

# Специальное приложение к газете «Вот так!»

# Пресс-мастер



Ежегодно городской школьный пресс-центр выпускает приложение к газете «Вот так!» «Пресс-мастер». Это реальная помощь редколлегии школьной газеты. Это ответы на вопросы, которые возникают, когда группа ребят решает сделать хорошую газету. Пусть наш «Пресс-мастер» будет вашим добрым советчиком и другом. Удачи нам!

## Как, с чего начать?



Когда пресс-центр или редколлегия газеты сформирована, надо браться за дело. Не надо бояться, что вы чего-либо не знаете. Всем можно научиться. Знания придут в процессе работы.

Но, начиная выпуск газеты, необходимо усвоить несколько принципов журналистского творчества в детском учреждении:

1. Никогда не следует разделять газеты на массовые («КП», «АИФ» и т.д.) и малотиражные, стенные, рукописные. Любая газета — это средство влияния на

общественное мнение. Статистика определила, что 1 экз. массовой газеты читает 4-6 человек, при этом 1 номер стенгазеты читает гораздо больше народа.

2. Работа в редакции не должна быть обузой или обязанностью. Необходимо создать такую атмосферу в коллективе редакции, чтобы ребята стремились стать членами редколлегии. Для этого важны:

А) позиция хозяев, а не исполнителей воли взрослых;

Б) уважение мнения авторов, умение считаться с этим мнением;

В) поощрения, пусть небольшие, незатратные (поздравить в газете с днем рождения, похвалить за удачный материал при всем классе и т.д.)

Как вы думаете, когда становится интересно работать? Когда ребята увидят, что их журналистское творчество — не пустые слова, что их заметки могут повлиять на жизнь, улучшить ее, когда они почувствуют ответственность за происходящее в коллективе

Можно внести в создание газеты элемент игры, как это делает «Задняя парта», «Гоголь-моголь». Не все материалы подписываются подлинными фамилиями авторов, используются псевдонимы, пусть ребята погадают, кто бы мог такое написать

## Какой должна быть школьная газета?

Полезно в каждом номере давать острые проблемные материалы, заведомо спорные — т.н. «гвоздь» номера. Можно выпускать несколько газет, лучше альтернативных. Одна серьезная, другая — «бульварная»: слухов-то в школе полно, вот и обсудите, только не заденьте больно кого-то. Есть и свои сенсации — делайте на этом газету. Только не переборщите! Главное, чтобы газета была интересной!

Привлечь можно различными конкурсами с призами. Деньги на это можно найти за счет средств, полученных за распродажу газеты. Награждайте авторов лучших публикаций, верстальщиков, распространителей и т.д.)

Дети и взрослые в работе над газетой сотрудничают, а не противостоят. Основную работу должны делать дети, причем самостоятельно и по-настоящему, а не понарошку. Речь, словесно-логическое мышление, произвольное внимание, умение общаться — все это развивается в процессе работы над газетой. Роль взрослого — помочь ребенку раскрыться, выразить себя.

Газета должна выражать различные настроения коллектива, а не только его отдельной части, и, тем более, мнение руководства коллектива. Только тогда газета будет популярной, когда ей будут верить.

Конвенция о правах ребенка декларирует право ребенка на свободное

получение и распространение информации. Как ни странно, именно в детском коллективе можно достичь свободы мысли и свободы печати. В худшем случае тебя поругают в кабинете директора.

Газета — это проверка школы на демократизм. К

сожалению, сегодня можно говорить только об одной приближенной к демократической школе в нашем городе — лицее № 2. Там газета выходит 5 лет и 2-3 раза в месяц. Там газету знают и читают. И пишут в нее. Потому что там умный директор. Потому что правдивую газету иметь выгодно: лучше узнать о проблеме заранее, чем ждать конфликта.



## Как моделировать газету?

Чтобы выпускать газету в школе, вовсе не обязательно делать из ребят журналистов. Газета в коллективе — это прежде всего способ общения. А общаться, т.е. высказываться может каждый ребенок. Вовсе не от возраста журналиста зависят его профессиональные качества (Эренбург первую заметку опубликовал в 3 классе). Так что начинать работу надо не с подготовки кадров, а с разработки модели газеты.

