

В.Н. Дюдин

Жанры в муниципальной газете

(Практическое пособие
для начинающих журналистов
муниципальных общественно-политических районных
и городских газет)



Тверь
2010

Дюдин В.Н. Жанры в муниципальной газете (Практическое пособие для начинающих журналистов муниципальных общественно-политических районных и городских газет). Тверь: Изд-во "ВТ-ПРЕСС", 2010.

- 192 с.

ISBN 978-5-87049-739-6

Одобрено министерством по делам печати и информации Московской области

Настоящее пособие по практической журналистике предназначено для начинающих журналистов муниципальных общественно-политических районных и городских газет, общественных корреспондентов, руководителей школьных газет (элементы пособия использовались автором для предпрофильного элективного курса для старшеклассников "Журналист. Газета. Общество"), всех тех, кто хотел бы самостоятельно познакомиться с сущностью и азами теории газетных жанров, коренными отличиями качественной прессы от бульварной.

Пособие создано на основе цикла занятий с начинающими журналистами районного еженедельника «Шаховские вести» Шаховского района Московской области с целью познакомить новых творческих сотрудников с жанрами в районной газете, помочь им организовать и наладить свою работу в редакции, разъяснить, какое место в системе средств массовой информации занимает районная газета, чем отличается качественная пресса от желтой, как на газетные жанры влияет время, для чего необходимо знание газетных жанров, насколько востребованы те или иные жанры в современном еженедельнике, как составить годовой, полугодовой, кварталный и еженедельный планы, что представляет британская модель создания текстов, на которой построена вся наша желтая и полужелтая пресса, ради чего следует возвращать производственную тематику на страницы городских и районных газет, о чем полезно знать журналисту и т.д. На занятиях налагалась классическая теория жанров, отраженная в работах целого ряда авторов, в т.ч. с учетом современных разработок и взглядов преподавателей факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова. Академическая теория газетных жанров, конечно, гораздо полнее и сложнее, чем изложено в настоящем издании. Поэтому тем, кто старается повысить профессиональный уровень самостоятельно, целесообразно вернуться к этой теме через год, два или три и использовать вузовские учебники по подготовке журналистов для качественной (аналитической и деловой) прессы.

*Моим учителям
В.Л. Прохорову, М.К. Солуянову, Л.Г. Свитич посвящается*

Глава 1

Муниципальная газета в системе средств массовой информации

В 155 километрах от Москвы по автотрассе М-9 «Балтия» расположен небольшой районный центр, поселок городского типа под названием Шаховская, в котором проживает 10,4 тысячи жителей. На его центральных улицах три газетных киоска. В каждом из них, в зависимости от многолюдности расположения, местным жителям и гостям района предлагается около 700 (или более) наименований печатной продукции. Если отсечь карманные издания дамских романов, глящевые журналы, издания с кроссвордами, собственно газет в дни наиболее активной торговли останется 140-180 наименований. Если убрать средства массовой информации рекламного, спортивного характера, посвященные темам здоровья, перед покупателем предстанут 100-120 наименований изданий, одним из которых и будет муниципальная районная газета.

Нынешняя российская пресса делится на два принципиально различных лагеря, между которыми располагается широкая гибридная прослойка.

Желтая (бульварная) пресса это издания в которых тексты создаются как развлекательный товар и основываются на слухах, реальных и мнимых сенсациях, скандалах, сплетнях, домыслах и откровенных выдумках, спекуляциях, в том числе низкопробной тематикой. Подчас эту прессу называют еще массовой, используя в таком случае для гибридной прессы название "полумассовая".

Гибридная, массовая, популярная, (полумассовая, полукачественная) таблоидная пресса (таблоид - современное название бульварного или популярного издания, формата "толстухек" на 72 и более полосах) - издания, старающиеся не опускаться до откровенной лжи, но ради коммерческого успеха сознательно уходящие от серьезных тем или упрощающие их до примитивизма. Основу изданий составляют шумные, но поверхностные расследования и разоблачения, остросюжетные материалы, рассказы о происшествиях со смакованием шокирующих деталей, жизни знаменитостей. Материалы создаются на потребу обывательским интересам с активным использованием целитературного языка, натуралистических фотографий и сцен, в том числе эротического содержания.

Качественная журналистика та, которая наиболее тесным образом связана с социальной, экономической, политической, культурной жизнью и прочими ее составляющими. Чем теснее газета срослась с

действительностью во всем ее многообразии, чем глубже, полнее, точнее, объективнее отражает жизнь, тем качественнее издание.

Качественная журналистика целиком зиждется на факте, желтая пресса – на выдуманном или допелзая искаженном событии, происшествии, скандале. Это принципиальное и непреодолимое объективное разделение двух видов журналистики и прессы. Функция желтой прессы – быть аттракционом кривых зеркал для развлечения публики. Качественная пресса в лице муниципальной газеты является составной частью механизма местного самоуправления, аппаратом, формирующим и отражающим общественное мнение.

Журналистов для качественной прессы готовят на факультетах журналистики университетов. Идеологи бульварных газет советуют набирать сотрудников из школьников, студентов, таксистов, барменов, торговцев на рынках, домохозяек и т.д. Муниципальная газета, непосредственно связанная с органами местного самоуправления (вплоть до того, что органы местного самоуправления являются соучредителями газеты или информгентства, которое эту газету выпускает), по своей природе социальна. Газета по закону публикует материалы, связанные с организацией и проведением выборов. Многие решения и постановления органов местной власти вступают в силу только после опубликования в районной газете.

Муниципальная газета в наибольшей мере несет коммуникативные (связующие), идеологические, организаторские, культуроформирующие, рекреативные (восстановительные) и рекламно-справочные функции и потому относится к журналистике качественной. Эта журналистика социально ответственна. Она связывает себя с коренными, базовыми потребностями аудитории, служит повышению социальной компетентности населения, его социальной ориентированности и т.д. Чтобы работать в такой газете, надо проходить глубокое профессиональное обучение. Зарплаты в районной газете, особенно сельскохозяйственного района, никогда не были большими. В желтой прессе сочинитель текстов за один материал получает порой втрое больше, чем журналист районной газеты за месяц усердного труда. Но труд районного журналиста так же почетен и уважаем, как труд учителя, врача, сотрудника, инженера, агронома, зоотехника и т.д. Бульварная пресса, служит для удовлетворения далеко не самых лучших нужд потребителя, «развлекая» его слухами, сплетнями, шокирующими подробностями диких случаев, скандальными сенсациями мира «звезд» шоу-бизнеса или парочко раздутыми событиями.

Муниципальная журналистика представляет реальный мир и способствует формированию у читателя максимально точной картины окружающей его действительности. Она основана на фактах, героями «районки» являются наши земляки, плоды труда которых, успехи,

свершения (равно как ошибки и недоработки) зримы и осязаемы.

Если бульварная пресса, по признаниям ее профессионалов, «процентом на восемьдесят» состоит из вранья, выдумок, «сказок», то районная газета строится на факте. В небольшом районе, где все (или почти все) друг друга знают, кем-то друг другу приходится (родственниками, соседями, коллегами, одноклассниками, учениками, учителями, пациентами, клиентами и т.д.), где новости распространяются и через непосредственное общение людей, врать бессмысленно. Читатели всегда могут связаться с непосредственными участниками или очевидцами события.

На каждую качественную газету в отдельно взятом киоске п. Шаховская приходится по 3-5 бульварных и полужелтых газет. При этом желтые газеты в розничной продаже пользуются несравненно большей популярностью. В Шаховской они распродаются по 30-70 штук (отдельные издания до 150 штук) в каждом из киосков, из качественных изданий покупают одну-три газеты, в лучшем случае 15-30 штук, если в них есть телепрограмма. Тиражи желтых газет составляют от 200-850 тысяч экземпляров до нескольких миллионов. Тираж качественных изданий – от 80 до 200 тысяч экземпляров. В некоторых краях и областях качественные областные издания имеют тираж 10 - 15 тыс. экземпляров при том, что местные желтые издания печатаются тиражами от 45 до 90 и более тыс. экземпляров.

Районный еженедельник, конечно, у шаховчан на особом положении. Его любят и быстро разбирают. Продажа составляет в каждом из киосков от 90 до 150 штук при общем тираже 3,5 тыс. экземпляров. Газета распространяется также по почтовой и альтернативной подписке с редакционной доставкой.

И все-таки за последние 15 лет именно желтая и полужелтая пресса вследствие своей массовости агрессивно «воспитывает» читателя, диктует газетную моду, дизайн, ибо традиции качественной прессы до 1917 года канули в лету, этих газет никто кроме специалистов не видел и не может помнить.

Переимывая многие элементы формы успешных желтых изданий, российские еженедельники, в том числе и районные газеты, невольно трансформируют и свою содержательную модель. А ведь в желтых газетах (у которых по разумению их идеологов лишь одна «балаганная» функция) большинство материалов информационного характера, в то время как от районной газеты ждут анализа, разъяснения, подробностей, нравственных оценок. Из преимущественно аналитической районная газета начинает превращаться в преимущественно информационную, событийную. Из поля производственных, деловых, общественных, хозяйственных и социальных проблем районной жизни, где муниципальная газета является

монополистом, издание само себя переменяет на поле информационно-познавательное, а затем и досугово-развлекательное, где конкурентов в лице желтой прессы у районной газеты не меряно. В итоге районная газета теряет тираж и своего читателя, интерес власти, репутацию, авторитет, традиции, то есть все, что зарабатывалось десятилетиями. Так муниципальная газета теряет самое себя, становится неспособной соразмерно задачам освещать жизнь людей и поселений.

Каждый из трех типов прессы в соответствии со своим предназначением использует и свой набор инструментов, свой метод и способ отображения действительности. Желтые и особенно полужелтые газеты, формат которых был взят с западных образцов, первые полтора десятилетия своего существования старались приспособить под свои нужды жанровую систему, скрещивая ее с британской моделью, а позже благодаря появлению соответствующей учебной литературы, излагающей взгляды А. Бриггза, П. Кобли, Р. Кларка, Ч. Скаплана, Р. Рэдника, Э. Кита, Э. Элмора, Д. Фиска, Т. Харроу, М. Халлера, З. Вайншенберга и других авторов, целиком переходят как на классическую британскую модель создания текстов, так и на ее модернизированную американскую версию.

Сохранение жанровой модели как базовой помогает муниципальным газетам удерживать себя в русле качественной прессы и наиболее полным образом отвечать вызовам времени, связанным с модернизацией экономики страны, а также способствовать социально-экономическому развитию муниципальных образований.

Глава 2

Для чего необходимо знание газетных жанров

Организаторы и руководители желтой прессы не особо пекутся о знании сотрудниками газетных жанров, так как зачастую сами очень смутно представляют, чем, скажем, статья отличается от корреспонденции. «Еще со студенческих лет, – откровенничает одна особа, повествующая как статья акулой пера, – мне было трудно запомнить их основные отличия друг от друга. Так ли это важно? Хоть горшком назови... Мало кто задумывается, в каком жанре он будет писать. Да как получится!».

Истинная причина подобной позиции, конечно, в том, что желтая пресса слабо либо вообще никак не связана с повседневной жизнью, находясь в мире карнавала, ущербных фантазий, искажений, кривых зеркал.

В качественной журналистике жанры – хлеб журналиста, ибо жанр есть способ отражения действительности.

Нарушение жанра делает отражаемую жизненную картину менее четкой, неполной. Например, если в новости, хронике, заметке, призванных дать читателю прямой ответ на четыре главных вопроса: «что произошло?»,

«когда произошло?», «где произошло?», «кто был основным участником события?», упустить хоть один из компонентов (что на практике в напряженном производственном ритме районной газеты бывает порой и с опытными журналистами), отражение события будет петочным.

Во-вторых, если в республиканской качественной газете журналист может работать над материалом неделю, в областной газете – день-два, то в районной газете (особенно выходящей три раза в неделю) – всего несколько часов, а то и минут. Знание жанров позволяет журналисту четко представлять, каким именно требованиям должен отвечать создаваемый им текст и действовать наиболее рационально, экономя время и силы.

В-третьих, если журналист центральной качественной газеты редко оказывается еще раз в одном и тот же уголке России, если журналист областной газеты не часто попадает дважды на одно и то же предприятие, то журналист районной газеты за 20, 30, 40 лет работы даже об одном и том же человеке нередко делает несколько материалов. Зачастую по несколько раз, на примере одних и тех же хозяйств, бригад, ферм, мастерских, цехов рассказывает из года в год о ходе посевной, ремонте техники, зимовке скота на животноводческой ферме, производстве товаров и услуг. Если журналист ничего не знает о жанрах, пишет, не задумываясь о том, что само собой попало на глаза, то с таким подходом, однажды побывав на производственном объекте, другой раз там делать вроде бы и нечего. Все уже описал. Но как из поваренной книги мы узнаем, что кроме картофельного пюре есть еще картофель отварной, картофель тушеный, картофель жареный, картофельные фрикадельки, картофельные котлеты, картофельные лепешки, палычки, пирожки, рулеты, зразы, запеканка, пончики, оладьи, лепешки и т.д., так благодаря знанию газетных жанров можно создать великое множество разнообразных информационных блюд все с тех же предприятий, учреждений, коллективов. Знание жанров, таким образом, становится частичкой основы нравственного, психического, физического здоровья журналиста, залогом его творческого роста и мастерства.

Опытная хозяйка, решив сварить гороховый суп, никогда не побежит, сломя голову, по магазинам прикупить макарон или печенья, потому что в состав горохового супа входят не макароны, а горох. Подают гороховый суп, по традиции не с печеньем, а с гречками из белого хлеба, нарезанного кубиками.

Как закройщица при раскройке материала пользуется уже готовыми лекалами, так и журналист, зная жанры, не имеет нужды изобретать велосипед, а действует по определенным стандартам, использует проверенные временем приемы создания текстов, наилучшим образом отвечающие целям газеты и информационным ожиданиям аудитории.

Жанры помогают журналисту создать нужный информационный продукт, а читателю сориентироваться в публикациях, найти в газете желаемый материал. Жанр это своеобразный общественный договор журналиста с читателем, благодаря которому читатель узнает продукт.

Глава 3

Истоки жанров

Даже не зная теории газетных жанров, читатели, как правило, представляют, сообщение какого рода они получают из небольшой публикации, называемой заметкой или новостью, что ждет их под рубрикой «Репортаж», или «Очерк», или «Фельетон». Жанр интуитивно люди узнают, даже если материал будет напечатан без опознавательной рубрики. Именно этот еще читательский опыт и позволяет новичкам-журналистам как-то справляться с заданиями без профессионального знания теории жанров. Но обывательского опыта журналисту хватает далеко не всегда, что приводит к появлению материалов, не украшающих газету и охлаждающих читателя к изданию и автору публикации.

Чем же жанр связывает читателя и журналиста?

Обратимся к А.С. Пушкину и знакомым с детства строчкам из «Сказки о царе Салтане»:

*Царь Салтан гостей сажает
За свой стол и вопрошает:
«Ой вы, гости-господа,
Долго ль ездили? Куда?
Ладно ль за морем иль худо?
И какое в свете чудо?»*

Не трудно заметить, что вопросы царя предусматривают и различную полноту ответов (краткие или подробные), и их разные характеры (описательный или аналитический), и использование ассоциативных связей (при ответе на последний вопрос требуется привлечение не только материала, увиденного в данном путешествии, но и вне его рамок).

Иными словами в бытовой ситуации правильно проявление вполне конкретных информационных ожиданий, которым должны соответствовать вполне конкретные формы ответов. То есть жанры – это не выдумка ученых, а каждодневно возникающая потребность получить информацию вполне определенного рода, вида и свойств для одних (читателей) и стремление создать информационный продукт, максимально удовлетворяющий эти потребности, для других (журналистов).

