтальные движения вправо-влево;
- 3) вращение глазами по часовой стрелке и против;
- 4) закрыть глаза и представить по очереди цвета радуги как можно отчетливее;
- 5) на доске до начала урока начертить какую-либо кривую (спираль, окружность, ломаную); предлагается глазами “нарисовать” эти фигуры несколько раз в одном, а затем в другом направлении.

Профилактические упражнения для глаз:

Упражнение для глаз – “Раскрашивание”. Учитель предлагает детям закрыть глаза и представить перед собой большой белый экран. Необходимо мысленно раскрасить этот экран поочередно любым цветом: например, сначала жёлтым, потом оранжевым, зелёным, синим, но закончить раскрашивание нужно самым любимым цветом.

Игра «Роняем руки» расслабляет мышцы всего корпуса. Дети поднимают руки в стороны и слегка наклоняются вперёд. По команде учителя снимают напряжение в спине, шее и плечах. Корпус, голова и руки падают вниз, колени слегка подгибаются. Затем дети выпрямляются, последовательно разгибаясь в тазобедренном, поясничном и плечевом поясе, и принимают исходное положение. Упражнение повторяется.

«РЕЦЕПТ ПРИГОТОВЛЕНИЯ» ЖУРНАЛИСТСКОГО МАТЕРИАЛА

Для этого нам понадобятся следующие “ингредиенты”:

- **интересная тема** (и не забудьте посмотреть на ее “срок годности”) - 1 штука - ее актуальность (1 штука)
- **факты** - (чем больше, тем лучше!)
- **несколько цитат, комментарий специалистов** - (добавить по вкусу)
- **заглавие** - (1 штука)
- **подпись** - (количество зависит от числа авторов)
- **доступное для читателя изложение** (1 штука)

СПОСОБ ПРИГОТОВЛЕНИЯ

Для начала найдите интересную и актуальную тему. Далее - “взвесить тесто”: перемешайте полученную информацию с фактами. По вкусу добавьте комментарий специалистов и несколько цитат. Посыпьте изложение материала доступным для читателя изложением. “На стол подавать” с подписью и заглавием. И не забудьте захватить с собой фотокорреспондента! Удачи!

Пресс-релиз – эффективный инструмент создания, расширения и поддержания информационного поля вокруг образовательной организации

Аннотация: Пресс-релиз - это информационное сообщение о событиях, лицах, планах и текущей деятельности организации для СМИ. Он является неотъемлемым документом в процессе построения взаимоотношений образовательной организации со СМИ и целевой аудиторией. Его цель – заинтересовать журналистов, дать им информационный повод для написания статьи или сделать видеосюжет о вашей организации.

Что такое пресс-релиз?

Пресс-релиз – это основополагающий рг-текст, «продающий» вашу организацию. Здесь важно понимать, что пресс-релиз – это не реклама вашей организации, ее услуг, это документ, содержащий информацию об общественно важных событиях, способных привлечь внимание целевой аудитории. Качественный же пресс-релиз способен обеспечить пристальное внимание к образовательной организации (далее – ОО) со стороны прессы, а, значит, является залогом успеха в формировании имиджа организации.

Пресс-релиз относится к текстам, так называемого оперативно-новостного жанра. Это значит, что главная его особенность – оперативность подачи информации и четкая структура текста: форма и содержание. При этом его цель – поддержать и расширить информационное поле вокруг вашей организации.

Внешний вид хорошего пресс-релиза

Театр начинается с вешалки. Пресс-релиз с внешнего вида. Его отправка в СМИ должна происходить не иначе как на фирменном бланке. Желательно - с логотипом, обязательно – с подробными контактными данными организации: адрес, телефоны/факс, электронная почта, сайт, qr-код, ссылки на страницы и группы организации в социальных сетях. Указывается дата (эмбарго), справа от нее, перед заголовком, ставится надпись «пресс-релиз». Текст печатается через двойной интервал, отступы – 30 мм. Такое оформление удобно для журналистов – можно вносить правки ставить пометки прямо на листе.

Объем пресс-релиза

Так как пресс-релиз — это оперативно-новостной жанр, он должен быть кратким (1-2 страницы, 14 кегель), но при этом содержательным (насыщенным информацией). Не забывайте ставить абзацы, писать подзаголовки.

Обязательные элементы пресс-релиза

1. Информационный повод

Новостная составляющая в пресс-релизе, пожалуй, основа основ: ваша новость должна заинтересовать целевую аудиторию. Это необязательно должна быть информация о проведенном мероприятии или достижениях организации (педагогов, учащихся), например, сообщение о проведении семинара, советы

школьного психолога в преддверии сдачи экзаменов, расширение сферы деятельности или предстоящий юбилей организации – отличный информационный повод для пресс-релиза.

Релиз-анонс или ньюс-релиз?

Релиз-анонс (ДО события). Это сообщение о предстоящем событии. Его задача – привлечь внимание СМИ, сообщив им краткую информацию о будущем событии, предоставить материал для «новости на завтра». Обязательные составляющие: время, место, участники, особенности мероприятия. Рассылать такие сообщения нужно за 3-5 дней до даты события, желательно в первой половине дня.

Ньюс-релиз (ПОСЛЕ события). Рассылка свежих новостей, представляющих интерес для широкой аудитории, осуществляется в день проведения мероприятия или на следующий день. Новость с 3-5 дневным «сроком изготовления» рискует попасть в разряд «протухшей информации». Наличие качественных фото- или видеоматериалов очень желательный элемент сообщения. Оптимальное количество фотографий (предварительно отобранных) – 3-5 штук. Остальное можно «залить» в файлообменник и прислать ссылку.

Несколько хитростей по рассылке

Кому? Рассылать пресс-релизы необходимо только в профильные или общественно-политические СМИ. Изучите тематику СМИ, рубрики, уточните в редакции будут ли им интересна ваша тематика.

Когда? Пресс-релизы лучше всего отправлять в понедельник-вторник в утренние часы: в конце недели в СМИ происходит переизбыток информации, собирается достаточное количество информационных поводов (тем) для публикаций и репортажей.

2. Структура пресс-релиза

Заголовок (яркий, интересный) – основная мысль в сжатом виде (5-8 слов) с использованием глагола «действия»: представил, открыл, победил...

Лид (первый абзац (до 300 символов) – анонс: даются ответы на четыре главных вопроса -*Кто? Что? Где? Когда?*).

Основная часть (тело): несколько абзацев – подробности, справочная информация, цитаты, в которых значимость информации постепенно уменьшается и описывает только те события, которые имеют отношение к информационному поводу.

Прицеп (детали, справочная информация или цитата (руководителя организации, организатора мероприятия, «виновника» события - спикера: по содержанию она должна раскрывать и дополнять информационный повод в 1-2

предложениях; по форме: прямая речь или непрямая речь (по словам директора школы; комментируя происходящее, отметил директор школы и т.п.).

Контакты или бэкграунд (справочная информация об организации, часто в виде сравнения (по сравнению с прошлым годом, количество призеров увеличилось в три раза).