Определитесь в главном: **как часто вы будете издавать газету?** От периодичности выхода зависит многое: как много ребят будет задействовано, сколько расходных материалов понадобится



(красок, кисточек, тонера, бумаги), график работы и т.д.

Здесь лучше придерживаться такого принципа: газета должна расти как живое существо. Лучше, если она выходит достаточно часто, но небольшого формата. Тогда она будет оперативной. Когда ей станет тесно от обилия материалов, она начнет расти.

### Как моделировать газету?

Модель газеты — это четко продуманная совокупность содержательных особенностей издания, выработанная на основе потребности читателя. Т.е. модель включает в себя систему рубрик, форму газеты и количество страниц, определяет основные элементы оформления, периодичность выхода и пр. Она зависит не только от фантазии читателя, но и от технических возможностей. По сути, модель — это идеальное описание газеты.

### При разработке модели нужно решить:

— для кого будет выпускаться газета. В школе может выходить несколько газет: для сверстников, для учителей, для родителей, газета может быть и "узконаправленной", т.е. посвященной музыке, туризму, спорту и т.д. А можно все это объединить в одной газете под разными рубриками.

— Особое внимание уделите малышам. Нельзя делать газету, которая была бы одинаково интересна 14-15-летним и 7-10 летним. Может быть, сделать "газету в газете"?

— Определитесь, какие рубрики будут в газете. Рубрика — это специально обозначенный в газете раздел, который объединяет материалы по темам, жанрам, др. признакам. Например, рубрики "Свой голос" — о проблемах школы и школьников, "Осьминожка" — восемь новостей, добытых ногами, "Вольный ветер" — о путешествиях (в газете «Вот так!»), «Партийные новости» — новости из-за парты (в газете «Зеркало» СОШ № 39, «Кипяток» — горячие школьные новости с газете «Гоголь-могиль» СОШ № 1). Рубрики служат для ориентировки читателя на полосах газеты. Они бывают разовыми и постоянными. Постоянные должны появ-

ляться с определенной периодичностью. Желательно, чтобы они были на одном месте. Это облегчит поиск интересующей информации. Система рубрик разрабатывается, исходя из предполагаемой тематики газеты.

— Поэтому определите, какие темы вам интересны, кто о них сможет интересно написать.

— Какое будет оформление. Логотип (шапка с названием и принадлежностью издания) должен быть во всех номерах одинаковым, чтобы газету узнавали. Рисунки. Фотографии (систематически в газете СОШ № 39)

— Подумайте над языком газеты. Если вы пишете для взрослых, придется избегать молодежного сленга, он взрослым не всем понятен. Если для ребят — забудьте о всевозможных "умностях" и морали — это всем в школе надоело. Наиболее оптимален разговорный язык — ведь газета — это диалог с читателем.

## Где искать информацию?

Как правило, с первым номером проблем не возникает. Вопрос "о чем писать?" встает при подготовке 2 или 3 номера — запал проходит и появляется ощущение, что все сказано. Это не так, на самом деле. Темы для материалов неисчерпаемы, писать можно обо всем. Ведь не исчерпываются же темы для разговоров с друзьями. Помните: то, что интересно вам, интересно и другим. Главное, не пропускайте нужную информацию мимо ушей. Именно в этом и заключается мастерство журналиста: увидеть, осмыслить, рассказать. Одинаковых дней не бывает, у каждого человека свои впечатления об увиденном или услышанном. Взрослым надо учиться спокойно реагировать на порой чересчур смелые, неприятные и критические высказывания детей.



Главное — никаких наказаний, высмеивания, издевательств, мести. Это унижает взрослых. Газета — не просто зеркало жизни коллектива. Она — средство в создании идеальных условий существования детского учреждения. Это инструмент выявления негативных тенденций в обществе, инструмент решения проблем и их обсуждения. Директор, учитель имеют право высказаться в той же газете. Главное — послушать разные стороны, разные мнения. Чтобы понять другого, надо попытаться его услышать. Газета дает такую возможность всем. Критика желательна конструктивная: критикуешь — предлагай. Предлагаешь — делай!