Термин “жанр” в переводе с французского языка обозначает род или вид. Жанр – это исторически сложившееся внутреннее разделение вида

творчества, в нашем случае творчества литературного, публицистического, журналистского.

Жанр – это устойчивая форма отражения действительности, способствующая выполнению задачи, назначения, роли информационного продукта. Некоторые жанры были осознаны аудиторией и создателями текстов сотни, а то и тысячи лет назад. Так до нас дошли пламенные воззвания, обращения афинского полководца и вождя демократической группировки Фемистокла (ок. 525 – ок. 460 г.г. до н.э.) к грекам о необходимости воевать с персами. В напечатанном виде эти речи сравнимы с передовыми или полемическими газетными статьями.

«Орацио пресса» - так римляне называли краткую, яркую, вразумительную и побудительную речь. Это выражение и легло в основу современного термина «пресса».

Известны отчеты с заседаний сената, которые приказывал делать для граждан Рима Гай Юлий Цезарь (102 - 44 г.г. до н.э.), а также новости с полей сражений, которые отправлял на родину великий полководец и завоеватель. Были и корреспонденции с подробными сообщениями о политической и экономической жизни колоний. Первоначально существовало два вида бюллетеней – гипсовых досок, на которых писали текст. Сначала эти доски выставлялись на обозрение граждан на центральной площади у сената. На первом бюллетене писали о делах в сенате, на втором помещали информацию с мест. Позднее эти доски стали копировать и развозить по всем провинциям Рима.

На Руси известны берестяные грамоты с семейными или городскими новостями, послания в парод (своеобразные обращения, передовые статьи, рецензии, памфлеты) Иосифа Волоцкого, или, например, Аввакума из Пустозерска.

До появления печатного станка Гуттенберга венецианские купцы обменивались информацией о ценах на рынках Средиземноморья, военных столкновениях флота Венецианской республики с кораблями султана Сулеймана II, а затем в 1563 году стали писать их на больших щитах, вроде афиш. Щиты выставлялись в людных местах. За чтение этих сведений люди платили мелкую монету – «газетту».

В Париже существовали профессиональные разносчики устных новостей (повеллисты). Здесь же в начале XVII века врач Теофраст Реюдо стал издавать листки с официальными известиями, которые он называл в подражание венецианцам «Ля газет». Позднее слово стало нарицательным для всех периодических изданий Франции.

В России для царского двора создавалась рукописная газета «Куранты» с новостями, отчетами и обзорами. С распространением печатных газет стали формироваться не только общепублицистские, но и газетные жанры.

В газете Петра Великого «Ведомости», с выходом которой в свет связан современный День российской печати, мы можем увидеть информации, корреспонденции, отчеты об открытии месторождений нефти и руды, об умножении количества школ в столицах, о количестве орудий, изготовленных на сибирских заводах, описание военных побед.

Под палитрой газетных жанров понимаются общегазетные жанры, и прежде всего основные из них: информация (заметка, новость, хроника), отчет, интервью, репортаж, корреспонденция, статья, рецензия, обзор, письмо, зарисовка, очерк, фельетон, памфлет, эссе.

В редакции желтых газет материал воспринимается как текст, текстовый модуль, текстовый блок. «Текст» же всегда является, говоря их языком, «миксом» или «кучей малой», в котором присутствуют элементы нескольких жанров сразу. Если же в какой-либо редакции желтой газеты вы вдруг услышите термины «интервью», «репортаж», «очерк», «статья», «отчет», то под ними будет подразумеваться все та же жанровая смесь в различных пропорциях. Желтой газете мало даже самого шокирующего происшествия самого по себе. Ибо и такое событие желтая газета непременно преувеличит максимально (гипертрофирует), приплетет воздействие какого-нибудь колдовства или инопланетян, прибегнет к впечатлениям свидетелей, которых в действительности не было. Отсюда, из стремления дезориентировать, усилить шок через мобилизацию всех органов чувств читателя, всех его первых сенсоров восприятия мира и появляется смесь жанров.

«Уж если развлекать народ, то на полную катушку! - откровенничают мэтры желтой прессы. – Главное в журналистской лжи – написать материал так, чтобы в него, если бы не верилось сразу и безоговорочно, то хотя бы хотелось поверить. И пусть коллеги из качественной прессы говорят, что вы опубликовали полный бред. Читатель выберет наше издание. Читатель жаждет подобных историй. Читатель хочет желтизны, а значит, ее должны дать издатели бульварных газет». Для создателей желтой прессы их детище нечто аттракциона, американских горок, на которых у потребителя останавливается дыхание, поднимаются волосы на голове, теряется голос. Для этого вас пугают резновыми чудовищами, погружают в темноту, а затем дают яркий свет, взрывают хлопушку над головой, имитируют адское пламя. Обыватель жаждет острых ощущений, впрыска адреналина и за это готов заплатить и за «горки», и за желтую прессу, и за 5 минут страха попарошку.

Журналист районной газеты - это всегдаследователь жизни (расследованием пусть занимаются работники правоохранительных органов). Исследовательскими по сути являются все аналитические жанры, отдельные виды жанров информационных и художественно-публицистических.

Журналист районной газеты в силу широкой специализации это и дозорный, и разведчик, и исследователь, и вдумчивый аналитик, и организатор, и агитатор за внедрение достойного опыта, и пропагандист, объясняющий преимущества нового. Само слово журналист восходит своими корнями к словам «светить», «светлый», «дневной», от этих слов произошли слова «журнал», которое первоначально означало и газету (в этом качестве оно сохранилось до сих пор в Швейцарии), и «дежурный» - человек, долго присутствующий, бдительно стоящий на дежурстве, на посту. Синонимом слова журналист (в значении работник муниципальной газеты) является слово «публицист», - в переводе с латинского – народный, общественный, государственный.

Глава 4

Информационные потребности, ожидания, жанр

Информационные потребности аудитории при их осознании людьми оформляются в информационные ожидания.

Основные информационные потребности населения, главные информационные ожидания и тот информационный продукт, который соответственно предлагают журналисты, можно представить в виде вышеприведенной таблицы, размер материалов в которой указан в строках при шестиколонной верстке в еженедельнике.

Для удовлетворения своих информационных потребностей и информационных ожиданий население осознанно выбирает тот или иной канал массовой информации.

Слушатель не поймет работников радио, если они будут транслировать выступление танцевального ансамбля. Телезритель будет не в восторге, если экран заполняют статичные (без видеоряда) собеседники. Читатель с недоумением воспримет районную газету, состоящую из перепечаток из Интернета, интервью с заезжим целителем, басен, стихов, картинок, кроссвордов, т.д. и лишнюю материалов о районной жизни.

Воплощение своих информационных ожиданий население предпочитает получать и в привычной, соответствующей значимости события форме, и в соответствующее время.

Читатели воспримут как обиду, если вместо репортажа или отчета с праздника последнего школьного звонка - этого эпохального для выпускников и их родителей события - газета поместит фельетон, или опубликует критическую статью о воспитательном эффекте данного мероприятия в свете закрепления кадров на селе.

Никому не нужен репортаж с майского торжества в сентябре, когда про это событие уже забыли.

Конструктивное строение жанров связано и с тремя главными

способами отображения действительности: фактографическим, аналитическим, наглядно-образным и их используемом соотношении при подготовке материала.

Если журналист преимущественно использует фактографический способ отображения действительности, нацеленный на фиксирование внешних событий, действий, характерных явлений, общих сведений о предмете или событии, то и материал получается информативной направленности. При этом активно употребляются такие типы речи как повествование (что делает субъект, что происходит), и описание (каков предмет, герой, пейзаж). Достоинство подобных материалов, основанных на наблюдении, беседах с людьми, состоит в быстроте, оперативности их подготовки к публикации и печати. К информационным жанрам относятся информация (заметка, новость, хроника), информационный отчет, интервью, репортаж.

Если журналист преимущественно использует аналитический способ отображения действительности, нацеленный на проникновение в суть явления, выяснение взаимосвязей его составляющих, причин, условий, тенденций развития событий и ситуаций, изучение мотивов, оснований, интересов, намерений, действий, то материал получается аналитической направленности. При этом активно употребляется такой тип речи как рассуждение-объяснение (что есть данный предмет, явление?) и рассуждение-доказательство (почему?). Достоинство подобных материалов, основанных на анализе, синтезе, индукции, дедукции, аналогии, оценках, изучении документов, состоит в том, что они разъясняют суть события, растолковывают, каким образом оно могло произойти, доказывают его типичность, неизбежность, показывают истоки, последствия и т.д. К материалам аналитических жанров относятся корреспонденция, статья, рецензия, обозрение, обзор, письмо.

Если журналист преимущественно использует наглядно-образный способ отображения действительности, нацеленный на эмоционально-художественное обобщение, художественную типизацию, публицистичность, эмоциональное сопереживание, сочувствие, соразмышление, то материал получается публицистическо-художественной направленности. При этом активно употребляется такой тип речи как рассуждение-размышление (как быть? что делать?). Достоинство подобных материалов, с применением ассоциаций, метафор, метонимии, одушевления, противопоставления, прувеличения или преуменьшения, домысливания, состоит в том, что они легко читаются, доставляют эстетическое удовольствие, адресованы более сердцу, нежели рассудку. К материалам художественно-публицистических жанров относятся зарисовка, очерк, фельетон, памфлет, эссе, юмореска.

Глава 5

Частота использования жанров

В должностной инструкции и трудовом договоре журналиста с редакцией, как правило, оговаривается, что журналист при подготовке материалов в газету обязан соблюдать их жанровое разнообразие. В районном еженедельнике на 16, 24, 32 полосы в отличие от четырехполосной газеты, выходящей три раза в неделю, есть для этого все возможности. Но, оказывается, одних возможностей, пожеланий журналистов самим себе на летучках и в перспективных планах, даже фиксированных в трудовом соглашении обязанностей мало.

Как в свое время быт заедал благородные устремления чеховских героев, так обыденная жизнь, текучка заедает журналистские коллективы в их стремлении использовать все многообразие жанров. А текучка эта (организация быта) напрямую зависит от степени включенности муниципальной газеты в социально-экономическую жизнь района и самой этой социально-экономической жизни.

Вот перед нами подшивка районной газеты Шаховского района Московской области за 1967 год. Жизнь всех трудовых коллективов направлена на достойную встречу 50-летия Советской власти, безусловное выполнение не только планов, но и социалистических обязательств. Шаховской район - сельскохозяйственный, молочно-мясного направления. Предыдущий год по погодным условиям выдался трудным, поэтому кормов в обрез, скот был поставлен на зимовку недостаточно упитанным, его продуктивность ниже, чем была в предшествующем году.

Делом чести всех труженников (а весь район так или иначе работал на село: одни строили фермы, другие их обслуживали, третьи обслуживали тех, кто строил и обслуживал фермы, четвертые воспитывали детей сельских труженников в деткомбинатах и обучали в школах, пятые лечили, шестые организовывали досуг и т.д.) было преодолеть сложившееся отставание и продать государству необходимое количество молока и мяса.

В районной газете сельскохозяйственная тема – главная. В каждом номере таким материалам отводится первая и вторая полоса. На третьей полосе помещаются материалы, освещающие работу строителей, рабочих промпредприятий, автотранспортников, труженников сферы бытового обслуживания, торговли, образования, медицины, культуры. На четвертой полосе помещается прочая информация, охватывающая темы внеклассной школьной жизни, садоводства, огородничества, охоты, рыболовства, спорта, туризма, защиты природы. Здесь же заметки фенолога, прогноз погоды, объявления (очень мало). Телевизионной программы еще нет. Когда не хватает сил заполнить газету собственными материалами, на помощь приходят материалы ТАСС, в том числе фотоматериалы. Поскольку

Анализ содержания газеты Шаховского района Московской области "Путь Октября" за апрель 1967 года, май 1967 года и "Шаховские вести" за апрель 2007 года, май 2007 года, февраль и март 2009 года

Наименование тем	«Путь Октября» за апрель 1967 года	«Шаховские вести» за апрель 2007 года	«Шаховские вести» за февраль 2009 года	«Путь Октября» за май 1967 года	«Шаховские вести» за май 2007 года	«Шаховские вести» за март 2009 года
1. Общественные темы, развитие местного самоуправления, муниципальный районизм	6,3	4,9	7,0	5,4	1,83	3,6
2. Социальные вопросы района (в том числе спорт), бюджет, проезд	33,5	16,47	8,1	35,1	10,33	10,4
3. Развитие промышленности, строительства, транспорта	3,3	0,19	0,9	1,5	0,51	0,1
4. Развитие культуры	24,9	6,13	1,2	28,0	2,57	2,7
5. Развитие АПК, торговля, бытовое хозяйство	1,7	0,34	4,0	5,0	2,41	7,8
6. Развитие спорта, олимпийское движение	0,4	1,64	0,4	0,8	0,5	1,3
7. Развитие здравоохранения, культуры детей с ограниченными возможностями	1,6	2,64	2,5	1,5	1,21	1,1
8. Демография, материнство, детство, семья	0,4	3,02	1,1	1,0	4,15	2,0
9. Школьные вопросы	2,5	5,21	5,6	4,7	3,71	2,2
10. Духовная культура, просвещение, искусство, культура молодежи	3,9	3,36	2,4	2,3	0,44	7,7
11. Развитие культуры (театры)	1,7	4,6	0,3	0,9	3,6	1,1
12. Урок жизни: Безопасность (с криминальной, социальной, экологической)	0,2	0,38	6,6	5,5	12,86	2,6
13. Производственные вопросы, техника и машин, безопасность на дорогах	0,9	3,15	2,4	1,0	2,97	4,4
14. Планирование безопасности	0,2	1,40	0,1	0,5	0,5	-
15. Экология, природный	2,6	1,04	-	2,0	1,97	-
16. Производственные вопросы, оборудование и-во, оборудование	1,12	1,17	1,6	0,9	0,44	-
17. Производственные вопросы, техника	-	0,77	-	-	-	0,2
18. Трудовые вопросы, люди, люди	4,2	0,62	5,7	5,3	2,20	7,5
19. Жизнь семьи	0,88	1,07	0,6	0,4	1,07	0,2
20. Развитие туризма	0,6	1,02	-	0,8	1,03	-
21. Развитие спорта, физкультуры, олимпийское движение	1,8	2,91	2,8	1,9	4,76	2,1
22. Развитие спорта (в том числе олимпийские) вопросы	8,6	5,07	5,0	8,5	5,03	5,0
23. Развитие спорта, информатика	71,4	61,15	52,5	79,1	64,62	51,8
24. Губернские вопросы	-	4,29	0,3	2,2	4,40	1,1
25. Информационные вопросы	8,3	10,80	13,8	3,1	7,18	17,3
26. Парламенты, ТАСС, Интернет, компьютерная информатика	18,9	0,12	2,2	14,7	0,21	-
27. Телевидение	-	0,42	3,4	-	-	2,3
28. Телевидение	-	14,54	15,1	-	14,59	15,1
29. Объявления, реклама	1,0	6,64	11,9	0,9	8,0	10,9
30. Вопросы спорта, информатика	0,3	1,99	0,5	-	1,0	0,6
31. Прочие	0,2	0,05	0,3	-	-	0,9
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

положение в животноводстве сложное, материалы на сельскохозяйственные темы носят аналитический характер. Рассказывается, как и за счет чего передовики добились хороших результатов, анализируется, в чем заключаются просчеты в работе отстающих. И в первом, и во втором случае для этого используется жанр корреспонденции.