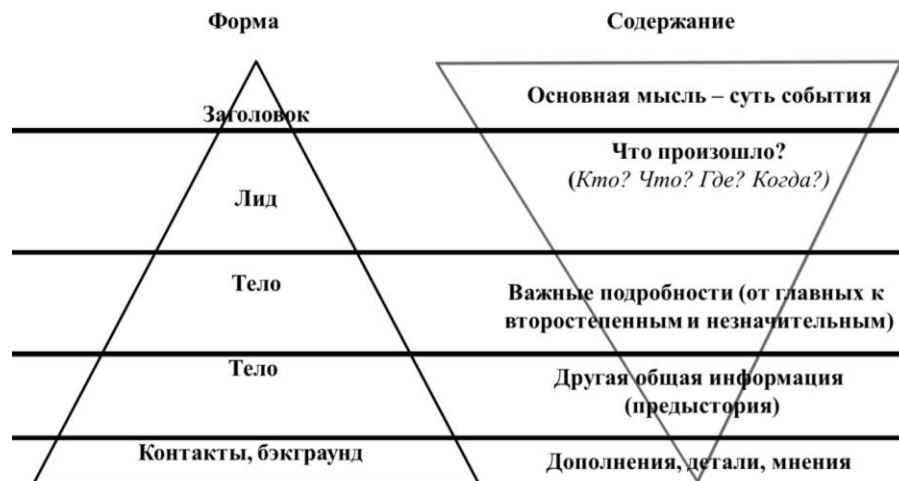
Иллюстрация (фото, график, инфографик) должна соответствовать информационному поводу, изображение в формате .jpg или .png (размеры не менее чем 1000 x 500), достаточно 3-5 иллюстраций, если хотите предоставить СМИ право выбора изображения – «залейте» их на файлообменник и прикрепите ссылку на альбом.

Пресс-релиз необходимо писать по принципу «перевернутой пирамиды»: факты излагаются по мере снижения их значимости и важности.

Ее *форма*: яркий заголовок, лид (первый абзац – 1-3 коротких предложения) и тело (основная часть). По *содержанию*: в заголовке и лиде сообщается самая важная информация – факты, цифры, в теле – подробности и менее важная информация, возможно, косвенно касающаяся конкретного события.

Идеальный пресс-релиз, написанный по принципу «перевернутой пирамиды», позволяет смело вычеркнуть его тело, оставив только заголовок и лид, при этом читатель ничуть от этого не должен пострадать – в них он увидит всю важную информацию, всю суть новости.

Принцип «Перевернутой пирамиды»



3. Язык пресс-релиза

Живой и понятный даже первокласснику (отсутствие сложных предложений, перегруженных причастными и деепричастными оборотами – идеал).

Новость – какая она?

Оценка новости – одна из самых сложных сторон повседневной практики журналиста. Критика отдельных решений, принятых той или иной редакцией при отборе новостей, нередко вполне оправдана. Ниже я попытался выделить ряд критериев, которыми можно руководствоваться в работе.

Итак, новость должна быть:

Свежей. Чем актуальнее новость, тем выше ее ценность. Чем больше времени проходит с момента события, тем меньше интерес к нему у аудитории. Даже не очень важная новость может затмить главную новость программы, если она освещает событие, произошедшее незадолго до дедлайна (крайнего срока сдачи материала в номер, выхода радио - или телепрограммы в эфир). Однако, как правило, уже в следующем выпуске новостей она «блекнет», поскольку становится менее актуальной, и перемещается на второстепенную позицию.

Ранее неизвестной. Рассказ о явлении, незнакомом широкому кругу людей, – это, вне всякого сомнения, новость, даже если событие произошло некоторое время тому назад. Исходя из этого критерия при оценке материала, можно признать новостью и относительно давние события и явления, при условии, что они или обстоятельства вокруг них неизвестны широкой общественности.

Близкой аудитории. То, что близко нам в географическом или культурном отношении, всегда предоставляет больший интерес, чем происходящее где-то за тридевять земель. Ценность новости уменьшается пропорционально росту расстояния от аудитории до места события. Для индийского радиослушателя сообщение о крушении поезда недалеко от Калькутты, в котором погибло двадцать человек, более значимо, чем новость о гибели пассажирского парома в Балтийском море – трагедии, повлекшей сотни жертв.

Необычной. Сообщение о крушении самолета – новость, а информация о том, что самолет прилетел нет. Рассказ, о чело - веке, укусившем собаку, более привлекателен, чем сообщение о человеке, укушенном собакой. Необычные, редкие, удивительные события могут стать хорошими новостями, имеющими некую развлекательную ценность, даже если учесть тот факт, что понятие «новость», как таковое, ничего общего с развлечением не имеет.

«Застойной». Нередко мы слепо фиксируем внимание на различных изменениях в окружающем нас мире, забывая о том, что статичность (неизменяемость) или застой, тоже может быть важной новостью. Завод или муниципальное очистное сооружение, год за годом продолжающее сбрасывать ядовитые отходы в водоемы, – новость, актуальность которой не уменьшается до тех пор, пока нарушения не прекратятся. Не принятые во внимание властями

и руководство учреждения результаты проведенной комиссии – факт, достойный огласки.

Персонафицированной. Рассказ об интересной, неординарной личности намного увлекательнее, чем о скучном и обычном человеке. Все хорошо знают, что публичные люди представляют больший интерес, чем никому не известные. Но совсем не обязательно, чтобы так было во веки веков. Ищите новые яркие личности!

Увлекательной. Новость должна вызывать интерес у тех, кому она предназначена. Событие, растянувшееся во времени, может быть описано по мере получения новых данных для того, чтобы у аудитории была возможность шаг за шагом следить за развитием сюжета. Новость, исход которой неизвестен до кульминационного момента развязки, журналисты определяют как cliffhanger (неожиданный поворот в развитии сюжета/повествования).

ШПАРГАЛКА ДЛЯ ЮНОГО ЖУРНАЛИСТА

Вы размышляете над тем, как стать журналистом?.. Есть несколько способов, и это не так уж сложно. Но сначала нужно хорошенько подумать, как вы себе представляете эту профессию и насколько ваши ожидания соответствуют реальным будням представителя четвертой власти.

Нужно будет много писать. Каждый день. Особенно это касается газетчиков или журналистов онлайн-изданий. Кроме того, писать надо будет быстро. Независимо от того, в каком вы настроении, нравится вам тема или нет. Болит голова или зуб, не успел поесть с утра - пиши, редактор ждет твой материал, дедлайн приближается.

Чтобы быть эффективным журналистом, нужно иметь несколько качеств:

Писательский талант. Желательно. Но даже если нет — до определенной степени его можно развить методичным трудом, а с практикой приходит и мастерство. Кстати, если талант есть, все равно придется много трудиться над ним.

Умение работать с информацией. Нужно быстро обрабатывать большие объемы данных, уметь выделить главное и донести это до читателя, даже если пишешь на такую тему впервые.

Коммуникативные навыки. Журналистика – профессия социальная, и неумение общаться здесь является серьезным противопоказанием.