Все теоретики журналистики сходятся в одном: информация плохо доходит до читателя, если она написана однообразно. Уничтожить это однообразие помогают различные жанры. Что вам нужно знать о жанрах?

Умение мыслить фактами — первое, чему нужно учиться юнкорам. Вам часто мешает практика школьных сочинений, где главное внимание уделяется красивому слогу и рассуждениям. В основе любого журналистского материала лежит реальный факт, случай, который нужно точно и достаточно подробно передать. Красивости и рассуждения, если они не построены на действительных событиях, только мешают понять автора. В зависимости от формы подачи фактов различаются следующие жанры.

#### ИНФОРМАЦИОННЫЕ:

**Информация** — краткое сообщение о событии, в котором автор отвечает на вопросы “Что? Где? Когда?” произошло. В основе информации — интересный факт, имеющей общественное значение.

**Заметка** — краткое или расширенное сообщение о событии, отражающее мнение о нем корреспондента. Это ответ на те же вопросы, что и в информации, но эмоциональный. Заметка может быть

— информационной — только факты, но от лица корреспондента;

— критической — факты с негативной оценкой их корреспондентом;

— заметкой-откликом — мнение об уже опубликованных фактах или явлениях;

**Отчет** — расширенное сообщение о событии, излагающее его ход в хронологической последовательности. Отвечает на те же три вопроса, но подробно. Используется тогда, когда корреспондент сообщает об официальном мероприятии. Как разновидность — стенографический отчет. В нем все выслушания приводятся в хронологическом порядке и дословно.

**Репортаж** — рассказ очевидца событий с места событий, создающий эффект присутствия. Отвечает на вопросы Что? Где? Когда? и КАК? произошло. Для создания эффекта присутствия используется такой прием, как “репортажное настоящее” — время — т.е. событие описывается эмоционально, как комментарий по ходу действия, в настоящем времени с включением диалога.

Чаще всего репортаж бывает событийным, пишется очень оперативно, но иногда его используют, чтобы показать типичное событие (тематический репортаж). Например, репортаж из столовой школы, где важно не то, когда произошло, а КАК.

**Интервью** — это беседа корреспондента с собеседником. Корреспондент прибегает к интервью, когда ему надо подтвердить добытые факты чужим мнением.

У интервью несколько форм:

— интервью-монолог. Один вопрос и один ответ. Это используют тогда, когда собеседника не уговорили написать в газету самого, а пояснения требуются срочно

— интервью-диалог. Здесь корреспондент и собеседник равны. Вопросы корреспондента не остаются “за кадром”, по ним читатели видят, как добывалась информация.

— пресс-конференция. Здесь может быть один или несколько собеседников, зато много корреспондентов.

Остальные формы интервью на грани аналитической журналистики



— диалог. В этом случае задаются одинаковые вопросы двум собеседникам.

— “круглый стол”. Форма, похожая на диалог, но собеседников больше. На обсуждение выносятся проблема, по которой много мнений. Важно, чтобы сам корреспондент в ней ориентировался и мог вести беседу.

— Анкета. То же, что и круглый стол, только собеседников не надо собирать вместе. Им предлагается ответить на вопросы письменно. Важно, чтобы это были не случайные люди, а действительно авторитеты в той или иной области.

**Экспресс-опрос**. Это что-то среднее между интервью и репортажем, потому что отражает не авторитетное мнение, а просто дает срез настроений разных, зачастую случайных людей.

Получать информацию можно и с помощью **социологического опроса**, но для достоверных результатов нужно опрашивать либо всех присутствующих, либо по специальной выборке, но не меньше 10%. Впрочем, правильное проведение социопроса — это целая наука, и о ней пока подробно говорить не будем.

Кроме этих наиболее популярных и часто используемых жанров есть и другие:

**Корреспонденция**. Отвечает на вопросы Что? Где? Когда произошло? Корреспондент пытается разобраться в причинах событий, т.е. отвечает на вопрос Почему?