Часто выступают специалисты-зоотехники, рассказывающие как эф-

фактивней использовать корма. Агрономы дают советы земледельцам по организации весенне-полевых работ. Семеноводы анализируют состояние семенного фонда в районе. Эти материалы написаны в жанре статьи.

Статья, корреспонденция, а также заметка, сообщающая о трудовых рекордах селян и передовиков прочих отраслей, являются наиболее употребляемыми жанрами. На четвертой полосе примерно раз в месяц появляется сатирический уголок «Прополка», где встречаются фельетоны, критические заметки, басни, сатирические стихи.

Полную картину отражаемой тематики в районной газете за апрель и май 1967 года и апрель и май 2007 года дает приведенная выше таблица. При анализе учитывались все материалы и оформительские элементы в петитных строках при пятиколоной верстке на 2,5 квадрата в 1967 году и шестиколоной верстке на 2,12 квадрата в 2007 году. Для анализа брались все номера газет, вышедшие в апреле и мае 1967 и 2007 годов.

Из таблицы видно, что уделяя много внимания производству, выполнению планов, которые благодаря и усилиям журналистов были все-таки выполнены, в 1967 году районная газета мало писала о проблемах семьи, материнстве, образовании, молодежной политике, спортивной жизни, туризме, внепроизводственной жизни села, культурном обслуживании граждан.

В 2007 году руководство района уже не сопрягает газетные планы с планами деятельности районных учреждений и организаций, мероприятиями сельскохозяйственных кампаний и т.п. Но произошла иная крайность. После перехода на рыночную экономику в 1992 году, после экономического кризиса 1996 года, дефолта 1998 года экономика упала настолько, что о производственной тематике вспоминали только в дни отраслевых праздников.

Поконув поле экономических тем, газета не проявила себя и на темах социальности населения, социальной политики, реформы ЖКХ, оформления земельных паев в частную собственность и последующей их продажи за бесценок. Но если издание не отвечает на главные жизненные вопросы, то оно становится ненужным. В результате тираж газеты упал на долгие годы.

С победой на выборах команды нынешнего губернатора Московской области Б.В. Громова экономика области начала возрождаться.

Восставать из забвения от полутора-двухтысячного тиража начала и районная газета, выпуском которой занялось созданное по инициативе правительства Московской области государственное учреждение Московской области «Информационное агентство Шаховского района Московской области».

Ныне газета «Шаховские вести» это еженедельник, издающийся на 24 полосах с восемью многоцветными полосами.

С возрождением экономики района вновь стали появляться и материалы, написанные в жанре корреспонденции.

Более полную картину изменения соотношений используемых в районной газете жанров дает следующая таблица.

**Сравнительный анализ использования жанров
при подготовке собственных материалов в газетах
Волоколамского куста в период с 1967 по 2008 годы
«Волоколамский край» Волоколамского района, «Шаховские вести»
Шаховского района, «Красное знамя» Рузского района
Московской области в первом полугодии 2008 года и газеты «Путь
Октября» Шаховского района за 1967 и 1976 годы
(в процентах к общему количеству журналистских материалов без
учета рекламы и официальных материалов на правах рекламы)**

(Для исследования брались каждый второй номер за первое полугодие 2008 года газет «Волоколамский край» (тираж 3570 экз. 32 полосы, общее количество собственных материалов 518, среднее количество собственных текстовых материалов в номере – 39,8), «Шаховские вести» Шаховского района (тираж 3180, 24 полосы, общее количество собственных материалов 576, среднее количество собственных текстовых материалов в номере – 44), всего 13 номеров; 13 номеров случайной выборки газеты «Красное знамя» Рузского района, предоставленных самой редакцией (тираж 5400, 32 полосы, общее количество собственных материалов 568, среднее количество собственных текстовых материалов в номере – 43,7), газета Шаховского района Московской области «Путь Октября» за 1967 и 1976 года, тираж около 4 тыс. экз. в 1967 году и 4953 экз. в 1976 году. Газета выходила по вторникам, пятницам, воскресеньям, 156 номеров в год, объемом один печатный лист.

Исследовано по 39 номеров первого полугодия (каждый второй номер), количество собственных материалов – 575 в 1967 году и 684 в 1976 году.

Характеристики районов исследованных газет.

Волоколамский район расположен на территории 1671 кв. км. Район граничит на северо-востоке с Клижским районом, на востоке - с Истринским и Рузским районами, на юге - с Можайским районом, на западе - с Шаховским районом, на северо-западе - с Лотошнским районом Московской области. Численность постоянного населения района - 51,1 тыс.чел., в том числе городского - 24,4 тыс.чел., сельского - 26,7 тыс.чел. Промышленность в районе представлена 18 предприятиями, выпускающими ткани хлопчатобумажные, швейные изделия, кондитерские изделия, хлеб и хлебобулочные изделия, мясо и мясопродукты, молоко и молокопродукты, клееные деревянные конструкции, нерудные материалы, пиломатериалы, кирпич и т.д. Агрпромышленный комплекс включает 15 предприятий, занятых производством сельхозпродукции, и 744 фермерских хозяйства. Приоритетные

Жанр	«Волоколам-ский край» 2006	«Шатковские вестн» 2006	«Красное знамя» 2006	«Путь Октябрь» 1976	«Путь Октябрь» 1967
Информация	13,9	12	16,9	26,5	21,0
Отчет	7,7	15,6	16,4	7,5	9,6
Интервью	1,7	7,3	5,3	0,1	0,8
Репортаж	0,8	1,2	0,2	2,0	1,7
Корреспонденция	7,7	4,9	2,0	14,0	10,4
Статья	13,2	15,2	6,5	8,8	12,3
Рассказы	1,4	0,2	2,1	0,4	1,5
Комментарий	3,3	0,9	1,5	1,6	-
Обзорные	3,3	3,3	4,0	9,3	2,6
Письмо	12,3	5,2	10,0	9,4	8,4
Зарисовка	5,4	6,0	1,2	4,4	4,8
Открыт	2,1	2,1	2,1	0,7	1,0
Фельетон	-	-	-	0,7	1,7
Анонс	0,6	2,4	4,0	-	0,2
Поддержка адрес	8,8	9,5	2,5	-	-
Фотоинформация	2,1	1,2	1,8	7,6	15,8
Прямая линия	0,2	1,6	-	-	-
Опрос	0,8	1,6	2,9	-	-
Крутые слухи	0,2	0,5	0,3	-	-
Рассказ/сказка	0,4	0,2	2,3	-	0,7
Стихи	5,6	3,3	7,4	0,1	1,7
Юморески	4,7	2,6	1,4	-	1,0
Известия	3,8	3,4	5,2	2,5	1,9
Смелка	-	-	-	1,9	2,2
По следам вышедших выступлений	-	-	-	2,1	0,7
Итого:	100	100	100	100	100

направления развития района связаны, прежде всего, с совершенствованием и реконструкцией промышленных предприятий на основе диверсификации действующих производств и привлечения инвестиций для создания новых. Подъем сельского хозяйства в районе ориентирован на развитие животноводства, возрождение производства льна.

Рузский район расположен в западной части Московской области, занимает промежуточное положение между ближним и дальним Подмосковьем. Протяженность с севера на юг - 66 км, с запада на восток - 50 км. Район граничит: на юге - с Наро-Фоминским, на западе - с Можайским, на востоке - с Одинцовским, на северо-западе - с Волоколамским и на северо-востоке с Истринским районами Московской области. Площадь района составляет 1559 кв.км. На территории проживает 63520 человек. Ведущими отраслями являются: аграрно-промышленный комплекс, строительство и добыча полезных ископаемых, перерабатывающая. Наиболее крупными промышленными объектами относятся: Рузская кондитерская фабрика (принадлежит компании Nestle), предприятия по выпуску строительных материалов: ТМПСО «Рузский дом», «Дружба Монолит», ОАО «Бикор», завод по производству кофе «Московской Кофейни на Паях», агропромышленный комплекс представлен ОАО «Рузское молоко» (объединяет хозяйства района), производство водки ЗАО «Союз Виктант», ЗАО «Колобакинский игольный завод».

Шаховской район – муниципальное образование на северо-западе Московской области в 155 км от города Москвы. Административный центр – поселок городского типа Шаховская. Площадь района составляет 12110 га. Район граничит со Смоленской и Тверскими областями, а также с тремя районами Московской области – Лотошинским, Волоколамским и Можайским. Население района – 24,6 тыс. человек, в том числе в городских условиях проживают 10,4 тыс. человек. Всего насчитывается 152 населенных пункта. В районе 13 основных предприятий пищевой, лесозаготовительной и деревообрабатывающей промышленности, производства стройматериалов. Сельское хозяйство представляют 11 сельхозпредприятий и 91 фермерское хозяйство. Малое предпринимательство представлено 251 субъектом с численностью работающих 1819 человека.

Из приведенных в таблице данных видно, что по сравнению с советскими временами, отчасти в связи с переходом на еженедельное издание, отчасти из-за снижения доли производственной тематики в нынешних районных газетах серьезно снизилась доля жанра информации, в том числе, как ни странно, доля фотоинформации. Как уже отмечалось, из-за меньшего внимания к экономике значительно снизилось количество заметок, в советские времена в основном посвящаемых производству, меньше стало аналитических корреспонденций, производственных репортажей. Крайне редко встречаются фельетоны, сатирические корреспонденции, весьма редко встречаются публикации «По следам наших выступлений». Перестали публиковаться сводки в чистом виде (т.е. без комментария специалиста).

В 1976 году в газете «Путь Октября» весьма популярным был жанр обзора и обзора. Часто помещались обзоры школьных газет и стенгазет предприятий, обзоры специальной литературы, хода организации занятий в школах комтруда, производственные обзоры (хода подготовки техники, вывозки органики, внесения минеральных удобрений, хода подработки семян и т.д.).

До перестройки часто публиковались сводки без комментариев (показатели работы комбайнеров, лучших доярок, ферм).

Вместе с тем, заметно повысилась доля такого жанра как отчет. Местные чиновники приналадились использовать газету для публичных рапортов о своих мероприятиях. Поэтому они охотно приглашают журналистов на проводимые мероприятия, щедро предоставляют транспорт, порой сами пишут о проведенных мероприятиях или подробно рассказывают о них журналистам. Если раньше отчеты делались преимущественно с заседаний, собраний, конференций, то сейчас практически с любого мероприятия, например, турслета, спортивных соревнований, культмероприятий, выставок, презентаций, встреч, торжественных событий, деловых игр и т.д.

В нынешних газетах активно используется жанр интервью. Интересно, что в 1967 году даже в центральных газетах вопросы и ответы в интервью

оформлялось специальными словами «Вопрос», «Ответ». До середины 1967 года именно такая форма подачи текста интервью употреблялась и в газете «Путь Октября», и только со второй половины 1967 года тексты интервью начали подаваться в их нынешней форме, то есть без бесконечных повторений слов «Вопрос», «Ответ». Заметно больше стало в газетах пространных зарисовок и очерков. В сравнении с советскими временами 60-70-х годов, все нынешние газеты имеют в своем арсенале такие сравнительно молодые, возникшие у нас в пору перестройки жанры как «прямая линия», опросы, «круглые столы». То есть в целом палитра жанров районной газеты стала более разнообразной, и, чтобы не терять достигнутого уровня, молодым сотрудникам следует себя пробовать во всех жанровых формах. Даже в жанре фельетона, хотя, конечно, этот жанр требует особых качеств, которые есть не у каждого. Например, чувство юмора.

Глава 6

Об идеальных образцах

Отечественной наукой журналистские жанры изучены достаточно полно, хотя идеологи желтой прессы в период 1988-2005 годов усиливали давление на это учение, заявляя, что влияние жанровых особенностей при подготовке материалов ослабевает, и что классические жанры - это вчерашний день.

В период попыток скрещивания жанров с британской моделью некоторые ученые поспешили зафиксировать это явление и выдать его за развитие и изменение жанров.

Ныне, когда в достатке появилось учебников по британскому стилю и наши полужелтые и даже качественные событийные газеты переходят на него целиком, надобность мутирования жанров с британской моделью отпадает. Зато в качественных газетах можно встретить материалы подготовленные как по технологиям британской модели, так и в классических жанров.

Среди ученых нет сомнений в том, что называть репортажем, что интервью, что корреспонденцией и т.д. А вот эталонных текстов того же репортажа или корреспонденции, или любого другого жанра даже в качественной журналистике не существует.

Почему? Потому, что жанр есть взгляд, форма, способ отражения жизни, реальности. Для того, чтобы запечатлеть идеальную форму (жанр), нужно раздобыть идеальный кусочек жизни. Идеальных моментов, кусочков жизни не бывает, как не бывает в природе идеально чистой капли воды (вечно к ней что-нибудь примешивается, или вода постоянно что-то растворяет). Поэтому нет и не может быть идеальных зафиксированных форм.

Жанр - это идеальный (созданный в воображении) образец формы

отражения действительности (идеальный тип), к которой надо стремиться, но которая всегда будет ускользать.

Кроме того, на материал жизни и ее отражающую форму сильное воздействие оказывают позиция газеты, ее концепция, позиция журналиста, позиция редактора, позиция учредителя (спонсора) и т.д., то есть субъективные факторы.

Поэтому идеальных образцов, эталонных текстов в различных жанрах не существует, и, как ни просят молодые журналисты, предоставить их - сделать это невозможно. Тем не менее, для того, чтобы наш разговор о том или ином жанре стал предметнее, некоторые примеры текстов того или иного жанра мы приведем. Но лишь в качестве материала для обсуждения, а отнюдь не для образца и эталона. Часть этих материалов, или их прототипы в свое время были опубликованы в районных средствах массовой информации.

Глава 7

Информационные жанры

Семейство информационных жанров (информация, информационный отчет, интервью, репортаж) объединяет задача создания наглядной модели события.

Перед журналистом ставится цель сообщить о событии путем его описания, которое может быть кратким и полным, беспристрастным и чувственным, оценочным или без авторской оценки. В центре внимания и основе описания лежит общественно-значимый факт, событие или явление, которое волнует, интересует всех или может быть полезным. Описать явление - значит, во-первых, назвать его, во-вторых, отразить внешние характеристики и основные составляющие (детали) явления.

Заметка, информация, новость, хроника

Информация, повесть, хроника, заметка - наиболее древний жанр в журналистике. Информация - это также и общее название жанра, то есть информацией как синонимом можно назвать и повесть, и хронику, и заметку. В советские времена наряду с информацией родовым, то есть общим наименованием жанра, считалась и заметка, так как именно она была главным представителем жанра, в особенности в районных газетах. Так из 52 информаций, опубликованных в Шаховской районной газете «Путь Октября» за апрель 1967 года, лишь пять относятся к хронике, 8 - к информации, а остальные 39 - заметки. Ныне в Шаховском районе газету выпускает информагентство. В каждом номере еженедельника публикуется до 14 собственных информационных материалов, но заметок среди них в лучшем случае 2-3, остальное - преимущественно информация.

Термин «**информация**» в переводе с латинского означает разъяснение,

изложение, составление понятия о чем-либо в целях обучения и воспитания. В газете Петра I «Ведомости» информации были размером в 10-20 строк.

Новость – это только что или недавно происшедшее событие.

Хроника – (от греческого хронос – время) газетно-журнальный жанр, краткое сообщение о факте.

Заметка – сжатая форма оперативного отражения явления или факта с авторской оценкой, подписью и заголовком. Имеет не четыре, а пять обязательных вопросов-элементов.

Общие черты видов информации

Информация, новость, хроника, заметка призваны ответить на самые главные вопросы: когда? где? что? и кто?

Когда произошло событие?