Грамотность. Журналист должен уметь красиво, ясно и точно подавать информацию, а для этого определенный уровень грамотности необходим.

Участвуйте в конкурсах юных журналистов. Конкурс может стать хорошим трамплином для того, чтобы стать широко известным в узких кругах, то есть, привлечь внимание профессионалов, из которых наверняка будет состоять жюри. Нужно просто хорошо, с воодушевлением написать свою работу, интересная статья, скорее всего, не пройдет незамеченной, даже если не победит в конкурсе

О ЧЕМ ПИСАТЬ?

Где взять тему для материалов? Темы вокруг нас. Но часто молодые журналисты не представляют, о чем можно написать в газету. А написать можно практически обо всем. О том, например, как школьники учатся, как занимаются спортом, о любимом кружке, о своем 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? Молодым людям хочется получить ответ не от взрослых, а именно от своих сверстников, сравнить собственный взгляд на проблему с мнением ровесников. 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 молодежной жизни, привлекайте к дискуссии читателей, печатайте студенческую 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, посвященную какой-либо проблеме и т.д.

10 СОВЕТОВ НАЧИНАЮЩИМ ЖУРНАЛИСТАМ

Вы можете проделать массу работы, собирая информацию и приводя ее в адекватный вид. Но все ваши труды пойдут коту под хвост, если вы подадите эту информацию так, что никто ее и читать не захочет. Следуя этим небольшим советам, вы сможете создать текст, который заинтересует читателя и сделает само чтение приятным для него.

Пишите хороший лид

Лид — это вступление к статье, которое должно завлечь потенциального читателя и превратить его в реального. От лида зависит успех вашего труда. Напишите отличное вступление — ваша статья будет иметь успех. Напишите скучный лид — вся ваша работа окажется бесполезной. Первый абзац статьи должен кратко рассказывать, о чем дальше пойдет речь. Лид не должен содержать в себе больше, чем 35-40 слов и должен быть достаточно интересным, чтобы читатель захотел прочесть и остальной текст.

Пишите кратко

Особенно, если вы пишете новостную статью. Старайтесь как можно лучше раскрыть ситуацию, используя как можно меньшее количество слов. Информационные статьи, конечно, требуют больших подробностей, но и здесь не стоит уподобляться русским классикам и тратить несколько абзацев на то, что можно описать парой предложений.

Структурируйте текст правильно

Пользуйтесь моделью перевернутой пирамиды. Раскрывайте все самое главное в начале статьи и заканчивайте ее самой незначительной информацией. Это может вам показаться странным, но, поверьте, этот метод работает. Большинство людей «сканируют» текст, читая лишь начало абзаца. Помещая самое важное в конец статьи, вы рискуете оставить эту часть информации без внимания читателей.

Налаживайте контакты

Контакты — наше все. Ни в одной сфере деятельности вы не сможете добиться потрясающих успехов, если у вас нет нужных знакомств. В журналистике же знакомства дают не только возможность продвинуться по карьерной лестнице, но и информацию и идеи для статей.

Всегда будьте наготове

Если журналистика — это то, чем вы зарабатываете себе на жизнь, то вы должны постоянно иметь при себе что-то, чем писать, и что-то, на чем писать. Если вы отправляетесь на какое-то мероприятие, как журналист, то продумайте вашу одежду. Она должна подходить к случаю. Не стоит надевать модные туфли, зная, что вам возможно придется ходить по грязи. В первую очередь вы должны быть в состоянии взять интервью или осветить событие, а не стараться быть иконой стиля.

Продумывайте текст

Если вы понимаете структуру своей статьи, то она напишется сама по себе. Создайте текст в своей голове, а уже потом переносите его на бумагу или в текстовый редактор. Если вы не знаете, с чего начать, то представьте, что пишете своему другу письмо, в котором вы рассказываете свою историю. Этот прием поможет вам найти слова для лида.

Проверяйте текст

Серьезно, проверяйте написанный текст с дотошностью перфекциониста. Проверяйте грамматику, пунктуацию, логичность предложений и их связь между собой, цитаты, которые вы используете, пробелы между словами и так далее. Чистый и правильный текст — это ваша цель.

Практика

Будучи начинающим журналистом, вы должны хвататься буквально за любую возможность написать что-либо. Пишите для местных газет, работайте на фрилансе, пишите текст для своих знакомых. В целом, практикуйтесь как можно больше. Можете создать свой блог и писать там обо всем, что вам интересно. Вы должны выработать свой стиль и «набить руку».

Не ограничивайтесь одним источником

Используя несколько источников, вы сможете не только подробнее раскрыть тему, но и убедиться в том, что информация, которую вы подаете в своей статье — правдива. Написать статью, основываясь на изначально ложных

фактах, — это худшее, что может сделать журналист. Потратив силы понапрасну, вы еще и ощутите на себе всеобщее негодование.

Проверяйте имена

Особенно это касается имен и фамилий иностранцев. Проверьте сто раз, правильно ли вы написали имя человека. К счастью, гугл предоставляет нам шанс не ошибиться в написании имен. К примеру, несмотря на написание фамилии Bullock на английском языке, фамилия Сандры, все таки, Буллок, а не Баллок.

Десять вопросов самому себе, ответы на которые необходимы при написании статей

1. Есть ли ясное представление, о чем эта статья и что в ней должен найти читатель?
2. Написана ли статья просто и ясно.
3. Может ли обычный читатель понять, что сказано в каждом предложении и в каждом абзаце?
4. Есть ли логическая связь между предложениями и абзацами?
5. Достаточно ли статья отличается от других статей на ту же тему, конкретно ли ее содержание?
6. Остались ли в ней неподкрепленные доказательством тезисы?
7. Есть ли в ней не относящиеся к теме рассуждения (словесные дебри)?
8. Есть ли в ней тезисы настолько очевидные, что являются излишними?
9. Представляет ли статья информацию, знакомую большинству читателей, или предлагает что-то свежее?
10. Можно ли усилить статью любым другим способом?

Три секрета интервью

Во-первых, залог успешного интервью – искренний интерес к теме разговора и к человеку, которому вы решили задать вопросы. Подумайте о своем собеседнике, как говорится, настройтесь на его волну, и вы сразу же расположите его к себе.

Во-вторых, готовьтесь заранее, составляйте список вопросов, тестируйте на знакомых и родных, но не идите брать интервью, если вы даже не представляете, о чем говорить. Надеяться на знаменитый «авось» здесь не следует.

В-третьих, на последнем этапе отправьте подготовленный материал интервьюируемому. Пусть он внесет последние дополнения, после чего работу можно будет публиковать.

10 правил для журналистов на пресс-конференции

Журналист на пресс-конференции. Как он должен себя вести? На что необходимо обращать внимание? Как сохранить свою позицию и осветить

мероприятие объективно? На эти и другие вопросы вы можете получить ответ, просмотрев список правил поведения журналистов на пресс-конференции.

Собрать основную, краткую информацию по теме до *конференции*.