**Статья** — ответ на те же вопросы, что и в корреспонденции, но анализ строится, наоборот, на конкретных примерах.

**Фельетон**. Как и статья, анализирует глобальные явления, но на конкретных примерах и в преувеличенном, курьезном изложении. Здесь может не быть конкретных имен и фамилий, но высмеиваемые события должны быть узнаваемыми. Смешным может быть не только способ изложения, но сам подбор фактов.

Чистых жанров практически не бывает. В одном материале переплетаются часто многие жанры. Тем не менее иметь представление о жанрах полезно, чтобы не было однообразие материалов в газете.

## Какими бывают жанры журналистики



Газету, как и человека, встречают по одежке. Внешний вид и содержание — один из «челюстных» моментов модели газеты. Зависит он от технических возможностей. Если нет ни компьютера, ни ксерокса, ни сканера, ни даже печатной машинки, то форма газеты определится сама собой рукописная стенная газета. Только писать надо так, чтобы каждый понял, что написано: почерк должен быть разборчивый, поэтому лучше писать печатными буквами.

Если у вас есть компьютер, газету можно сверстать и оформить в специальных программах. Есть ксерокс — можно издавать многотиражку.

Большое значение имеет не только содержание заметок, но и форма их подачи: разумно подобранная иллюстрация, тщательно продуманные заголовки и подзаголовки, макетирование от смысла заметки, а не от ее размера, компоновка двух или трех и более взаимодополняющих материалов в блок и т.д.

Когда все материалы собраны и отредактированы, наступает заключительный этап создания газеты — оформление и верстка. В конечном счете, от него зависит успех газеты.

Прежде чем браться за оформление и дизайн, полистайте другие газеты. Вы увидите, что все они отличаются друг от друга. Общее у них лишь одно: у каждой газеты свое лицо, единство стиля и подачи материала, свойственные только ей.

Параллельно с содержательной моделью газеты разрабатывается ее графическая модель, т.е. определяется форма, придумываются элементы оформления, разрабатывается стиль. Каких-либо ограничений по форме газеты не существует: она может быть и квадратной, и круглой, и треугольной. Главное, чтобы ее было удобно читать, чтобы читателю не приходилось подолгу отыскивать продолжения прерванных материалов. Поэтому большинство газет — прямоугольные.

Чтение газеты начинается с титлула.

**ТИТУЛ** — это название газеты с необходимой информацией о ней. Расположен титул, естественно, на первой полосе. Какие сведения выносить в титул, решает редакция. Но обязательны номер газеты и дата выхода. Как правило, включают принадлежность газеты: «выпуск школы №...», «101 класс», «орган совета...», «газета мальчишек 3 отряда». Это может быть адресность газеты: «для детей и подростков», «для детей младшего возраста», «для молодежи». В титул может входить эмблема газеты. Но не следует загромождать титул, ведь по размеру он небольшой — 1/5 или 1/6 от размера полосы. Титул может быть горизонтальным или вертикальным — на ваше усмотрение.

На остальных полосах для ориентировки принято использовать колоннититул. В них включается гораздо меньше информации: название газеты, № и дата выхода, № страницы, возможна эмблема. Колоннититул может располагаться в верхней или нижней части газеты — на усмотрение художника.

К другим элементам оформления относятся фотографии, рисунки, таблицы, графики, заголовки, линейки, рамки, «планки» (когда текст пишется не на белом фоне, а на цветном или просто более темном, чем бумага). Как ни парадоксально, но пустые пространства между колонками, между заголовками и текстом, называются «воздухом». Он необходим, но в разумных пределах.

Газетная полоса делится на колонки, чтобы читателю было удобно читать. Ученые высчитали, что существуют наиболее благоприятные величины длины строк. Ширина колонок определяется просто: расстояние от края до края полосы (ширину) надо разделить на число колонок. Не забывайте, что существуют поля и расстояния между колонками.