Где произошло событие?

Что за событие произошло?

Кто был участником события?

Информация, новость, хроника, заметка сообщают кратко об одном-единственном событии, факте. Главная новость может быть изложена в первом же предложении: «В последнюю неделю августа (*когда?*) бригада дорожников Шаховского ДСК под руководством В.С. Анисимова (*кто?*) обновила разметки пешеходных переходов (*что?*) в населенных пунктах района (*где?*)».

Во втором и последующих предложениях новость может быть пояснена, детализирована, обрести подробностями, оценками, комментариями, предысториями и úgy, принять вид расширенной информации, то есть потерять свое главное достоинство - краткость.

Например, возвращаясь к новости об обновлении дорожной разметки, можно усилить ее социальность: «Работы проведены в рамках программы правительства Московской области по предупреждению детского дорожно-транспортного травматизма. Активное участие в снижении количества ДТП с участием школьников примут и сотрудники ГИБДД, которые в первую декаду сентября проведут операцию «Перекресток».

Размер информации, новости, хроники, заметки – 5-25 строк, поэтому они лишены анализа, деталей, характеристик, аргументов и прочих излишеств. Их главная ценность – краткость изложения. Это самый оперативный жанр журналистики и самый читаемый, влияющий на тираж издания.

События и факт должны иметь общественное значение, то есть быть интересными, полезными, актуальными для читателя. Поэтому важно, используя в заметке какой-либо показатель, как можно ярче раскрыть его суть, в чем и проявляется преимущество заметки перед классической информацией. Например, сообщая о том, что такая-то доярка за год

получила от каждой из своих коров по 7000 кг молока, важно указать, что это лучший результат в районе и вдвое выше тех показателей, что достигли местные животноводы в восьмидесятых годах прошлого века. Дополняя главную новость подробностями следует все время помнить о лимите размера, т.к. в противном случае информация перерастет в иной формат - расширенную информацию.

Различия видов информации

Особенно четкие различия друг от друга имеют хроника и заметка. Хроника официальна (то есть подается без подписи автора от имени всей редакции) и предельно лаконична. Размер хроники 10-15 строк.

Заметка пишется от конкретного лица, в ней есть место эмоциям и оценкам. Расширенная заметка может быть в два-три раза длиннее обычной, т.е. до 60 строк. В хронике нет детализации, подробностей.

В заметке, желая наиболее ярко представить событие, автор приводит некоторые главные детали и подробности, то есть кратко отвечает еще на вопросы «как?» или «по какой причине, за счет чего?». Хроника помещается без заголовка под общей рубрикой.

Заметки тоже могут помещаться под общей шапкой, но каждая из них обязана иметь свой заголовок. Хроникальное сообщение не имеет подписи. Заметка обязательно содержит подпись с указанием должности автора и места его работы или жительства.

Хроникальное сообщение есть часть информационного обрамления официального протокольного мероприятия. Целью протокольных мероприятий является подчеркивание знаков уважения к официальному лицу. На это уважение официальное лицо имеет право по своей должности в силу международных норм. В учебниках дипломатии сказано, что «дипломаты обязаны обращать самое пристальное внимание на соблюдение необходимых и общепринятых правил, придающих международным отношениям и государственным лицам необходимое достоинство и корректность. Форма здесь так же важна как содержание».

В хроникальной заметке следует обращать особое внимание на правильность и точность написания фамилии, инициалов официального лица, его титула, должности, страны, конфессии, которую он представляет. Деловой и дипломатический этикет требует, чтобы здесь не было никаких искажений. В протокольном порядке (и никак не иначе!) следует перечислять и других персон, прибывших с официальным лицом.

В заметке нет подобных условностей. Она пишется автором в свободной форме, хотя факты, имена, фамилии, отчества, должности лиц, о которых рассказывает автор, должны быть точными. У свободного стиля есть тоже свои правила. Например, труженников ТНВ «Середниское» можно назвать середницами, но только после того, как было уже использовано их

официальное наименование, то есть труженики ТНВ «Середниское». В качестве примера можно привести следующие материалы.

Хроника

На V съезде Общероссийского общественного движения «Одаренные дети – будущее России», который проходил в зале Церковных Соборов храма Христа Спасителя 15 января сего года в г. Москва, благочинный Шаховского церковного округа протоиерей Алексей Русин за большую работу по воспитанию подрастающего поколения был награжден медалью «Во имя жизни на Земле», учрежденной Благотворительным общественным движением «Добрые люди мира».

Заметка

С Днем матери

С Днем матери поздравили в праздник жительницу с. Белая Колль В.С. Орлову шестеро ее детей и семеро внуков. Так получилось, что дочек и сыновей ей пришлось поднимать одной (муж рано ушел из жизни), но все дети стали достойными людьми, честными, порядочными, с малых лет приученными к труду в доме и на подворье. Немало добрых слов в адрес Валентины Сергеевны прозвучало и от односельчан, ведь за 32 года работы в местном детском саду она вынесовала более двухсот воспитанников, которые теперь сами стали мамами и папами. В.С. Орлова еще и прекрасная рукодельница, мастерски вяжет на спицах, вышивает ковры. Ее работами не раз восхищались шаховчане на районных выставках изделий прикладного искусства.

В. Осина, с. Белая Колль

Термины «новость» и «информация» в большинстве газет являются синонимами, то есть словами со сходным значением, взаимозаменяемыми словами.

В некоторых районных газетах «новость» и «информацию» различают по месту на полосе или в номере, или по отражаемой тематике. Например «Новости культуры», «Информация из сельских поселений».

В качестве примера можно привести следующие материалы.

Новость

Новыми победами в профессиональных конкурсах встретили День российской печати работники Шаховского информгентства. Их труд был отмечен в конкурсах «Предпринимательство Подмосковья», фотоконкурсе «В объективе – Московия», «За лучшее

освещение проблем защиты прав человека», республиканском смотре-конкурсе областных и районных СМИ, освещающих вопросы развития агропромышленного комплекса и жизнь российского села «АГРО-СМИ-2007», в котором газета «Шаховские вести» заняла 3-е место. Вчера заведующая агропромышленным отделом газеты «Шаховские вести» Е.А. Каравашкина в числе других лауреатов конкурса «АГРО-СМИ-2007» в Доме журналистов встретилась с министром сельского хозяйства РФ А.В. Гордесвым и получила из его рук диплом победителя.

Информация

В 2007 году в рамках приоритетного национального проекта «Здоровье» было привито от гриппа 5390 человек, что больше, чем за соответствующий период предыдущего года. В первую очередь медуслуга оказывалась детям, пенсионерам, медработникам и работникам образовательных учреждений. Прививки делались бесплатно уникальной вакциной, изобретенной российскими учеными в состав которой входят вещества, повышающие иммунитет человека.

Как правило, новость, информация, пишутся эмоционально сдержанным, нейтральным языком.

Основными требованиями к заметке, информации, новости, хронике являются точность, правдивость факта, свежесть и яркость события, опора на конкретную цифру или данные, поучительность или полезность сообщения.

Информации бывают событийные (то есть рассказывающие о каком-либо событии), фактологические (то есть, отталкивающиеся от какого-либо факта. Например, в Шаховском ОВД ежемесячно регистрируется около 400 обращений граждан. Для посвященных людей это новостью не является. Но журналист решил обратиться к этому показателю в связи с тем, что в текущем месяце возросло количество обращений, связанных с потерей документов или с дачными кражами и т.д.), прогностические (например, о том, что ожидается повышение цен на импортные продукты питания в связи с резким повышением курсов доллара США и евро), оценочные (например, заметка, построенная на основании письма или телефонного звонка жительницы, в котором она негативно оценивает работу дорожников, в связи с резким снижением финансирования переставших чистить от снега дороги к малонаселенным пунктам района), программные (например, информация сотрудника отдела ГО и ЧС о том, как пользоваться самодельными

ледовыми переправами в период таяния льда, состоящая из пункта первого, пункта второго, пункта третьего..., т.е. из мини-программы действий), информации-отклики и т.д.

При сборе информации необходимо считаться с географией района и отраслью.

При подготовке материала следует избегать канцеляризмов типа «получатель государственных и муниципальных услуг», «субъект малого и среднего предпринимательства», «оказание финансовой помощи лицу, относящемуся к льготной категории граждан, чьи доходы ниже официально определенного прожиточного минимума» и т.п., избитых штампов, выражений, словесных излишеств, многотемья, двусмысленности, перыпливости формулировок. Надо точно выражать мысль, следить за логическими и грамматическими связями.

Информация, повесть, как правило, не имеют подписи, то есть идут от лица редакции, отдела новостей, либо имеют обезличенную подпись, например, «Соб. информация», «Соб. корр.», «Наша корр.».

Информация, повесть, хроника нередко даются в подборках, например, «Городские новости», «Новости культуры», «Хроника недели», «Вчера, сегодня, завтра», «В несколько строк». Информация, повесть, хроника именно из-за того, что даются в подборках, не имеют собственного заголовка или имеют общий заголовок.

В условиях жизни сельскохозяйственного района, где все жители друг с другом так или иначе связаны, живут одной семьей, заметка прижилась особо именно благодаря своей сердечности и оцепочности (позитивной или критической). Ныне, как отмечалось, во многих газетах заметка уступает свое место информации, что свидетельствует о профессионализации районной печати. Почти вся газета готовится силами штатных работников. Вряд ли это оправдано, особенно в отношении жанра заметки. Ведь чем больше в газете внештатных авторов, тем она родней для населения, тем более читатели ощущают свою сопричастность к жизни газеты, что немаловажно для роста тиража.

Порой заметки даются блоком, то есть располагаются рядом друг с другом. Каждая из заметок имеет свой заголовок, на создание которого порой тратится больше времени, чем на написание заметки. Заголовок заметки должен быть выразительным и свежим.

В заметке может использоваться образное сравнение.

Заметка популяризирует успехи, достижения, показывает новое, передовое либо служит выявлению недостатков, обличением. Заметка может быть посвящена не только событию, но и человеку. В заметке каждое слово должно нести смысловую нагрузку и не бывает второстепенных деталей. При написании заметки необходимо быть внимательным. Порой

даже опытные журналисты в редакционной спешке забывают правило четырех вопросов (Что? Где? Когда? Кто?). Тогда информация выходит без какого-либо из главных элементов, забывая сообщить читателю, когда же событие имело место, или где оно происходило. Подчас терялся главный элемент – цифровой показатель, ради которого заметка и создавалась. Были и анекдотичные случаи, когда сообщалась должность человека, место его работы, достигнутый результат, а фамилия и инициалы героя терялись.

Главными требованиями к информации являются точность факта, краткость и ясность изложения.

В районных газетах советской поры нередко создавались отделы информации, которые опирались на широкий актив общественных корреспондентов. Так, в газете Всеволяжского района Ленинградской области «Невская заря», выходившей 20-тысячным тиражом четыре раза в неделю на четырех полосах, отдел информации состоял из трех штатных сотрудников и 30 общественных активистов. В каждый номер отдел информации готовил от 15 до 20 заметок, при этом каждый из сотрудников отдела должен был подготовить не менее 20 заметок за неделю. В шаховской газете «Путь Октября» информационного отдела не было, но обычно подготовка первой полосы с информационными материалами возлагалась на 2-3 сотрудников экономического отдела. Норма в 20 заметок за неделю достигалась, если в дни подготовки первой полосы журналист освобождался от сдачи других материалов, если помимо сельскохозяйственной тематики использовались и другие темы, например, промышленности, строительства, транспорта, культуры. Высокая производительность возможна при тщательном планировании работы, создании информационной базы, в т.ч. базы, списка контактных должностных лиц, имеющих право и уполномоченных давать информацию.

Создание подобной базы – дело рук самого журналиста. При посещении предприятия, организации, после выполнения задания редакции, всегда нужно найти несколько минут, чтобы с руководителем предприятия, фирмы определить круг тех лиц, которые были бы уполномочены руководством предприятия или фирмы предоставлять информацию для газеты. Нужно найти силы поговорить с этими людьми, наладить с ними деловые отношения, проинструктировать и почаще напоминать о себе при сборе информации в номер. Информационной базой для подготовки информации, новостей, хроник, заметок служат сводные и индивидуальные планы учреждений, организаций, администрации района и поселений, календари памятных дат и т.п. Важным является умение журналиста находить и видеть общезначимые явления в повседневной жизни.

К информационным видам относятся также **отклик, реплика, острый сигнал, «молния», апонс.**

Отклик – выражение взгляда читателя на то или иное событие, например, землетрясение или акт агрессии одного государства против другого, юбилей заслуженного человека, присвоение самодеятельному коллективу звания народного и т.д. В кратком отклике (10-20 строк) автор лишь высказывает свою позицию, в расширенном отклике (30-60 строк) он не только высказывает свою точку зрения, но и аргументирует (т.е. объясняет) ее.

Реплика (в переводе с французского – возражаю), краткое замечание, возражение, ответ. Краткое выражение своего несогласия с чьей-либо позицией, краткий ответ кому-либо. Цель реплики метким словом опровергнуть версию или позицию противоположной стороны. Различают реплики-резюме, опирающиеся на общепринятые моральные устои, пословицы, поговорки, крылатые слова, цитаты авторитетных лиц, и реплики, в которых перечисляются доводы против данной позиции или решения без их защиты, подкрепления доказательствами.

Размер реплики 10 – 60 строк.

Острый сигнал – краткое сообщение критического характера, в котором указывается где и что неблагополучно, кто ответственен за волокиту при решении вопроса. Например:

Холодные процедуры

Пакануне заморозков амбулатория в д. Волочаново осталась без отопления. При реконструкции здания печку сломали еще летом. К осени руководство центральной районной больницы обещало установить электрические нагревательные приборы – конвекторы. Наступил ноябрь – отопительной системы нет. Фельдшер делает уколы пегнувшимся от холода пальцами. Пациенты рискуют примерзнуть к кушетке.

В. Озеров, инвалид Великой Отечественной войны

«**Молния**» - экстренное сообщение. Новость излагается в стиле, близком к телеграфному (по-нынешнему - SMS). Порой это всего одно-два предложения.

Например:

«Завод «Восход» по производству телевизоров нового поколения, вчера, 28 октября, дал первую продукцию. Качество ее на уровне самых высоких стандартов!».

«Молния» позволяет немедленно (вплоть до последних минут до подписания полосы в печать) откликнуться на важное событие в жизни района: трудовую победу в областном конкурсе, награждение коллектива или человека государственной или губернаторской наградой, победой

районной команды в областном первенстве или фестивале и т.д. «Молния» не имеет подписи, то есть информация подается от имени редакции. «Молния» либо не имеет заголовка (если дается в виде «шапки», то есть над названием газеты), либо название «Молния» идет вместо заголовка. Материал броско выделяется оформительскими элементами.

Анонс в переводе с английского языка означает возвещение, объявление. Анонсом называют краткое сообщение о будущем возможном мероприятии: выставке, концерте, спортивном состязании или чемпионате. В отличие от рекламного текста анонс не расписывает достоинства мероприятия, а дает объективную информацию о месте и времени проведения мероприятия, составе его участников. От объявления анонс отличается тем, что сообщает о событии, которое ожидается, в то время как объявление может информировать о событии или явлении уже происходящем или прошедшем.

Расширенная информация. Информационный микс. В отдельных изданиях, берущих пример с массовой полубульварной прессы, информации достигают до 60-100 строк, заключенных в 4-8 абзацев.

Подобные сообщения строятся по британскому стилю и включают собственно новость, выделяемую жирным или более крупным шрифтом, подробности этой новости и подробности подробностей, либо комментарий, впечатления, оценки, рассказ очевидца, данные статистики и т.д.