Вечные вопросы к себе: Почему, с какими намерениями они проводят конференцию? Почему они это сказали? Что умалчивают? В чем меня собираются убедить?

Для них я лишь инструмент. Нужно быть начеку, не поддаваться лести.

У кого бы потом оперативно справиться по этой теме?

Спрашивать, подлавливать.

Вскрыть несогласованность фактов, излагаемых докладчиками, неинформированность, найти противоречия в высказываниях.

Сравнить нынешнюю фактуру с ранее опубликованной или высказанной точкой зрения.

Четко подготовиться к письму: аудиозапись, снимки, документы.

Различать видимость и действительность. Не позволить себя ослепить. Быть смелым в вопросах.

Остаться независимым.

ИЗ КОГО СОСТОИТ РЕДАКЦИЯ?

Создание редакции и ее состав

Чтобы 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 молодых журналистов.

Сколько должно быть молодых журналистов? Это зависит от структуры редакции. Можно построить работу как в настоящих редакциях, организовать отделы: например, отдел студенческой жизни, отдел спорта, отдел информации, отдел творчества...

Кто и что делает в редакции?

Редактор – самый главный человек. Его основная обязанность – любыми судьбами сделать так, чтобы газета выходила вовремя и ее интересно было читать. Редактор отвечает за все и всех отвечает, 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.

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 выделяют, 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.

Корреспонденты – те, кто собирает информацию, обрабатывает ее 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.

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

Верстальщик – осуществляет верстку газеты, занимается макетированием.

Дизайнер – разрабатывает дизайн выпуска, обложку газеты, создает иллюстрации к текстам, разрабатывает новые стили и варианты оформления газеты и т.д. Хорошо бы ему уметь работать в графических программах издания и его выпуском.

Такой состав редакции может быть в вашем пресс-центре.

«ПРИДИРКИ» К ШКОЛЬНЫМ ГАЗЕТАМ

1. Отсутствие анонсов.
2. Несоответствие фото и заголовков содержанию статей.
3. Много взято из Интернета.
4. Отсутствие актуальных и проблемных материалов.
5. Слишком большие, трудночитаемые статьи.
6. Маложанровость.
7. Отсутствие постоянных рубрик.
8. Много статей, написанных взрослыми.
9. Сухое или безличное изложение материала.
10. Длинные нечитабельные цитаты.
11. Штампы в названиях материалов.
12. Размещение в газете отчетов и пресс-релизов.
13. Обилие цифр в одном материале. Если цифры необходимы, то делайте инфографику или отдельные тексты.
14. Непонятная периодичность издания. Ответственность, осознание ребятами того, что газета - это периодическое средство массовой информации, которое должно выходить в строго установленный срок. У многих юных журналистов не всегда получается следовать главному принципу выпуска газеты - оперативности. Поэтому некоторые материалы нужно готовить впрок и иметь про запас.
15. Не указан тираж, отсутствует полная информация о редколлегии.
16. Нет веселых материалов из жизни школы. Перепечатка анекдотов.
17. Отсутствие обратной связи с читателями.
18. Подражание в тематике, стиле и форме подачи материала популярным изданиям для взрослых. Как известно, копия всегда хуже оригинала. Начиная автор вольно или невольно ориентируется на некие авторитеты, и в данном случае важно чувство меры в выборе и степени следования образцам.
19. "Желтизна". В газете недопустимо выяснение личных отношений. Должны

существовать неписанные законы, запрещающие публиковать клевету, сплетни, непроверенную и сомнительную информацию. Умело и корректно следует писать детям о взрослых: без вторжения в их личную жизнь, без резкой и неконструктивной критики.

20. Материалы не представляют тему в новом свете.

21. Ошибки и опечатки.

22. Слабый дизайн и верстка.

23. Первая полоса издания (качественный логотип, слоган, крупная фотография, главная новость).

24. Отсутствие «гвоздевого» материала.

25. Отсутствие колонтитулов.

26. Некачественные фотографии.

27. Большие пробелы в абзацах.

28. Мелкий или очень крупный шрифт.

29. Неоперативное освещение событий.

30. Использование в заголовке одного или нескольких малоизвестных слов.

31. Использование в материале неизвестных аббревиатур.

32. Отсылки на события, неизвестные широкой публике.

33. Оскорбление через газету.

34. Делать ссылки на используемые данные и материалы.

35. Черно-белый вариант.

36. Отсутствие колонки редактора.

КАК ПИСАТЬ ДЛЯ НОВОСТЕЙ

Каждый человек способен написать новость за 10-15 минут.

Новостью является актуальная, общественно значимая информация, которую вы узнали из собственных источников информации, раньше, чем другие журналисты.

Главное в новости — **ФАКТ**, о котором в настоящий момент знаете только Вы и Вы можете первым рассказать о нем.

Старайтесь уместить новость в трех предложениях.

Человек, пишущий новость, должен задать себе следующие вопросы:

Кто — Who

Что — What

Когда — When

Где — Where

Почему — Why

Как — How

Формула написания «жестких» новостей

Что произошло?

Где это произошло?

Когда это произошло?

Кто стал участником этого события?

Как это происходило?

Почему это произошло?

Что означает данное событие?

Если вы найдете ответы на все эти вопросы, значит, вы написали новость. Это ответы на шесть «краеугольных вопросов журналистики». Журналисты должны стремиться ответить на них даже в самой коротенькой информации.

На английском языке пять из шести вопросов начинаются на букву W и один на букву H. Поэтому на профессиональном жаргоне журналистов они называются «Пять W и один H». Ввел в журналистский обиход эти вопросы Редьярд Киплинг.

Шестерка бравых слуг моих
Заткнет за пояс сто.
Зовут их «Как» и «Почему»,
«Где», «Кто», «Когда» и «Что».
I keep six honest serving-men
(They taught me all I knew);
Their names are What and Why, and When,
And How, and Where, and Who.

У новости должен быть **заголовок** — цепляющий, яркий, интересный, игровой, конкретный.

Первая строка («TopLine»)

Первая строка вашего материала должна «продавать» данную новость слушателю.

Она должна быть короткой и «ударной» («попадать в десятку»).

Ваш слушатель должен быть способен понять то, о чем вы рассказали в новости. Он должен захотеть дослушать новость до конца, чтобы узнать больше.

В случае с местными новостями, а также в случае с российскими или международными новостями, поданными в «местном» ракурсе, «TopLine» должна содержать название данного населенного пункта, города, области. Например: Шахтеры N (название населенного пункта) заблокировали ту часть железной дороги, которая проходит через город.

У новости должен быть «лид» — первый абзац, в котором коротко (2-3 предложения, в каждом предложении 11-15 слов) изложена главная мысль сообщения.

До того как начать писать статью, нужно еще понять, какова будет ее структура, в какой последовательности будут изложены события, и многое другое. Однако главное — определить, как мы начнем статью. Для начала подумаем, есть ли в нашем в репортерском блокноте ответы на шесть вопросов. Если все ясно и ответы есть, можно начинать писать. И начнем мы с того, как начинать информацию, то есть как писать лид.