Если вы делаете стенгазету, для удобства макетирования можно изготовить из плотной бумаги полоски необходимой ширины (1 ранки), чтобы каждый раз не отмерять линейкой. На них и писать

можно все материалы. Если вы верстаете газету на компьютере, за вас все делает машина. Не печальтесь, если возможности вашего компьютера ограничены, и вы не можете поставить специальные программы для верстки, их можно купить на дисках, любой текстовый редактор позволит распечатывать материалы на гранках нужных размеров.

Материалы в газете никто не помещает наобум. Место каждого материала зависит:

— от важности и актуальности темы. Человек бросает первый взгляд в левый верхний угол листа, далее ведет его по диагонали к правому нижнему. На этой линии лучше всего и располагать наиболее важные заметки.

— от размера материала. Тексты большого объема располагаются в «подвале» (в нижней части полосы во всю ее ширину). Или на несколько колонок во всю высоту полосы. Как правило, макетирование начинают с размещения подобных больших материалов, графической информации (фото, рисунков, схем, графиков и т.п.)

— Блок. Иногда несколько материалов могут быть объединены единой темой, настроением. Из них можно составить блок, подыскав выразительную фотографию или заказав рисунок. Большие блоки должны разбавляться иллюстрациями. По негласному правилу, на полосе должна быть хотя бы одна иллюстрация. Известные герои фотоснимков заставят ребят прочитать материал. Нежелательно рядом 2 иллюстрации к разным материалам — это запутает читателя.

Кроме иллюстраций выделить материал можно и размещением. Верхний левый угол полосы является местом для публикации наиболее важных заметок, на которые хочется обратить внимание. Если материал требует особого выделения, можно увеличить размер заголовка. Рамка вокруг материала тоже говорит об особом значении. Можно напечатать материал на цветном фоне (в стенгазете) или на подложке (серый фон при компьютерной верстке). Главное, чтобы все эти приемы не создавали неудобства читателю.

**ПОМНИ: ОРИГИНАЛЬНОСТЬ МАКЕТА НЕ ДОЛЖНА МЕНЯТЬ ПРОЧТЕНИЮ МАТЕРИАЛА!**

Любой оформительский прием, отвлекающий читателя, приводит к потере времени и энергии. Поэтому следите, чтобы было понятно, в какой последовательности читать материал, чтобы выделялось его начало. Для этого заголовки помещают чаще всего над текстом. Если макет требует опустить заголовок, не следует «тонить» его слишком сильно. Под заголовком должно остаться не менее 2/3 текста.

Кроме иллюстраций существуют линейки, отбивки, которые служат тоже для выделения текста. Линейка — это прямая линия или несколько линий. Отбивка — это линия из точек, небольших ромбиков, квадратиков, звездочек и т.д.

**Как сократить материал?**

В процессе верстки не все заметки можно расположить так, как хотелось бы. Что делать? Сокращать, но не за счет фото, рисунков, а за счет текста. В первую очередь сокращают незначительные детали, эпизоды. В любом тексте есть главная мысль, остальное ее дополняет. Поэтому любой материал, в принципе, можно сократить до одного предложения. Лучше если сокращения сделает автор, чтобы не очень его расстраивать, но это может сделать и редактор.

Компьютер значительно упрощает процесс сокращения материала, ведь можно использовать шрифты разных размеров.

Ну, вот. Теперь определите, где будет висеть ваша газета, повесьте ее и принимайтесь за второй номер! Успехов!

# Набор. Верстка.



Вот так!  
**Пресс-мастер**

Редколлегия:  
Редактор: Н. Абдулманова  
Компьютерная верстка:  
С. Абдулманов  
Корректор: С. Тенчурина  
В газете использованы материалы книги  
«О детях, лете и газете, а также обо  
всем на свете» агентства «ЮНПРЕСС»

Тираж: 300 экземпляров  
Отпечатано в молодежном  
информационном центре комитета  
по молодежной политике  
администрации области  
Адрес редакции:  
Ул. Советская, 21.  
Телефон: 22-80-05 с 19<sup>00</sup> до 20<sup>00</sup>