Информация такого типа отвечает не на стандартные четыре, а на гораздо большее количество вопросов и по сути приближается к тому, что в британском стиле называется «историей». Тексте, в котором автор должен дать ответ не только на классические вопросы (что, где, когда произошло? кто участник?), но и рассказать как произошло событие, почему произошло, на каком фоне, при каких обстоятельствах, дать мнения очевидцев, комментарий и т.д.

В советские времена информации, заметки, новости, хроника были главным украшением первой полосы. Ныне, когда районные газеты превратились в еженедельные 24- и 32-полосные издания, первая полоса отдана яркому выразительному снимку, а новости переместились на вторую, третью или даже четвертую или предпоследнюю полосы.

Уменьшилось и их количество, особенно в соотношении с общим количеством материалов иных жанров. Тем не менее, информация, заметка, новость, хроника в полном объеме сохраняют читательское внимание и любовь.

Есть газеты которые в основном состоят из повестей в ущерб иным жанрам. Как правило, сужение жанровой палитры приводит и к сокращению отражаемых главных направлений жизни района, их поверхностному освещению.

Глава 8

Отчет

Отчет – по словарю С.И. Ожегова – сообщение о чем-либо.

Задача отчета сообщить читателям о событии, его ходе, точном развитии действия, главных действующих лицах так, чтобы дать достаточно полное представление о сути, содержании мероприятия, его итогах. Отчет есть описание переня чего бы то ни было, составных частей официального, спортивного, культурного мероприятия, проделанной за определенный период работы.

Отчет наряду с информацией является старейшим из журналистских жанров.

С XVII века в Германии, Франции, Англии встречаются пространные отчеты о приемах при королевских и герцогских дворах, королевских выездах, парадах, службах, молебнах, о парламентских заседаниях, светских собраниях, благотворительных вечерах, скачках, громких судебных процессах.

На Руси отчеты о приемах при иностранных королевских дворах появляются еще в рукописной газете «Куранты» (то есть «Вести», «Вестовые письма»), известной с 1600 года. При Петре Великом в газете «Ведомости» публиковались отчеты о приеме иностранных послов и значимых событиях, происшедших в столицах.

Во всех европейских странах популярностью пользовались отчеты с громких судебных заседаний. Большое общественное значение имели в свое время отчет В.Г. Короленко «Мултанское жертвоприношение» (1895-1896) и книга Джона Рида «10 дней, которые потрясли мир», которую автор называл подробным отчетом.

Отчет – это развернутое сообщение о единственном событии, в целях передачи сути его содержания.

Наилучшим образом жанр отчета подходит для рассказа о событии, для которого характерна устная форма выражения содержания, например, о заседании Совета депутатов, торжественном собрании по случаю празднования Дня защитника Отечества, о заслушивании отчета работы администрации района или отделов администрации, об итоговом совещании педагогов, семинаре культработников и т.п. То есть о тех мероприятиях, где событие развивается через череду устных выступлений участников.

Отчеты бывают краткими и развернутыми (прямые, общие, информационные отчеты). Подчас об одном и том же важном событии, например, заседании Совета депутатов, районная газета рассказывает дважды. Сначала в кратком отчете, который называют еще информационным, затем в последующем номере в развернутом отчете.

С первых своих строк отчет должен отвечать на вопросы ЧТО, КОГДА

и ГДЕ произошло, КТО был в числе основных или важных участников.

Цель отчета рассказать КАК проходило данное мероприятие (дать его схему, состав частей, характеристики), и в каком ПОРЯДКЕ (что в какой последовательности происходило), дать ИТОГИ мероприятия, то есть раскрыть его сценарную (внешнюю) и содержательную (внутреннюю) суть. Краткий отчет, сделанный часто непосредственно после завершения мероприятия, дает сжатую характеристику прошедшего, называет последовательность и имена выступавших, сообщает о принятых итоговых документах. Информировать где и когда состоялось мероприятие.

В качестве примера сжатого информационного отчета можно привести следующий материал.

Для обновления школ

27 августа в районном Доме культуры прошла традиционная августовская конференция работников образования Шаховского муниципального района.

В ее работе приняли участие педагоги, руководители района и служб, главы городского и сельских поселений, ветераны педагогического труда, общественность. С докладом «Актуальные проблемы реализации приоритетного национального проекта «Образование», регионального комплексного проекта модернизации образования и основные направления развития образования на 2008-2012 годы» выступила 1-й заместитель главы администрации Шаховского муниципального района начальник управления образования Шаховского района Г.К. Воробьева, которая подвела итоги работы педагогических коллективов и рассказала о перспективах развития сферы образования.

Заместитель главы администрации района по экономике О.П. Демештьева рассказала о планах социально-экономического развития района на период 2008-2012 годов и о том, специалисты каких профессий будут востребованы. Данная информация участниками конференции была принята к сведению. В обсуждении доклада Г.К. Воробьевой приняли участие директор Шаховской гимназии Н.Н. Пиццолла, директор Шаховской школы №1 Е.А. Комарова, директор Середицкой средней школы Л.В. Бусыгина, ветеран педагогического труда В.И. Кудряшов, руководитель методического кабинета управления образования Т.А. Крылова и др.

П.П. Пиццолла рассказала об участии в областном конкурентном проекте «Образование», Е.А. Комарова - о практике подготовки к

единому госэкзамену, Л.В. Бусыгина - о подготовке школы к новому учебному году и отопительному сезону, В.И. Кудряшов - об организации факультативных занятий по профильным предметам, Т.А. Крылова - об опыте учителей-новаторов и внедрении прогрессивных методик преподавания. В ходе конференции состоялось награждение ветеранов педагогического труда Почетными грамотами Министерства образования и Благодарственными письмами администрации Шаховского района.

Педагоги аплодисментами приветствовали четверых молодых специалистов, в этом году начинающих свою трудовую биографию в школах района.

В заключение конференции Г.К. Воробьева от имени губернатора Московской области Б.В. Громова и главы Шаховского муниципального района В.И. Баки поблагодарила учителей - участников совещания и в их лице всех педагогов района за целеустремленный труд и пожелала новых творческих успехов в профессиональной деятельности.

О. Ильичева

Автор отчета должен обязательно проверить и правильно назвать имена, фамилии, отчества участников события, их должности и место работы. Если в публикации излагаются формулировки принятых решений и задач, то они должны быть точными, данными не в пересказе, а в дословном изложении.

Развернутый отчет дает максимально полную картину события, дословно передает выступление основного участника и кратко излагает выступления других участников или дает полные выступления всех участников. Такой наиболее полный отчет называется **стенографическим**. Стенографический отчет называют также **официальным отчетом**.

Задача информационного или стенографического отчета - дать точное отражение происшедшего, в том порядке и последовательности, какое оно имело в действительности, например, достоверно передать кто за кем выступал, суть выступлений ораторов. При подготовке стенографического отчета автор использует стенограмму выступления или его диктофонную расшифровку. В информационном отчете автор максимально точно старается пересказать выступление, пользуясь выражениями и формулировками оратора или приводит выдержки, цитирует выступавшего. Достоинство журналистского отчета перед отчетом стенографическим в том, что журналист отбрасывает малозначащие детали, информационный мусор, фактически дает не речь как таковую, а отчет о речи, то есть передает лишь ее суть, самое главное и существенное, без лирических отступлений докладчика, комментариев, реплик, замечаний и т.д.

освещает журналист, не носит протокольного характера, является культурным, спортивным, деловым, отраслевым, его возможно передать в авторском виде или, то есть сделать **авторский отчет**. С точностью передавая ход происшедшего, автор в кратком вступлении или заключении может рассказать о месте проведения собрания, его атмосфере, охарактеризовать или описать участников, их поведение и реакции. Автор в сжатом виде может передавать выступления всех участников, может передать выступления только наиболее важных гостей, а остальных выступавших перечислить в конце материала, может позволить себе комментарии или пояснения к позициям выступавших, дать оценку мероприятия устами одного из участников и т.д.

Авторская форма отчета используется и тогда, когда надо рассказать о выступлении районной команды или отдельных участников на областном, зональном или межрайонном мероприятии. Тогда рассказывается только о тех событиях, участниками которых были районные представители, а остальные события либо остаются за кадрами материала, либо о них сообщается очень кратко. Информация об участниках события из других районов так же дается лишь по мере необходимости проиллюстрировать достижения своих земляков.

Стремясь выделить главную суть происходящего, основные проблемы, поднимаемые выступавшими (если целесообразно давать официальный отчет), автор может опустить третьестепенные темы и моменты для того, чтобы рельефнее выделить самое значимое. Такой отчет называется **аналитическим**. В аналитическом отчете автор может прибегать к комментариям, давать дополнительный справочный материал, не использовавшийся выступающими.

Существует вид **тематического отчета**. В этом случае событие является как бы поводом и иллюстрацией выбранной журналистом общественно важной темы. Зачастую на тематический отчет подталкивают сами выступающие, большинство из которых в своих речах сосредотачиваются или затрагивают одну и ту же проблему. В таком случае об обсуждении иных вопросов сообщается в отчете предельно кратко. Зато при раскрытии основной темы разговора автор может привлечь дополнительный материал из практики других предприятий или отраслей или даже соседних районов.

Автор может использовать мнение или позицию авторитетных руководителей или специалистов своего района или области, то есть лиц, на данном мероприятии не присутствовавших. Поскольку в тематическом отчете происходящее событие имеет второстепенную роль, журналист может для более последовательного развития темы менять очередность прозвучавших на форуме выступлений. То есть, в начале тематического отчета рассказать о выступлении, в действительности прозвучавшем в

середине или в конце мероприятия, а выступление, прозвучавшее в начале, сделать последним. Тематический отчет может быть посвящен изложению нескольких вопросов.

Существует вид **проблемного (критического) отчета**. В данном случае само событие, так же как и в отчете тематическом, используется лишь как повод раскрыть или поставить перед читателем злободневную проблему. Например, при обсуждении отчета о выполнении коллективного договора на профсоюзном собрании выступающие старательно обходят наиболее болезненную для данного коллектива проблему или говорят о ней вскользь. Делая слабопрозвучавшую на собрании тему главной, журналист может допускать прощупывание или другие экспрессивные (оценочные, выразительные) средства, может разрывать выступления оратора, чтобы вставить свой комментарий, может выделять отдельные слова или фразы выступавших, может вступать в полемику с ораторами, прибегать к характеристике действующих лиц, отстаивать и излагать свою позицию или видение решения проблемы. Подготовка проблемного отчета предшествует большая предварительная работа, хорошее знание всего комплекса фактов, статистического материала, примеров решения данной проблемы на других предприятиях или в отраслях. В проблемном отчете журналист старается показать корни негативного явления.

Если в информационном отчете главное - точно передать сценарий действия, то в аналитическом отчете ставится задача показать внутреннюю связь докладов, речей или действий с реальными проблемами, ситуацией, процессами, существующими в жизни предприятия, отрасли, района, данной среде. И уже исходя из этого сопоставления вынести оценку выступлениям или действиям участников мероприятия.

При подготовке отчета журналист обязан иметь протоколы, или сценарии, или планы, или расписание проведения мероприятия, список выступавших или участвующих с указанием фамилий, имен, отчества, должностей или названий команд, ансамблей или точного обозначения других действующих лиц или субъектов мероприятия, записи выступлений, точные цифры, или показатели, или оценки, критерии этих оценок или показателей. Если подобное мероприятие, о котором рассказывает журналист, является традиционным, то целесообразно посмотреть аналогичные публикации предыдущих лет, побеседовать со специалистами о том, чем данное мероприятие отличается от предыдущих. Журналист должен сверить свои впечатления с мнениями авторитетных участников данного события и мнением организаторов, поинтересоваться предварительной расстановкой сил, если речь идет о спортивном соревновании или творческом конкурсе. По ходу мероприятия обязательно зафиксировать реальный ход событий, очередность выступавших, отметить характерные

или яркие детали, записать участников, которые могли бы выступить в роли консультантов и их контактные телефоны. В авторском отчете журналист пишет о том, что он сам видел, слышал, воспринял и как это оценил, старается раскрыть смысл принятых решений или достигнутых результатов. Отчет авторский, проблемный, тематический - это взволнованный отклик на происходящее. Здесь необходимо уловить все интересные мысли, предложения, критические высказывания, интересные факты или детали. Отчет относится к информационно-публицистическим жанрам. В информационном и стенографическом отчете главными критериями являются оперативность и точность, строгая последовательность в изложении событий. Отчет - это картина жизни, и, чтобы ее написать хорошо, надо знать эту жизнь.

В современных районных еженедельниках отчет является самым популярным или одним из самых популярных жанров. Например, за июль 2008 года еженедельник «Шаховские вести» опубликовал 21 отчет, из которых только три были сделаны с совещаний и заседаний. Три отчета были посвящены деятельности отделов районной администрации, шесть рассказывали об организации отдыха детей, три отчета были написаны с конкурсов, три - со смотров, два - с праздников, один - со спортивного мероприятия.

Популярность жанра отчета отчасти объясняется тем, что многие работники администрации, работники культуры, спорта, руководители молодежных клубов, социальных центров используют выступления в печати как дополнительный способ демонстрации своей деятельности перед начальством. Многие даже наклеивают эти публикации на листочки и подписывают их в дело для показа проверяющим. Поэтому они активно приглашают журналистов на свои мероприятия, подчас даже предоставляя свой транспорт, или сами пишут в газету о прошедшем мероприятии в форме отчета. Так после Нового года, 23 февраля, 8 марта, Дня пожилых людей на газету обычно обрушивается шквал писем едва ли не со всех деревень, где есть клубы, о том, как здорово прошел у них этот день. Отдавая дань инициативе трудящихся и ветеранов, все же следует не забывать и об иных темах, событиях общественной жизни.

Глава 9

Репортаж

Термин «репортаж» в переводе с латинского означает передавать, сообщать. Задача репортажа не только дать ответ на вопрос, как происходит событие, где происходит, что происходит, кто является участником, кто свидетелем, но и (порой именно это и бывает самым главным и важным) как присутствующие реагируют на происходящие действия, какие это вызывает ощущения. Репортаж - это рассказ о происходящих действиях,

разворачивающемся событии.

Суть репортажа хорошо передают строки хрестоматийного когда-то стихотворения С.В. Михалкова: “Мы видим город Петроград// В семнадцатом году:// Бежит матрос, бежит солдат, // Стреляют на ходу// Рабочий тащит пулемет,// Сейчас он вступит в бой, // Висит плакат: “Долой господ!// Помещиков долой!”

Действие – суть события, поэтому очень часто глаголы даются в настоящем времени. Репортер является соучастником происходящего. Он начинает рассказывать читателю о событии с того момента, когда оно только началось и конец (результат) его еще не был известен. Репортер описывает разворачивающуюся на его глазах картину в реальном времени, погружая читателя в развивающееся действие, эмоциональный фон и создавая впечатлительное присутствие.

Порой главным является не само описываемое действие, а рассказ о людях, в этом действии занятых, их целях и настроении. Например, все действие торжественного пуска завода сводится к церемонии перерезания красной ленты и включению рубильника (нажатию на кнопку пуска конвейера). Но пока готовится и длится это действие или пока в конце главного конвейера не появится первый экземпляр продукции, журналист должен рассказать, сколько души и труда было вложено в разработку и осуществление проекта этого завода, кто из принимающих участие в торжестве строителей закладывал первый кирпич, возводил здание, проводил монтаж оборудования, осуществлял наладку производства, подбирал штат работников, обучал будущих специалистов, спускал с конвейера пробные экземпляры продукции и т.д. Он должен постараться описать настроение людей, их лица, чувства, мысли.