Лид

Начало статьи называется лид. Лид — простое, ясное высказывание, состоящее из первого предложения или первых двух предложений. Задача лида

— привлечь внимание читателя, заставить его читать статью. Как правило, для этого ему сообщают, что его ждет впереди, о чем статья. Начало статьи чрезвычайно важно с точки зрения ремесла журналиста.

Для новостных, информационных материалов рекомендуется так называемый прямой лид, то есть лид, непосредственно вводящий в суть события. В идеале лид должен отвечать если не на все шесть вопросов, то хотя бы на большую их часть.

Лид, отвечающий на все шесть вопросов:

Леди Годива (КТО) вчера (КОГДА) проехала на лошади (ЧТО) обнаженной (КАК) по улицам Ковентри (ГДЕ), требуя снижения налогов (ПОЧЕМУ).

Бывает так, что неопытный журналист, пытаясь втиснуть ответы на все вопросы в одно предложение, перегружает его, делает слишком длинным и неудобоваримым. Поэтому мы примем следующую формулу: статья по возможности должна содержать ответы на все шесть вопросов, и мы должны стремиться дать ответы на них как можно быстрее, желательно в лиде. Хорошо бы, написав статью, перечитать ее, проверяя, на все ли вопросы вы ответили.

КАК СТРОИТЬ ЛИД

После того как мы выбрали резюмирующий лид как наиболее подходящий для написания новостей, посмотрим, как его писать.

Сначала нужно понять, какой именно из шести вопросов мы собираемся выделить в статье, какой из них главный. В соответствии с этим у нас будет шесть типов лида — кто, что, когда, где, почему, как. С ответа на главный вопрос и будет начинаться лид и, следовательно, вся статья.

КТО

В этом случае на первое место выводится личность. Обычно это знаменитость — руководитель государства, известный политический деятель.

«Президент Азербайджана Гейдар Алиев прибыл в четверг в Москву для участия в юбилейной встрече глав государств СНГ».

ЧТО

Этот лид подходит для тех случаев, когда событие важнее, чем персоналии.

Обратите внимание, что на первом месте в этом лиде стоит то, что было сделано. Именно поэтому мы и называем его лидом что.

«Переход границы бен Ладену организовала оппозиционная Тегерану этническая группировка, которая и предоставила ему убежище».

КОГДА

В постсоветской журналистике этот лид — один из самых популярных. Принято начинать информацию со слов «сегодня» или, скажем, «14-16 октября». Такой лид должен означать, что главным в информации является ее срочность, быстрота подачи новости. Однако нужно осторожно относиться к лидам когда, ибо получается, что когда статья начинается со слов «в

ближайшее время» или «в прошлом году», именно это является основным, главным в статье.

«Несколько минут назад в Кремле завершилась встреча президентов России и Армении Владимира Путина и Роберта Кочаряна».

В приведенном примере ясно, что важным является именно время завершения встречи, а не то, как она прошла или что было решено.

ГДЕ

Этот тип лида фокусирует наше внимание на месте события.

«В Нью-Йорке горит кафедральный собор Святого Иоанна-чудотворца — крупнейший католический собор в США. В настоящее время на месте работают около 200 пожарных и 48 единиц техники».

ПОЧЕМУ

Лид почему употребляется в тех случаях, когда подчеркиваются мотивы события или причины, по которым данное событие имело место.

«Несмотря на неблагоприятные погодные условия и жесткий дефицит воды, в Узбекистане выращен неплохой урожай хлопка».

Здесь наиболее важной частью сообщения являются именно неблагоприятные погодные условия. Поэтому они и выведены в начало информации.

КАК

«После нескольких дней обсуждений и дискуссий избран председатель парламента Грузии. Высший законодательный орган страны возглавила НиноБурджанадзе, являвшаяся до сегодняшнего дня председателем парламентского комитета по внешним отношениям».

Как видим, здесь важно, как проходили обсуждения кандидатур спикера парламента.

И наконец...

Бывает, что журналист, обладая прекрасной информацией, не знает, с чего начать материал, что выделить как самое главное, как взяться за лид. Это чувство знакомо многим. Для того чтобы его преодолеть, применяется следующее упражнение: нужно представить себе, что вы обладаете сенсационной новостью, которую спешите сообщить домашним. Вы вбегаете в дом и сразу кричите ... Вот то, что вы выкрикнули, и будет тем самым лидом, с которого следует начинать информацию, который привлечет внимание читателя.

Несколько советов,

или Чего НЕ стоит делать при написании лидов

Избегайте лидов, в которых говорится об уже известном или общеизвестном.

Избегайте слов и словосочетаний: «снова», «продолжается», «как мы уже сообщали», «известно, что...».

Не используйте в лиде новостного сообщения имена неизвестных людей без указания, кто они такие. Вводите их в текст, указывая, например, их должности.

Избегайте лидов, указывающих читателям, как реагировать на происшедшее: «Печальная история случилась...» или «Радостные вести пришли...».

Таким образом, после того как мы научились писать лид, знаем, что можно делать и чего лучше избегать, пора переходить к собственно статье.

У каждой новости должен быть АВТОР. А каждый автор имеет право на авторскую точку зрения и даже на авторский стиль изложения.

Авторская новость может быть похожа на многие привычные нам вещи:
— на пост в блоге, например, в ЖЖ;
— на сообщение в ICQ или в электронной почте;
— на SMS-ку.

Остальной текст новости

Новость должна быть выстроена с точки зрения логики. У нее должно быть начало, середина и конец. Вы рассказываете сказку. «TopLine» должна сразу захватить внимание аудитории, а вторая строка должна содержать дополнительные детали, поясняющие данную новость.

Например: Они оказывают поддержку тем своим коллегам, которые надеются на то, что блокирование железнодорожного сообщения заставит их руководство согласиться с их требованиями об увеличении заработной платы.

И, наконец, последняя строка завершает новость. Можно сделать какой-либо вывод и (или) сказать о последствиях данного события.

Например: Сегодня идет 10 день с тех пор, как забастовщики блокируют работу железных дорог страны (вывод), вынуждая тысячи людей прибегать к альтернативным средствам передвижения (последствия).

Таким образом, необходимый навык заключается в том, чтобы суммировать вашу информацию, изложив факты в порядке убывания их важности и в рамках того времени (объема), которым вы располагаете, а все, что не войдет, «оставить за скобками».

Проверьте правильность изложения фактов!

Прочитайте то, что вы написали, но при этом не читайте последнее предложение. Вы все равно поняли бы, о чем идет речь, даже если бы никогда не слышали о данной новости раньше? Прочитайте ее еще раз, не читая два последних предложения. Все равно все понятно? Если ответом на оба эти вопроса было «Да», то, возможно, вы написали хорошо.

Пишем новость

Минутку, минутку ... До того как писать, журналист должен понять, о чем он пишет, то есть собрать информацию.

Что такое факт

Писать новости — значит описывать факты. «Новости — это ФАКТЫ — ФАКТЫ — повторяю — ФАКТЫ. И не МНЕНИЯ. Не предположения. Держитесь от этого подальше». И правда, для мнений, анализов,

предположений и комментариев есть другие жанры, то есть иные роли в журналистике — обозревателей, аналитиков или комментаторов.

Обычно новости пишут молодые репортеры. С возрастом они переходят из одной журналистской «весовой категории» в другую. Многие начинающие репортеры полагают, что читающая публика ждет не дождется, когда они — эти репортеры — поведают ей — читательской публике, что они (молодые, не имеющие жизненного и журналистского опыта) думают по всем вопросам современности, от политической ситуации в стране до проблем образования или театрального искусства.

Так не бывает. Читатели ждут в первую очередь фактов. И первой заповедью репортера должно стать:

Факты важнее комментариев.

Функция репортеров — быть глазами и ушами читателей, а не их мозгами. Дайте читателям факты, а выводы они сделают сами. Давая читателям возможность делать выводы, мы подчеркиваем свое уважение к ним. Они же, в свою очередь, платят нам доверием.

Но знаем ли мы, что такое факт? Как можем мы судить о происшествии, если не были его непосредственными свидетелями? Институт освещения войны и мира (IWPR) предлагает пользоваться правилом «двух источников»:

«Золотое правило»: чтобы подтвердить любую информацию, нужно использовать два независимых друг от друга источника. «Независимые друг от друга» значит, что:

источник А получил свою информацию не от источника В;

источники А и В не получили информацию из рук одного и того же источника С.

Убедитесь в том, что и А, и В — первоисточники, и не считайте что-то «фактом», пока это не подтверждено двумя независимыми источниками.

Компоновка статьи

Традиционный способ изложения материала похож на пирамиду. Суть пирамиды в том, что самая свежая, самая важная информация расположена «вверху», затем следуют менее значительные и интересные факты. Такая структура, как правило, наиболее удобна для читателя. Он быстро схватывает главное, может прервать чтение в любом месте, не упустив ключевых пунктов.

Но если делать единственным критерием структуризации материалов значимость фактов, хронологическая последовательность может быть нарушена. Взаимоотношения между различными частями статьи станут неясными. Поэтому в сложных материалах метод пирамиды является для журналиста суровой проверкой на мастерство.

Внутри пирамиды поток информации может принимать множество форм. Оптимальной, пожалуй, будет следующая. Статья, построенная таким образом, предполагает, что самая важная информация расположена в начале материала, и чем дальше к концу, тем менее значимо то, что написано. Такая структура имеет ряд преимуществ. Во-первых, когда бы читатель ни бросил чтение, он

всегда уже прочел самую важную информацию. Все, что следует далее, менее важно, чем то, что уже было изложено. Во-вторых, она помогает писать. Достаточно распределить информацию по значимости, как статья уже готова. В-третьих, журналист заканчивает статью там, где кончается наименее значимая информация. Это очень удобно, когда статья должна идти в номер, а времени для работы над структурой материала нет. И, наконец, пирамида хороша для редактора, который может, не вчитываясь в текст, просто отсечь лишние куски, не влезавшие на страницу, твердо зная, что они окажутся в конце. И статья от этого почти не пострадает.

Принцип пирамиды можно еще сравнить с популярным во всем мире кофе-капучино. Назовем его «принцип капучино». Он заключается в том, что в первых трех-четырех предложениях или абзацах дается основная информация. Она сравнима с вкусной пенкой на кофе-капучино. Собственно кофе начинается после пенки. То есть информация, которая в конденсированном виде давалась в начале текста, далее дается подробно, раскрывается, дополняется цитатами и новыми подробностями. Этот принцип особенно хорош в интернетной журналистике, когда читатель видит на экране лишь первые, «верхние» несколько абзацев текста. Эти абзацы должны заинтересовать читателя, заставить его читать дальше.

Вот начало статьи, написанной по этому принципу:

Виктория Бекхэм — популярная певица и жена футболиста Дэвида Бекхэма — заявила, что за всю свою жизнь не прочитала ни одной книги. И она в этом не одинока — 20% британцев говорят, что книги не для них. «Я не прочитала ни одной книжки за всю свою жизнь, — призналась бывшая участница группы «Спайс герлз» испанскому журналисту. — У меня на это просто нет времени. Я предпочитаю слушать музыку и очень люблю просматривать журналы мод». Таких, как Виктория, не так уж мало. На каждых четырех британцев, следящих за книжными новинками, приходится один, который книг в руки не берет.

Согласно исследованию Государственного статистического управления, проведенному по заказу Национальной кампании содействия чтению в 2001 году, четверть взрослого населения не прочитала за последний год ни одной книги. А среди мужчин в возрасте от 16 до 24 лет таких почти половина.

И это несмотря на то, что в Великобритании за пять лет до 2004 года резко вырос объем книжных продаж — до 19%.

В первом абзаце здесь дана основная часть информации. И если у читателя нет времени или желания продолжать чтение, то это, в принципе, и не нужно — главное он уже прочел. Но если первый абзац заинтересовал его (а абзац этот можно выделить полужирным шрифтом, чтобы он еще больше бросался в глаза), то он будет читать дальше. И прочтет цитату, где Виктория Бекхэм сама говорит, что не читает книг. Следующие три абзаца дают общий контекст. Статья продолжается и далее, детали становятся все мельче.

Правило «двух источников»

Первый пример

Ситуация: В городе N произошли массовые беспорядки, и представитель Министерства внутренних дел сообщает вам, что полиция была обстреляна из рядов демонстрантов, в результате чего один полицейский был серьезно ранен. Один из полицейских, принимавших участие в этих событиях, подтверждает эту информацию.

Факт ли это? Подумаем вместе!

Проблема: Несколько сомнительным представляется то, что два представителя одной противостоящей стороны подтверждают нечто. Откуда мы знаем, не этот ли самый полицейский предоставил МВД эту информацию? Откуда мы знаем, не спланирована ли вся ситуация полицией для того, чтобы беспрепятственно подавить сопротивление?

Что же делать?

Поехать в город N и поговорить с очевидцами.

Созвониться со своими источниками в этом городе и обратиться к свидетелям событий.

Обзвонить местные больницы, выяснить, не обращался ли к ним полицейский с ранением (таким образом можно выяснить, была ли стрельба).

Побывать на месте преступления, поговорить с людьми (жителями близлежащих домов, например).

Выйти на участников демонстрации, выслушать их версию событий.

Второй пример

Ситуация: Один из задержанных в Казахстане членов организации Хизбут-Тахрир сообщил вам в интервью о том, что полицейские угрожали его убить, когда тот находился под арестом. Один из негосударственных телевизионных каналов также сообщил о том, что полиция угрожала смертью этому человеку в то время, когда он находился за решеткой.

Факт ли это? Подумаем вместе!

Проблема: Негосударственный телевизионный канал по определению является вторичным источником, который не может быть использован вами как один из «двух источников». Возможно, их информация также зиждется на показаниях члена Хизбут-Тахрир.

Решение:

Поговорить с представителями полиции.

Поговорить с отдельными полицейскими: может быть, кто-то из них готов анонимно подтвердить эту информацию?