Работники желтой прессы, находясь, допустим, на празднике города, тоже опрашивают участников события. Но если журналист качественной прессы беседует с участниками события для того, чтобы они своими словами, размышлениями, аргументами пришли к тому же выводу, который разделяют большинство собравшихся, и тем самым привнесли дополнительную краску в гармоничную палитру, то работник желтой прессы преследует совсем другие цели. Его задача – выйти в праздничном и радостном многолюдье тех, которым все это действие поперек горла. Например, бизнесмена, торопящегося на деловую встречу и попавшего в пробку из-за прохождения праздничной колонны, жильца аварийного дома, в котором спина ступенька лестничного пролета. Подростка, которого родители-пьяницы отправили торговать пакетами для продуктов, чтобы раздобыть деньги на похмелье, и т.д. Накопив или придумав таких персонажей, работник желтой прессы потом напишет, что вот в то время, когда отцы города устраивают шумные и дорогостоящие праздники, простые

люди голодают (живут на улице, торгуют своими детьми и прочее). То есть задача желтой газеты создать диссонанс, попытаться поменять энергетнику людей с плюса на минус, реальное затмить выдуманным, до неузнаваемости искорежить картину действительности.

Журналист районной газеты – участник созидательного, позитивного процесса, он вносит свою лепту в развитие района.

Вот пример репортажа из газеты «Путь Октября» за 1976 год.

Репортаж

Выезд разрешаю!

Еще не рассеялся почвой сумрак, поселок Шаховская еще едва-едва пробуждается, а здесь, у деревни Малое Судислово, база автохозяйства треста «Гидроэнергоканалстрой» уже встречает нас гулом автомобильных моторов. Работа здесь не замирает даже в ночные часы. Вот и сегодня те, кому надо было отправляться в дальние рейсы в Ивановскую или Горьковскую области, пришли сюда к пяти часам утра, не мешкая, отправились в рейс и, вероятно, уже преодолели первую сотню километров. Сейчас, по всей видимости, они приближаются к Москве.

Возвращаются из дальних рейсов водители нередко за полночь, поэтому и диспетчерская и ремонтная службы всегда на посту и готовы прийти на помощь.

Сейчас приступила к работе утренняя смена. Ремонтники оказывают помощь водителям в подготовке машины, диспетчеры раздают путевые листы, автомеханики проводят предрейсовый осмотр автомобилей.

Не так-то просто завести двигатель почти в тридцатиградусный мороз, поэтому некоторые водители еще носят к машинам горячую воду из котельной, а самые опытные шоферы уже вырывают свои машины к воротам, на площадку осмотра.

Среди выезжающих Иван Андреевич Мащенко. Машина у него надежная – новенький «КрАЗ-256». Иван Андреевич уже провел всю предрейсовую подготовку, заправился горючим. Ехать ему предстоит в Малое Крутое на вывозку грунта из-под шагающего экскаватора. И.А. Мащенко уверен, что машина его не подведет и план грузоперевозок будет успешно выполнен. За ударный труд водитель недавно был награжден орденом Трудовой славы III степени.

И.А. Мащенко заводит машину на площадку осмотра. По команде автомеханика по выпуску включаются фары, проверяется работа тормозной системы, системы рулевого управления. В кабине водителя тепло. Исправно работает автопечка. Стекла кабины чистые. Доволен механик и внешним видом автомобиля. Путевые документы также в порядке. Вот механик расписывается в путевом листе и дает команду: «Выезд в рейс разрешаю!» Машина скрывается за воротами предприятия.

На смену «КраЗу» Мащенко на осмотр встает самосвал Б.И. Яценко. Борис Иванович тоже опытный водитель. Его труд недавно был отмечен знаком «Ударник десятой пятилетки».

Сегодня Б.И. Яценко предстоит работать в Москве, поэтому осмотр машины вдвойне строг и придирчив. Однако, замечаний не возникает. Самосвал допускается в рейс и покидает территорию предприятия. В очередь на предрейсовый осмотр выстраиваются автомобили водителей А.И. Борзикова, Н.Д. Воробьева, В.И. Новгородцева. Они будут работать на территории соседнего Зубцовского района. Их машины также готовы к трудовым маршрутам.

Высокое профессиональное мастерство водителей, качественное обслуживание техники, хорошая ремонтная база позволили автопредприятию перевыполнить годовой план грузооборота и успешно выполнить обязательства января 1976 года.

Н. Серков, наш корр.

Из истории жанра

Слово репортаж в переводе с латинского означает доставленную повесть. Репортер – человек, добывающий, доставляющий, передающий повесть.

В старой Англии репортером назывался сотрудник газеты, сообщающий о дебатах в парламенте, судебном заседании.

В конце XIX века репортажем назывался любой материал, сообщающий новости, подробности.

В репортажах авторы стремились передать не столько суть и сценарий события, как в отчете, а обстановку, в которой оно происходит, его видеоряд, отдельные детали, действующих лиц, последовательность действия, красочную картинку происходящего, так, чтобы читатель мог представить себе происшедшее событие. Таким образом, благодаря репортерам мы можем «увидеть» события тех времен, когда не существовало кинохроники и телевидения. Когда фототехника стала более мобильной, появился жанр фоторепортажа, в которых фотография была главным документом, а текст служил комментарием к фотоснимкам. Фоторепортажи служат украшением газеты и в наши дни. При написании репортажа журналист, таким образом, как бы заменяет фото или кинообъектив, беря на себя труд описания происходящего словом.

При работе над репортажем журналист использует сравнения, ассоциации, параллели, противопоставления, весь запас своих знаний, ощущений, способности к образному мышлению, знание литературой классики.

Репортаж – жанр оперативный. Районную газету советской поры невозможно представить без первополосного репортажа с жатвы, пахоты,

внесения оргтехники, ремонта техники, с животноводческой фермы, стройки, предприятия и т.д. Ныне производственная тема востребована мало, редок стал в газете и репортаж, хотя он может быть посвящен не только производству, но любому общественно-значимому событию, в котором развивается интересное или общественно-значимое действие, например, митинг в День Победы у районного мемориала воинам, павшим в Великую Отечественную войну.

В западных бульварных газетах со старых времен за репортерами укрепилась репутация ловцов сенсаций, так как у публики всегда пользовались спросом скандальные или громкие, шумные события, происшествия.

Один французский журналист сетовал: «Когда мы появляемся у фермера? Конечно, же, не тогда, когда у него все идет хорошо. Но если случится пожар, убийство, если сын попадет в тюрьму, или жена отравит мужа – тогда мы все тут как тут».

Эгон Эрвин Киш, знаменитый чешско-австрийский журналист (1885-1948), с юмором вспоминал о своем первом репортаже, когда по неопытности во время пожара на ветряных мельницах не смог собрать ни одного факта и, боясь, что его выгонят из газеты, придумал фантастическую ужасную и кровавую драму. Этот его «репортаж» был напечатан на первых страницах издания, сделал его известным среди читателей и изгоем среди представителей репортерского цеха, которые много лет не пускали его в свой клуб и не здоровались с ним, потому что им досталось от своих редакторов за то, что они не увидели всех этих «интересных событий».

Русскими мастерами репортажа были В.Г. Короленко и В.А. Гиляровский. Гиляровский, например, передавал свои ощущения и действия стихии, побывав в центре урагана, описывал он трупы Хитрова рынка в Москве, быт рабочих на кустарной фабрике в Подмосковье. М.Горький получил популярность как автор репортажей с Нижегородской промышленно-художественной выставки 1896 года. Среди специалистов известны репортажи Д. Фурманова, А. Серафимовича, Л. Рейспер. Мастером советского репортажа был Михаил Кольцов. Его произведения этого жанра «Мертвая петля», «Три дня в такси», «Семь дней в классе», «В ЗАГСе» и прочие читаются с интересом. Запоминающиеся репортажи можно найти у М. Шагнияи, Л. Кассия, В. Пескова, Е. Рябникова.

Геннадий Бочаров писал репортажи о людях, попавших в необычные условия, трудные ситуации, Василий Песков – репортажи о природных явлениях, например, о вулканах. Про репортеров говорят, что они вездесущие и всезнающие люди.

Чтобы стать очевидцем события, репортеру необходимо было узнать о нем раньше того, чем оно начнется, первым прибыть на ожидаемое место

действия, занять удобную позицию, собрать предварительный материал.

Для западной журналистики издавна были характерны скандалы на ровном месте, особенно из мира шоу-бизнеса, слухи, «утки», дутые сенсации, скандалы, перетряхивание грязного белья с целью опорочить конкурента.

Советские журналисты писали репортажи с великих строек, о полетах Чкалова, спасении челюскинцев, освоении Дальнего Востока и прокладке БАМа, строительстве КамАЗа, подъеме Нечерноземья, стартах космических кораблей. Инженер-журналист Ярослав Голованов внедрил в практику научно-популярные репортажи о новинках техники, научных открытиях и безграничных возможностях человека.

Особенностью репортажа как жанра является передача ощущения от происходящего действия, эмоциональный рассказ очевидца события. Ветеранам известны телевизионные спортивные репортажи Николая Озерова и радиорепортажи с футбольных полей Вадима Спявского. Репортаж не терпит приукрашивания фактов, так как это снижает доверие читателя, знающего свой район.

Опытные журналисты отмечали: «С кондачка описывать то, что плохо знаешь, очень не легко. И слов нет, и сказать нечего. Выходит пустословие». Для репортажа нужна точность оценок и характеристик, скрупулезная тщательность в выборе фактов и цифр. Репортаж – жанр исследовательский. Отчет – вид на событие снаружи, репортаж – вид события изнутри. Отчет можно написать с чужих-то слов, по документам. Репортаж всегда пишется очевидцем. При написании репортажа журналиста выручает широкий кругозор, хорошая профподготовка, использование многообразных источников информации. Нет хорошего репортажа без напряженного сюжета. Событие должно быть показано в развитии. Длинные и пространственные рассуждения в репортаже противопоказаны. Репортаж пишется увлеченным человеком.

Тематический круг репортажа не ограничен. Репортер - желанный гость на производстве, в поле, на ферме, в студенческой аудитории, в походе, на спортивном состязании. Каждому работнику хочется, чтобы воспели его труд, показали его проблемы, радости, печали. Репортаж – жанр-разведчик – показывает КАК ТАМ. Репортаж может быть и орудием критики и постановки проблем. Чтобы ощутить на себе груз той или иной профессии, журналисту нередко приходится менять профессию, то есть встать на место педагога, воспитателя, водителя, механизатора, доярки, продавца, почтальона, фермера и показать неделю или хотя бы один день их жизни. Например, в репортаже с уборки зерновых репортер показывает будни комбайнера, условия его труда, возможности техники, организацию уборочного процесса в хозяйстве, благородные устремления сельского труженика. Репортажи являются поводом для дискуссий, факторами

организации читательского мнения. Задача репортажа - обратить внимание на то или иное явление. По заданию редакции журналисты сидят в очереди на прием к врачу, ищут в аптеках то или иное лекарство, пробуют подшить платье, получить справку у чиновника. Нередко вместе со специалистом в той или иной отрасли журналист ищет выход из сложившейся ситуации, на собственном опыте показывает, как решается та или иная задача. При этом репортер не только дает зримую картину происходящего, но и разъясняет суть явления, поддерживает работников отрасли.

Репортер стремится постичь правду жизни, раскрыть незаурядность события, красоту человека, рассказать об опыте, поставить проблему и помочь читателю увидеть ее со стороны специалиста.

Репортер может действовать как по заданию редакции, так и самостоятельно высмотреть событие и после соответствующей подготовки принять в нем участие.

При создании репортажа, общении с людьми от репортера требуются такие качества как общительность, доброжелательность, старание, такт, трудолюбие, готовность к испытанию.

Репортер наглядно описывает обстановку, в которой происходит событие, с живыми деталями, картинками, разговорами или мнениями людей, может использовать диалог, сравнение, личное наблюдение, исторический опыт, аналогии.

Репортажи бывают событийные, познавательные, проблемные, экспериментальные, публицистические, литературно-исторические.

Композиционная форма репортажа более свободна, чем в отчете, и зависит от темы, содержания и метода отражения действительности. Наметив тему, репортер определяет адрес события, его предполагаемых участников, планирует, как построить материал, как смонтировать главные события и вспомогательный материал.

Назначение материала диктует и выбор стилистических особенностей, образность, используемые эпитеты, сравнения, метафоры, уровень эмоциональности, применение эффекта сопереживания, определяет ритмику текста, форму подачи материала. Зачастую репортажу предшествует большая предварительная работа, изучение проблемы, накопление наблюдений и мыслей.

Автор репортажа должен преимущественно рассказывать о тех фактах и эпизодах, которые видел лично, хотя может и прибегать к обобщениям, использовать беседы с ветеранами или специалистами.

Как правило, событие в репортаже разворачивается в его естественной последовательности, хотя в ряде случаев газетчик может начать и с конца или середины события. То есть эмоционального пика. Иногда в центре внимания репортажа действия, чувства, мысли одного человека, иногда

главным действующим лицом выступает бригада, коллектив цеха, спортивная команда, коллектив художественной самодеятельности.

Глава 10

Интервью

Интервью – от английского – «беседа» - метод получения и сбора сведений посредством опроса, беседы, живого общения двух лиц: интервьюера и интервьюируемого.

Интервью - публицистический жанр (от латинского слова – публикус – общественный), то есть принадлежит к роду произведений, посвященных актуальным проблемам и явлениям текущей жизни. Цель публицистики – обращение внимания общества на те или иные проблемы с целью формирования общественного мнения, которое выражается затем в конкретных политических и экономических требованиях партий или общественных движений. Назначение интервью – правдиво из достоверных и авторитетных источников, то есть от конкретных должностных лиц, общественных деятелей – носителей информации - сообщить читателю наиболее важные сведения, осветить общественно значимый факт, какое-либо событие, начинание, тему, явление, отразить общественное мнение. Целями интервью могут быть познавательная информация, новая или свежая информация, воспитательная информация.

В качестве примера можно привести следующую публикацию из газеты «Шаховские вести».

«Денница» запоет в Монако

Известие о том, что народный коллектив Шаховского районного Дома культуры фольклорно-инструментальный ансамбль «Денница» приглашен в Монако, быстро облетело район. О подробностях этого путешествия мы попросили рассказать руководителя коллектива заслуженного работника культуры Московской области Л.С. Бровкшну.

- Лина Семеновна, расскажите, пожалуйста, нашим читателям о столь лестном приглашении.

- Наш коллектив не раз успешно выступал на областных и Всероссийских фестивалях, отмечен многими наградами. Недавнее выступление на фестивале «Москва – город мира» запомнилось многим специалистам, были среди них и те, кто формировал культурную программу Международной ярмарки, которая пройдет через несколько недель в Монако под патронатом принца Альберта II. Нам прислали приглашение, разъяснили условия поездки, пожелания к программе выступления. Коллектив отнесся к этому с

большим энтузиазмом.

- Расскажите подробнее о самой Международной ярмарке.

- На этом представительном форуме традиционно происходит сотни встреч деловых людей, деятелей культуры. Впервые в этом году Российская Федерация выступит в качестве главной из приглашенных стран. России выделен самый большой павильон, в котором разместятся многочисленные экспозиции лучших предприятий со всех областей и республик. Здесь же будет проходить и обширная культурная программа с участием художественных коллективов. Мы будем представлять родное Подмосковье.

- Какие песни вы будете исполнять?

- Программа будет достаточно разнообразна. В ней найдется место и таким хитам как «Подмосковные вечера», и малоизвестным русским народным песням, которые мы записали в наших отдаленных деревнях, будут и пародные песни Рязанской, Брянской и ряда других центральных областей России.