Поговорить с другими членами Хизбут-Тахрир, если у вас есть такая возможность.

Как часто бывают такие случаи? (Подобная информация может и не служить подтверждением истинности данного конкретного случая, однако выявит тенденцию.)

А если вы все-таки не можете получить информацию от первоисточника?

Не говорите «это случилось», но — «Х утверждает, что случилось ...».

Не говорите, что «Х совершил У», а — «источник А сообщил, что Х совершил У».

Собираем информацию

Для журналистики недостаточно просто сообщить новость — это будет похоже скорее на базарную сплетню. Профессионально поданная информация предполагает еще что-то.

Рассмотрим пример:

«Начальник полиции Баку Магеррам Алиев подал в суд на редактора оппозиционной газеты «Хурриет» Айдына Гулиева по обвинению в клевете на полицию». (Сообщение Центра экстремальной журналистики Союза журналистов России).

Прочитав эту информацию, читатель подумает: «Ну и что?» И будет прав. Для того чтобы стать новостью, ей многого не хватает. Если такой текст принесут в редакцию газеты, опытный редактор сразу задаст следующие вопросы:

— Когда он подал в суд?

— Почему он подал в суд, то есть какая именно статья, опубликованная в газете, вызвала гнев начальника полиции?

— Что сказал начальник полиции по этому поводу?

— Что сказал редактор?

Именно в изложении ответов на эти вопросы и состоит информация. А если репортер добавит, сколько исков было подано против прессы за последнее время и сколько из них выиграно истцами, то картина для читателя сразу станет ясной: он увидит коллизию и возможное ее развитие.

ПАМЯТКА

- ✓ Информационный повод материала актуален и важен для нашей целевой аудитории.
- ✓ Самое главное в новости вынесено в заголовок, подзаголовок и первый абзац, там есть ответы на вопросы – кто? что? где? когда? почему? и как?
- ✓ Текст написан легко и доступно, нет клише, сложных конструкций и канцеляризмов.
- ✓ В первом абзаце новости указан источник информации.
- ✓ Все цифры, названия, имена, фамилии, должности сверены, цитаты по запросу спикеров согласованы, номера телефонов и ссылки протестированы.
- ✓ Цитаты не «пустые», несут смысловую нагрузку.
- ✓ Мы дали высказаться всем сторонам, если в материале есть конфликт интересов.
- ✓ Все выводы вложены в уста спикеров, **в тексте нет авторских мыслей.**
- ✓ Справка на месте: мы не забыли еще раз вернуть читателя к истокам, если это новые подробности истории.
- ✓ Ни один из заголовков, подзаголовков и первый абзац не начинаются с цифры.

- ✓ Заголовки и подзаголовки написаны без точек в конце.
- ✓ Заголовок для интервью начинается с имени и фамилии спикера, далее – цитата без кавычек после двоеточия. Например, Иван Иванов: В области не хватает тракторов.
- ✓ У текста есть сочные подзаголовки (для не новостных текстов более 3000 знаков).
- ✓ Первый абзац новости начинается с метки – Город, Дата. DON24.RU. Например, Таганрог, 27 ноября. DON24.RU*
- ✓ Спикеры представлены в первом абзаце, все персоны указаны следующим образом - Имя, Фамилия, должность.
- ✓ Везде (кроме метки) don24 написано строчными, «ДОН-МЕДИА» – прописными буквами, название газеты – «Молот», сайт – molotro.ru.
- ✓ Все цифры до десяти в тексте (кроме метки) пишутся буквами, от десяти и выше – цифрами.
- ✓ Проценты и наименования валют везде кроме заголовков обозначены специальным символами – %, \$ и так далее.
- ✓ Иностранные названия написаны латиницей без кавычек (если в названии нет цифр).
- ✓ Марки и модели иностранных моделей авто, техники – латиницей.
- ✓ Время написано через точку – 17.25.
- ✓ Кавычки проставлены символами «» и никакими другими.
- ✓ Числительные не наращены. «20-ти котов не хватает независимой женщине для....» – неправильно. Верно «20 котов не хватает независимой женщине для....». Нарращиваем только количественные числительные – например, «21-й день рождения».
- ✓ Сокращения: км, см, млн и млрд – без точки, тыс. и руб. – с точками.
- ✓ Годы не сокращены: в 2003 году, в 2001–2010 годах.
- ✓ Примечание редакции оформлено следующий образом: Путин сказал, что говорил с Медведевым (Дмитрий Медведев, премьер РФ. – Прим. ред.).
- ✓ В тексте нет восклицательных знаков и многоточий (исключение – цитаты, но только в крайней необходимости)
- ✓ Все мысли в тексте - выводы из фактов, либо вложены в чьи то уста. В тексте нет наших личных домыслов.
- ✓ Цитаты содержательны. Если смысл цитаты сложно понять, она переведена в косвенную речь.
- ✓ Все интересные цифры и цитаты продублированы в ФАКТ, СПРАВКА, ЦИТАТА и т.д.
- ✓ Проверьте еще раз, не стоит ли сделать инфорграфику?
- ✓ У нас есть оригинальная иллюстрация. Если ее нет, мы уверены, что сделали все, чтобы ее получить оперативно и в качественном виде.
- ✓ Если мы пишем про какой-то сайт или соц сеть, то «вшили» ссылку.
- ✓ Мы нигде не написали название бренда алкоголя, табака и медицинских препаратов.

ФОТО

- ✓ Все фото со съемки мы сразу залили сюда: <\\192.168.0.10\Obmen\РЕДАКЦИЯ\фотобанк>.
- ✓ Папку в фотобанке назвали «Год месяц день Фамилия автора Заголовок». Например, «2015 11 24 Савеленко Гена и Чебурашка».
- ✓ Отобранные фотографии (содержательные и в хорошем качестве) продублировали в [фотобанк](#) админки.
- ✓ При заливке фото в фотобанк в админке указали Имя и Фамилию автора, также описание фото и теги.
- ✓ Фото добавлено к готовому тексту, есть автор и описание к фото.
- ✓ Во время прикрепления фото к тексту мы его кадрировали.

Словарь терминов для начинающего журналиста

Агентство печати — организация, занимающаяся сбором информации, ее обработкой и снабжением ею газет, журналов, радио, телевидения, издательств, правительственных учреждений и др.

Аннотация — краткое изложение содержания книги, журнала, их характеристика и библиографическое описание.

Анонс — краткая информация лозунгового типа, объявляющая читателю о тексте, который редакция считает наиболее важным и интересным.

Вводка (лид) — лидер-абзац, небольшое вступление, объясняющее читателю газеты или журнала содержание или значение нижерасположенного материала.

Верстка — типографский процесс формирования полос (газет, книг, журналов) из гранок набора, линеек, заголовков и шапок, клише и пробельного материала; на телевидении — компоновка программы из ее элементов.

Выходные сведения — основные данные о печатном издании, которые обязательно публикуются в издании.

Газета — оперативное периодическое издание. В зависимости от типа и назначения газеты имеют разные сроки выхода, форматы и тиражи.

Жанр — исторически складывающийся тип произведения. Жанр есть конкретное единство особенных свойств формы в ее основных моментах — своеобразной композиции, образности, речи, ритме.

«Желтая» пресса — издания, специализирующиеся на сплетнях, скандалах, дешевой сенсации.

Журнал — периодическое издание, в котором основное место отводится не оперативной информации, как в газете, а литературно-публицистическим материалам.

Журналистика — деятельность по сбору, обработке и распространению информации с помощью средств массовой информации (печать, радио, телевидение, кино и др.); научная дисциплина «журналистика» возникла с созданием печати. Во второй половине XIX—начале XX в. появились фото- и киножурналистика, в 1920-1940-е гг. — радио- и тележурналистика.

Заголовок — вторичный источник информации, передающий содержание или идею произведения.

Заказ социальный — совокупность проблем, задач и целей, которые ставятся социальными субъектами различных уровней перед социологами-исследователями, практиками, консультантами, журналистами.

Заявление для СМИ — это PR-текст, объявляющий или объясняющий позицию базисного субъекта PR по какому-либо вопросу или реакцию на событие.

Идея — главная мысль произведения, имеет программный характер.

Издание — произведение печати, выпущенное определенным тиражом, в одинаковом оформлении и при полном тождестве содержания во всех экземплярах.

Издательская марка — знак, эмблема, символизирующая специфику данного издательства.

Интервью — целенаправленная беседа, цель которой — получить ответы на вопросы, предусмотренные программой социологического исследования, журналистский жанр (беседа).

Интернет — глобальная информационная сеть, объединяющая пользователей из различных организаций, учреждений и фирм, а также частных пользователей.

Информация — сведения, содержащиеся в конкретном высказывании, представляющие собой объект передачи, хранения, переработки, воспроизведения.

Колонка — столбец набора. Из колонок набора складываются полосы газет.

Корреспондент — постоянный сотрудник редакции, выступающий как автор и выполняющий поручения редакции. Корреспонденция — 1) почта, приходящая в редакцию; 2) один из аналитических жанров газеты. Корреспонденция сообщает, анализирует факты на конкретном материале в нешироком масштабе.

Макет — графический план верстки полос газеты.

Маркетинг — комплекс мероприятий по исследованию рынка, организации рекламы и сбыта изделий, соответствующих рыночным стандартам.

Массовая информация — тиражируемая во времени или пространстве и предназначенная для большого числа потребителей.

Массовая коммуникация — 1) процесс распространения социальной информации с помощью технических средств на численно большие и рассредоточенные аудитории (через печать, радио, телевидение, кино, звукозапись, видеозапись) с целью оказания идеологического, политического, экономического, психологического и организационного воздействия на оценки, мнения и поведение людей; 2) интерактивные двусторонние информационные потоки между субъектами коммуникации, служащие целям распространения социально значимой информации (о фактах, событиях, социальных, культурных ценностях) посредством различных технических средств на большие массовые аудитории.

Массовое издание — выпуск книги или брошюры для широкого круга читателей тиражом не менее 75 тыс. экземпляров.

Обзор — материал, призванный рецензировать газеты, журналы, книги, радио- и телевизионные передачи.

Опросы — метод сбора первичной информации с помощью обращения с вопросами к определенной группе.

Очерк — художественно-публицистический жанр, характеризующийся образным отражением действительности. В очерке обычно присутствуют конфликт, ярко выписанные эпизоды, напряженные диалоги, приметные детали, портреты людей.

Передовица — наиболее важный материал издания, размещенный на первой странице под шапкой (каждая страница может иметь свою передовицу или ведущий материал).

Периодическая печать — газеты, журналы, периодические сборники и бюллетени, т. е. издания, выпускаемые в определенные промежутки времени [отсюда синоним (устар.) — повременная печать]; одно из основных средств массовой информации.

Подзаголовок - вспомогательное заглавие, расположенное под основным.

Полоса — страница газеты, журнала.

Пресса — периодическая печать (газеты, журналы и т. д.).

Пресс-релизы — 1) информационные листки и бюллетени, предназначенные для СМИ; 2) основной жанр PR-текста, несущий предназначенную для прессы актуальную оперативную информацию о событии, касающемся базисного субъекта PR. Предмет — новое событие, услуга, продукт; управленческие изменения в организации (структурные преобразования в компаниях, связанные с банкротством, нарушениями, образованием новых представительств и филиалов); публичные выступления в СМИ ведущих специалистов компании, ее руководства.

Пресс-центр — служба информации, создаваемая из сотрудников органов управления, фирм, организаторов конференций, фестивалей, ярмарок и т.д.

Публикация — доведение информации до массового потребителя, в случае печатных источников — путем тиражирования.

Публицистика — общественно-политическая литература (статьи, очерки, фельетоны, памфлеты, обзоры и т. д.) на актуальные темы.

Редактор — лицо, осуществляющее проверку и правку авторского текста; руководитель редакции газеты, журнала, издательства.

Редакция (от лат. redactus — «приведенный в порядок») — 1) процесс обработки редактором авторского произведения для публикации (синоним — редактирование); 2) вариант текста литературного произведения, получившийся в результате его переработки автором или каким-либо другим лицом; 3) административная единица учреждений системы средств массовой

информации (печати, радиовещания, телевидения, кино), специализированная по отраслевому, тематическому или языковому принципу.

Репортаж — информационный газетно-журнальный (радио- и телевизионный) жанр, отличающийся динамичной, красочной передачей события, участником которого был сам автор.

Рецензия — литературно-художественный жанр, дающий оценку какому-либо произведению литературы, искусства. Виды рецензии: театральная, книжная, кинорецензия и т. д. Автор дает оценку локальному объекту (книга, фильм, спектакль).в каком-либо произведении, во времени и пространстве.

Таблоид (англ. tabloid) — бульварная газета или журнал, угождающие вкусам самой низкопробной публики. Публикует материалы, как правило, скандального содержания, связанных с личной жизнью известных людей. Для таблоидов характерно обилие фотографий.

Фельетон — сатирико-юмористический художественно-публицистический жанр, главная цель которого — высмеять отрицательное явление. Хроника — вид информации, короткое сообщение.

Цель — один из основных элементов поведения и сознательной деятельности человека, организации, коллектива, который характеризует мысленное предвосхищение результата деятельности.

PR-информация — тип социальной информации, которая производится в процессе деятельности базисного субъекта (фирмы, организации, персоны) и распространяется по его же инициативе, отражает в оптимизированном виде значимые факты деятельности данного субъекта, предназначена для определенного сегмента общественности и служит целям формирования коммуникативной среды данного социального субъекта.

PR-текст — разновидность текстов массовой коммуникации, отвечающих категориям «доступность», «лаконизм», «удобство восприятия», «эстетичность». PR-текст инициируется базисным субъектом, функционирует в пространстве публичных коммуникаций. Служит целям приращения публичного капитала базисного субъекта, адресован определенному сегменту общественности, обладает скрытым авторством; распространяется путем прямой рассылки, посредством личной доставки или через СМИ.