- Ваш коллектив весьма многочисленен. Был ли какой-то отбор кандидатов?

- В принципе, мы могли взять весь состав ансамбля. Но по ряду обстоятельств ехать могут далеко не все. Документы мы подали на 15 человек, у которых уже были загранпаспорта. Это костяк нашего коллектива. Большинство самодеятельных и профессиональных артистов поют в «Депшице» более пяти лет.

- Кто помогает вам в организации поездки?

- Любое гастрольное выступление – дело хлопотное и дорогостоящее. Ведь с собой в Монако мы возем костюмы, инструменты, аппаратуру, все, что необходимо для красивого и качественного выступления. Стоимость билетов туда и обратно тоже зона нашей ответственности. Без спонсоров здесь просто не обойтись, и это счастье, что у ансамбля много друзей. нас поддержали материально такие предприниматели, как В.В. Гридцев, Л.Г. Кашковский, Е.В. Лемина, П.В. Румянцева и еще ряд бизнесменов.

- Спасибо за интервью. Пусть в далеком Монако услышат голоса наших земляков. Успехов вам и благосклонной публики!

Т. Иванова, наш корр.

Различают интервью **монолог (комментарий)**, которое представляет из себя сообщение или заявление компетентного, т.е. знающего лица по вопросу, предложенному читателем или корреспондентом. Такой вид

интервью еще называется комментарием. Нередко газета заводит специальную рубрику «Письмо комментирует...», часто используют газеты комментарий в «Колодке юриста», рубриках «Спрашивали - отвечаем», «Наши консультации». Как правило, в этих интервью, содержащих один-единственный вопрос и единственный развернутый ответ-комментарий специалиста приводится дословно, стенографично. Если же текст подвергался обработке корреспондента или дается в изложении, то под таким материалом обязательно указывается: «беседу записал корреспондент такой-то». Подобное интервью-монолог по своему характеру приближено к корреспонденции, статье, письму, комментарию, очерку, рецензии и отличается от них только тем, что указывает на инициатора появления материала, то есть читательскую почту, газету в целом, отдельного корреспондента, на тот или иной информационный повод (например, юбилей руководителя самодеятельного коллектива, присвоение ему почетного звания, выход книги самодеятельного поэта). Например, в свое время интервью-монолог с Василием Макаровичем Шукшиным по поводу его весьма шумевшего тогда фильма «Калина красная» было опубликовано в газете «Правда». Если бы газета опубликовала это выступление в виде статьи, то получилось бы, будто газета ЦК КПСС пропагандирует «не совсем партийный» фильм. Если бы для удобства прочтения текст Шукшина разбили на ряд вопросов, то пришлось бы указывать и человека, который их задавал. Вышло бы, что это корреспондент газеты перелопатил всю читательскую почту, выбрал наиболее интересные и острые письма, не побоялся озвучить не очень партийные и не очень лестные для Шукшина выдержки-вопросы в присутствии писателя. Форма же интервью-монолога позволила главной партийной газете как бы остаться в стороне от общественных страстей. Мол, к нам пришли письма в адрес писателя, мы их все переправили адресату, и он сам, отвечая одному читателю, заодно ответил и на вопросы остальных, не называя их имен, чтобы не навлечь на них реакцию соседей или коллег по работе.

Комментарно присущи вопросы: что (кто) совершил действительно? при каких обстоятельствах? почему? кому выгодно? какова ситуация? что делать? как лучше? какие существуют различия (противоречия)? чего следует ожидать? Комментарий представляет собой доказательное рассуждение с ясным выводом по поводу заданного вопроса, либо справку юридического, медицинского и т.п. характера.

К интервью-монологу относится и **интервью-мнение**, представляющее собой краткое изложение факта и развернутый комментарий к нему специалиста.

В **интервью-сообщении** главное - его информационная составляющая. Нередко в целях придания динамичности тексту он либо сокращается, либо

дается в изложении, то есть получается материал, близкий к жанру отчета, в котором выступающий является единственным участником события. В информационном интервью журналист не комментирует полученные сведения. Главная его задача дать ответ на вопросы что? где? когда? Если он начнет допытываться почему произошло событие, каким образом оно происходило, каковы будут последствия происшедшего, то из информационного интервью будет переходить в аналитическое.

В **интервью-диалоге** приводятся полные ответы собеседника порой со стенографической точностью, если беседа происходит с важным должностным лицом или крупным общественным деятелем. В таком интервью нередко и вопросы журналиста составляют не одно предложение. В подобном интервью вопросы как бы задают топ ответа. В ответе продолжается мысль, родившаяся в вопросе. Развитием этой формы интервью является беседа двух или нескольких лиц и «круглые столы».

В **интервью-беседе** мнениями обмениваются две и более равнозначные личности, допустим, писатель и критик, писатель и политик, философ и социолог. Например, в Волоколамском районе несколько членов Союза писателей. Член Союза писателей и руководитель местного литобъединения Александр Ивушкин являлся одно время и сотрудником районной газеты, то есть мог выступать одновременно и как критик в беседе с другим писателем, и как журналист. И такие интервью-беседы имели право на существование. А вот беседа о политике редактора и ответсекретаря, напечатанная в одной из районных газет, вряд ли была уместна. Из текста было видно, что говорящие представляют только самих себя, неизвестно почему решив, что их разговор будет интересен тысячам читателей. Если бы данные лица являлись активистами каких-то общественных объединений или местных отделений разных всероссийских партий, тогда оправдание бы было.

В **интервью-«круглом столе»** мнениями по строго обозначенной теме обмениваются или отвечают на вопросы корреспондента сразу несколько человек. В таких материалах стенограмма напрямую употребляется очень редко, и, как правило, журналист приводит лишь те мнения или выступления, которые развивают тему, показывают ее с разных сторон, остальные части выступлений из публикации исключаются.

Существует и такой вид интервью как **интервью-зарисовка**, в котором помимо кратких вопросов журналиста, пространных ответов собеседника, журналист вставляет исторические документы, передает обстановку, в которой происходил разговор, дает словесный портрет собеседника, описывает его реакцию на тот или иной вопрос или отношение к тем или иным событиям. Подобное произведение требует от журналиста большого мастерства, чтобы эти вставки не делали материал доскутным одеялом, а вплетались органично, дополняя и по-новому освещая мысль и взгляд

собеседника. Важна и правильная пропорция вставляемого материала, чтобы интервью-зарисовка не превратилась в зарисовку с элементами интервью. То есть такого материала, в котором среди зарисовки или очерка вдруг выскакивает интервью, то есть беседа, о которой читатель уже забыл или забыл, где кончается текст журналиста и начинается прямая речь уважаемого человека.

К жанру интервью относятся и **форумы**, и **анкеты**. От «круглого стола» форум отличается тем, что может не иметь жесткой структуры вопросов, единой темы. Кроме того – «круглый стол» – это беседа лиц, приглашенных журналистом или организаторами встречи. Форумы – это мнения тех людей, которые сами захотели высказаться, причем не всегда по заданной теме.

Анкета – это интервью с заранее заданными и обозначенными еще до начала беседы вопросами. Ответы на вопросы анкеты не предусматривают развернутого, продолжительного ответа. На одно предложение-вопрос интервьюируемый отвечает, как правило, либо однозначно, либо также одним, максимум двумя-тремя предложениями. Смысл вопросов интервью-анкеты охватить всю проблематику темы, смысл ответов – отразить всю гамму чувств, осветить все стороны явления. Например, одна из газет предложила читателям нарисовать портрет будущего россиянина: «Ваш ребенок в 2045 году» (указать предполагаемый род занятий, профессию, черты характера, нравственные качества, образование, набор желательных материальных благ, духовных потребностей, средства достижения цели и т.д.). Разновидностью интервью-анкеты является **интервью-уличный опрос**. Если анкета может состоять из многих пунктов, ответ на которые требует раздумий, комфортных условий, то при уличном опросе задается как правило один прямой и конкретный вопрос, например, как вы относитесь к такому-то празднику, почувствовали ли на себе влияние финансового кризиса, любите ли заниматься огородничеством и т.д. Уличные опросы в последние годы стали популярны в ряде газет и хорошо воспринимаются читателями.

К жанру интервью относятся также **«прямые линии»**, **брифинги** и **пресс-конференции**. На прямой линии вопросы должностному лицу задают читатели газеты. Чаще для связи используется телефон, реже компьютерная сеть. Принимает вопросы журналист или группа журналистов. При приеме вопроса важно правильно записать имя, отчество, фамилию дозвонившегося, его профессию, возраст, место жительства, домашний адрес, помочь человеку правильно и четко сформулировать вопрос (собираемые данные необходимы, если в связи со сложностью вопроса автору придется отвечать по почте или сигнал требует проверки).

Во время **брифинга** должностное лицо выступает с заявлением или сообщением и, как правило, не отвечает на вопросы из аудитории.

Во время **пресс-конференции** интервьюируемое лицо отвечает на вопросы собравшихся корреспондентов. Чтобы привлечь на себя внимание, некоторые журналисты загодя пишут плакаты с темой вопроса или обозначением региона или субъекта федерации, названием информационного агентства или средства массовой информации. Чем большим авторитетом обладает интервьюируемый, тем более убедителен и достоверен материал. Например, высоким вниманием аудитории пользуется «прямая линия» с Президентом РФ, беседа главы муниципального района с корреспондентом газеты.

Интервью может служить не только разъяснением каких-то фактов, событий, темы, вопросов, но и способствовать раскрытию внутреннего мира интервьюируемого, передаче его мыслей, чаяний, настроения. Непременным достоинством информационного интервью является его злободневность, целеустремленность, общественная значимость, деловитость.

Интервью строится в форме диалога: вопрос – ответ.

Условием успешного интервью является его тщательная подготовка, изучение темы, человека, сбор вспомогательного материала, изучение предыдущих интервью или публикаций на данную тему, предварительная консультация с лицом, владеющим данной проблематикой или близко знающим предполагаемого интервьюируемого. Журналист не может все знать, поэтому полезно завести досье по курируемым темам или персоналиям, которые находятся в круге профессионального интереса журналиста.

При интервью собеседник может быть заинтересованным в успехе публикации партнером, может быть лицом нейтральным, не совсем расположенным к беседе, может быть настороженным противником, может быть противником активным, желающим использовать трибуну газеты в целях агитации и пропаганды, разъяснения своих взглядов, завоевания новых сторонников, переубеждения противников.

Интервью с нейтральным или настороженным лицом приходится вести при опросе редакцией граждан на улице об их отношении к предложенной редакцией теме, например, планам обустройства детского парка в райцентре.

При уличном опросе весьма важен внешний вид журналиста. Его одежда должна быть, по возможности, нейтральной. Для того, чтобы с ним пошли на контакт, журналист должен выглядеть как человек из толпы, только более аккуратно, поскольку находится при исполнении своих служебных обязанностей. При опросе обязательно наличие бейджика – таблички с фотографией интервьюера, его фамилией, именем, отчеством, названием должности или указанием профессии – журналист, корреспондент, репортер, желательны и эмблемы газеты.

При уличном опросе важно соблюдение этикета представления,

приветливость: «Здравствуйте, я корреспондент газеты «Шаховские вести» Лилия Иванова. Мы проводим опрос жителей поселка для газеты. Не могли бы вы ответить на вопрос: «Каким представляется вам обустройство нашего детского парка?» Ваше мнение будет учтено при проектировании парка, поможет сделать его более интересным для детворы и, может быть, для ваших детей и внуков».

Обращаясь к человеку, поясните почему вы выбрали именно его: «По требованиям нашей выборки нам нужна фотогеничная (если участников интервью фотографируют) женщина ваших лет (молодой человек, молодая мама с коляской, мужчина из категории служащих или специалистов, депутат местного Совета».

Важна понятность, доступность вопроса. Вопрос должен иметь небольшое распространение, затрагивающее интервьюируемого на распространенный ответ.

Учитывая, что человек на улице застывает врасплох, интервьюер должен иметь наготове несколько вариантов ответа, чтобы предложить их на рассмотрение собеседника: допустим, должны ли, по вашему мнению, в детском парке быть песочницы, детские аттракционы (какие именно), живой уголок, прокат роликовых коньков, скейтов, pedalных машин, велосипедов, киоск с мороженым, паптками, туалеты и т.д.

По завершении интервью не лишним будет поблагодарить собеседника за проявленное к газете внимание.

В ситуации, когда интервьюируемый является заинтересованным в успехе публикации лицом при распространении нужных обществу сведений, например, беседе с врачом о предупреждении клещевого энцефалита, журналист также должен тщательно подготовиться. Из библиотечных книг, журналов, газет или Интернет-материалов изучить тему, выбрать примеры или статистические данные, продумать ряд житейских ситуаций с вопросами о действиях при столкновении с опасностью и т.д., т.е. побудить собеседника возможную академическую лекцию превратить в доступную широкому читателю беседу с конкретными практическими рекомендациями.

При ведении предвыборного интервью с кандидатом в депутаты журналист должен придерживаться выработанной общей для всех кандидатов в депутаты схемы вопросов, касающейся всех сфер социально-экономического положения района (экономика, социфера, экология, общественной безопасности, сотрудничества с соседями, отношения к программам основных политических партий и т.п.), и постараться получить ответы именно на поставленные общие вопросы, которые журналист задает всем кандидатам. Порой в целях саморекламы кандидаты отвечают не по теме, а говорят то, что считают нужным сказать. В подобном случае корреспондент газеты должен предупредить собеседника, что, если

информация не по теме вопроса, то такой вопрос и такой ответ в публикацию не войдут, и попросить кандидата ответить по теме.

При ведении интервью с лицом, выражающим ведомственную позицию, журналист должен заранее определить свою роль – на кого он будет работать: на должностное лицо ради возможного укрепления своих связей с ним, либо на стороне читателей, большинства жителей района. В первом случае журналист как бы возьмет на себя роль и хлопоты представителя пресс-службы руководителя данного учреждения. То есть будет стараться в наиболее выигрышном свете представить позицию руководителя учреждения и старательно обходить наиболее злободневные и очевидные вопросы. В такой ситуации интервьюируемый будет союзником. В случае, если журналист решил занять позицию читателей, интервьюируемый будет противником, причем противником знающим и опытным. Он попытается максимально полно осветить ведомственную точку зрения, то есть сказать то, что ведомству выгодно, и умолчать или скороговоркой общих слов замять те вопросы, углубляться в которые ему, как руководителю, не хотелось бы. Конечно, к такому варианту интервью надо готовиться в несколько раз дольше, может быть, опросить ряд специалистов, записать цифры, акты, экспертными оценками, чтобы иметь при разговоре весомые аргументы. При подобном развитии событий даже уход руководителя от прямого ответа на заданный вопрос будет весьма красноречив и поможет читателю дать собственную оценку происходящему.

Интересные интервью-зарисовки и интервью-очерки проводил в свое время эстонский журналист Урмас Отт. Тогда он был молодым телевизионным журналистом, имел имидж парня из провинции. Во времена перестройки об Урмаса Отто писали так:

«Урмас Отт, тонкий психолог, мастерски прощупает в святая святых каждого человека, стараясь непредвзято понять его, прочувствовать, сопереживая ему и «вибрируя» вместе с ним. Он задает рискованные, порой нескромные вопросы не ради сенсационных откровений, а ради постижения главного, заставляет своих героев максимально «обнажаться», раскрываться, пусть даже раздражаясь и сердясь. И по тому, как они реагируют на смелые вопросы интервьюера, герои начинают видаться как сквозь толстое увеличительное стекло со всеми своими слабостями и сильными, неповторимыми сторонами своей творческой личности в быту и сферах своей непосредственной деятельности. Урмас Отт как бы балансирует на грани возможного и невозможного, принятого и непринятого, демонстрируя своеобразную психологическую игру, более напоминающую пугловную, невидимую дуэль двух индивидуумов – интервьюера и интервьюируемого. Вовлекает и телезрителя в изысканные, настоящие гроссмейстерские шахматные композиции вопросов и ответов, в которых яркими искрами

вспыхивает все то, чем способно одарить каждого из нас интеллектуальное человеческое общение. Умас Отт только чувствует ту грань, ту черту, которой переходить не следует, иначе блестящая, полная драматизма игра, насыщенная тонкими изящными ходами, полутонами, оттенками, полунамеками, тут же превратится в грубый, прямолинейный, вульгарный обмен ударами».

Процесс подготовки интервью включает в себя определение общественно-значимой темы или интересного людям человека; подбор досье; установку вида связи (личная встреча, телефонная беседа, использование текстов предыдущих выступлений); проверку имен, дат, фактов; подготовку вопросов и определение их порядка; подготовку запасного сценария разговора; подготовку вспомогательных или дополнительных вопросов.

Особое внимание следует обратить на формулировки вопросов для того, чтобы они не были двусмысленны, не влекли к односложным ответам, содержали путь предполагаемого ответа. Полезно заранее выяснить (если можно) точку зрения собеседника по данному вопросу, найти людей, хорошо знающих собеседника и могущих выступить в роли консультантов. Не лишне будет познакомиться с аналогичными интервью данного человека. Далее следуют этапы проведения интервью, организация его записи, расшифровка записи, ее литературного оформления; визуирования материала у интервьюируемого. Как правило, журналист использует от силы половину или даже треть от заранее заготовленных вопросов. В то же время журналист должен хорошо чувствовать объем набирающегося в процессе интервью текста, чтобы вовремя остановиться, не злоупотреблять вниманием известного лица, не работать на корзину, напрасно расходуя и свое и чужое время.

Журналисту важно с первых секунд расположить человека к себе, вовлечь в непринужденную, откровенную и серьезную беседу. Журналист должен хорошо ориентироваться в материале, вести беседу по определенному им курсу, но в то же время и умело перейти на иную схему вопросов, если этого требует необходимость. Жанр интервью, как никакой другой, требует умения работать с партнером, быстро ориентироваться в обстановке, мгновенно принимать важные решения. Приветствуется, если журналист заранее передает список интересующих его вопросов собеседнику, чтобы тот мог подобрать цифры и факты, документы, справки.

Скованность журналиста порой передается и собеседнику. Также легко отличным действительный интерес от формального. И наоборот: если журналист интересен как личность, его вопросы затрагивают собеседника, то это помогает выполнению журналистского задания.

Вопросы в интервью делятся на основные и наводящие, ответы бывают

краткими и развернутыми. Журналист должен помнить, что за его плечами многотысячная читательская аудитория и вести себя без подобострастия, хотя и уважительно к собеседнику. Во время беседы следует внимательно слушать, что говорит собеседник по данному вопросу, по возможности, если лимит времени не установлен, выслушать его, а уж потом задавать следующий вопрос. Нетактично навязывать собеседнику свою точку зрения.

Глава 11

Аналитические жанры

Семейство аналитических жанров (корреспонденция, статья, рецензия, обозрение, обзор, письмо) рождает установка на выявление причинно-следственных связей событий, процессов, действий, с тем, чтобы люди смогли сориентироваться в ситуации, принять меры по устранению недостатков, оказанию поддержки новому, передовому, положительному.

Корреспонденция

Корреспонденцией принято называть переписку, обмен сообщениями, почтово-телеграфные отправления.

В журналистике корреспонденцией называется жанр газетной публицистики, рассказ о явлении общественной жизни, передаче опыта, разбор причин невыполнения плана. Корреспонденция родилась из письма. Она и поныне похожа на письмо (только без привычного: «Здравствуйте, дорогие!» в начале и «Передаю всем привет» в конце). Только письмо это пишет журналист, опираясь на единственную общественно-значимую тему, посвящая свой материал единственному вопросу, развивая единственную генеральную мысль, отстраняя один главный вывод.

Основу заметки составляет факт. Основу корреспонденции – тема, которая раскрывается на ряде фактов. Корреспонденция представляет нам процесс анализа, который проводится у нас на глазах. Статья дает готовые итоги анализа и обсуждение этого анализа. Корреспонденция всегда предельно конкретна. Статья есть обобщение, абстрагирование.

Корреспонденцию принято называть кусочком жизни, это предельно конкретный материал с конкретного участка небольшого масштаба. Корреспонденция всегда имеет точный адрес, автор описывает факты, лично им увиденные и прочувствованные.

Корреспонденции появляются уже в первой печатной русской газете «Ведомости» в XVIII веке, в XIX веке жанр получает активное развитие. Известны, например, произведения А.Н. Энгельгарта «Из деревни», В.Г. Короленко, помещенные в газете «Русские ведомости», М. Горького в «Нижегородском листке». Основу газет корреспонденция стала составлять в советский период, причем именно газет районных. Корреспонденции здесь можно найти на каждой странице, а порой и по несколько корреспонденций

на полосе. Корреспонденты рассказывают о подготовке техники к посевной, о вывозке органики на поля, об опыте передовых доярок или ферм, причинах задержки сдачи пускового объекта строителями, работе нового цеха на предприятии. В основе каждой корреспонденции конкретный участок производства, действия конкретных людей, приводящие к перевыполнению плана или его срыву. Очень часто корреспонденция представляет описание одного рабочего дня, хода технологических процессов, производственные взаимоотношения людей. В материале дается анализ процесса, но в отличие от статьи этот анализ охватывает лишь локальный конкретный участок. Площадкой, где разворачиваются события, изложенные в корреспонденции, являются поле, мастерские, стройка, животноводческая ферма, цех. Корреспонденция – это основной производственный жанр. Назначение корреспонденции – дать анализ ситуации на конкретном участке. Мысль здесь движется от фактов к явлению, его опознанию, определению, затем к выводам, предложениям.

Корреспонденция служит изучению социального опыта, критике недостатков, знакомит с людьми, их работой, мнениями, предложениями, крупными опытами.

В качестве примера корреспонденции приведем следующий материал.

В тени благополучия

Животноводы совхоза «Вашково» по итогам первого квартала 1967 года не справились с обязательствами по продаже молока государству.

- Задумываются ли в вашем коллективе над резервами производства, чтобы наверстать упущенное во втором квартале? - спросили мы у животноводов Вашковской фермы перед началом обеденной дойки.

- Мы работаем, стараемся, - ответил за всех скотник В.С. Рыжиков, - нарушений дисциплины в нашем коллективе нет. Результат по продуктивности животных по итогам квартала у нас один из лучших в хозяйстве. Каждый день мы обеспечиваем 300-400-граммовую прибавку в падоях молока к уровню прошлого года. Если б остальные фермы подтянулись до нашего уровня...

Сигнал трактора прервал размышления рабочего. На ферму привезли сочные корма. Скотники и доярки принялись за дела. Мы же решили посмотреть, насколько эффективно здесь расходуются корма.

Перед фермой силос, сенаж и сено с соломой сваливались прямо в грязь. Все что сверху, конечно, шло в кормушки. А что снизу безвозвратно перемешивалось со снегом, навозом и опилками.

- Почему кормовые площадки утонули в грязи? - спросили мы у скотников.

- А на нашей ферме площадок нет. Их хотели заасфальтировать еще осенью. Но не успели. Видимо, отложили до лета.

- Отчего ж тогда не сделали деревянных настолов? – продолжали любопытствовать мы.

- Это вопрос к начальнику стройцеха, Д.И. Эльсанукаеву.

- Вы заявку в стройцех на строительство временной площадки подавали? – интересуемся у бригадира фермы Н.Н. Неждановой.

- Да ведь начальник стройцеха был здесь осенью, знает, что асфальтированной площадки у нас нет.

Силос и сенаж сразу стали разносить по кормушкам. Солома оставалась у фермы.

- Что же солому-то не берут, ведь по рациону она полагается?

- Коровы едят ее неохотно, - отвечает бригадир. – Поэтому даем ее вволю на ночь в качестве дополнительной подкормки.

Но отчего же солому не запаривать с комбикормом? Тогда бы животные охотно съедали ее всю. Интересуемся, где емкости для запаривания соломы и комбикорма. Просим показать. Нас подводят к заржавленной емкости, которой давно уже никто не пользуется. Выясняется, что подобная емкость должна приходиться на каждую группу животных. А тут одна на всю ферму. Бригадир оправдывается, мол, поднимали вопрос неоднократно на планерках в отделении. Но управляющий своими силами справиться не может. Говорит, обращайтесь к главному инженеру. Будто это не он, а мы ежедневно сидим рядом с главным инженером на директорских планерках.

- Так, значит, доярки и комбикорм дают в сухом, а не в запаренном виде?

Догадка наша подтвердилась, хотя на своем подворье ни одна хозяйка сухим комбикормом корову не кормит. Дорого и неэффективно. А на Вапковской ферме и титан для подогрева воды поломался. Так что емкости для запарки соломы и комбикорма лишь полдела.

А как обстоят дела с солью, микродобавками? Выяснилось, что соль-лизунец закончилась еще в январе. Обещают привезти со дня на день. Но уж прошел февраль, а за ним и март. Микродобавки какие-то привезли, свалили в кладовке, но, говорят, не полный комплект. Расчетной сбалансированности не выходит. Инструкций от зоотехников по применению добавок пока не поступало, хотя стойловый период содержания животных уже на исходе.

Спросили, как и где животные пагуливают аппетит, и опять попали в проблему. Штатных скотников-пастухов, материально заинтересованных в увеличении падоев, на ферме нет. Кадровый голод. Обязанности скотников выполняют лишние прав водители и механизаторы. Главная их обязанность по ежедневному наряду – наполнить кормом кормушки. А вот организация выгула скота – это уж как получится. Успели быстро управиться с доставкой корма (из-за частых поломок автопогрузчика грузить сено, сенаж, силос, солому приходится вручную) – есть прогулки.

Замешкались – скот остается в коровнике. Не дояркам же его выгонять?

Итак, всего лишь одна составляющая достижения высоких падов – рациональное использование кормов. А сколько проблем, решив которые, получаешь еще один резерв увеличения продукции? И это на благополучной ферме, на которой большинство недостатков при желании можно исправить за несколько дней. А если взяться за отстающие коллективы?

**В. Егоров, пап корр.
газета “Путь Октября” 1976 г.**

Ныне отсутствие аналитических корреспонденций журналисты оправдывают тем, что все предприятия стали частными и им неудобно указывать хозяевам или их работникам, что и как нужно делать. Ведь на то и хозяева, чтобы самим в своем деле разбираться. Но кто же мешает рассказывать о передовом опыте через анализ производственной деятельности, скажем об опыте экономии энергоресурсов или применения новых технологий?

Как бы там ни было ныне корреспонденции в своем большинстве носят более информативный, чем аналитический характер.

Приводим пример одной из них.

Дело Ивановых

На минувшем Празднике труда в числе лучших предприятий района было отмечено и индивидуальное предприятие (ИП) «Иванов». Год за годом оно исправно перечисляет все налоги и платежи в бюджет района, развивается, укрепляет свои позиции на региональном рынке, имеет только хорошие отзывы от клиентов.

Легко ли было открыть собственное дело? Что помогло в достижении цели, выживании фирмы в непростой российской экономической жизни?

Когда-то братья Ивановы Андрей и Сергей работали в ООО «Ирма», многопрофильном предприятии, которое в том числе занималось и производством различной мебели: мебельных стенок, сервантов, шкафов, кресел для отдыха, кресел-кроватей, диванов, кухонных уголков, столов и т.д. Мебель была в основном из дерева, добротная, подчас с резными декоративными элементами, продавали ее в основном в Москве, на заказ делали и для местных жителей, дачников.

У братьев, освоивших производство, родилась мысль открыть собственное дело. Причем специализироваться на изготовлении шкафов-купе для прихожих с использованием современных легких материалов и зеркал. Где брать стройматериалы и фурнитуру, они знали. За образцы взяли мебель, что видели в больших московских Домах мебели. Бухгалтерскую поддержку обещала оказать одна из знакомых. Поэтому, как только договорились с арендой помещения, тут же взялись за оформление своего ИП. На сбережения и кредиты купили оборудование, стройматериалы

приобрели за счет продажи автомашины младшего брата. Первыми клиентами стали друзья и общие знакомые.

Порой на бумаге, в расчетах и планах все выходит ладно, по уму, по делу. А на практике – одни пестыковки. Возможно, братьям помогло везение, возможно – мастерство, не обошлось и без уверенности в правоте своего пути.

Младшему брату Сергею тогда было 26 лет, Андрею – 32. Соответственно и в числе их первых клиентов были молодые ребята, которые после армии обзавелись семьями, заработали достаточно средств, чтобы на свой вкус, по-новому, переоборудовать родительскую или съемную квартиру, хотя бы ее прихожую и кухню.

Братья приезжали к клиентам на дом, показывали модели, предлагали какие-то индивидуальные компоненты, делали замеры, потом сами же привозили готовую продукцию и устанавливали с длительной гарантией. Так работают они до сих пор. Когда мы приехали к ним на производство, там были только наемные работники, а сами братья устанавливали заказанную мебель на дому у одного из клиентов.

Добрая слава об их изделиях, современных, стильных, качественных, доступных по цене, быстро разлеталась по округе.

Ныне вместе с братьями работают еще два опытных мебельщика. Они показали нам образцы корпусной мебели: шкафы-купе для прихожих, кухонные гарнитуры, гарнитуры для спален, детских, общих комнат. Предприятие обслуживает не только жителей райцентра, но и села, трех соседних районов. Кстати, как выяснилось, машину себе Сергей купил еще лучше прежней.

Братья по-прежнему поднимаются в пять утра. Рабочий день у них, в отличие от помощников, длится 14-15 часов. В их команде есть уже и свой дизайнер.

На море с семьями были всего один раз три года назад, и то по очереди, чтобы не останавливать производство. Отдыхают по праздникам в деревне, в бывшем отцовском доме. Собираются обе семьи (у каждого из братьев по дочке-школьнице), пекут пироги, готовят шашлыки, поют песни (дочь Андрея учится в музыкальной школе по классу баяна, дочь Сергея – по классу гитары).

Зато есть мысль и возможности построить собственную базу. Участок земли под эти цели уже приобрели, выбрали проект. Сейчас получают все необходимые согласования и подыскивают строительную организацию. Мечтают 40-летние Андрей встретить уже в своих производственных цехах.

В. Салова, наш корр.

Корреспонденции бывают следующих видов:

Корреспонденция информационная родилась из расширенной

информации. Если к единственному факту, из которого состоит информация, добавить еще несколько фактов этого же рода в деталях, анализе дел, то получится корреспонденция. Например, один день сельхозпредприятия или автотранспортного предприятия, или предприятия общественного питания в действиях бригад, подразделений, участков. Здесь автор по преимуществу описывает будничные события, ставя главную задачу - изложить суть дела.

Корреспонденция аналитическая предполагает анализ причин, вызвавших то или иное явление. Например, корреспонденция с фермы о причинах снижения надоев молока к уровню прошлого года. В аналитической корреспонденции факт должен быть осмыслен, с показом причин, его вызвавших, и выводами. Если информационная корреспонденция сообщает о явлении и описывает его, то корреспонденция аналитическая предполагает истолкование события, то есть выяснение причин, определение значимости события, его ценности, прогнозирование развития ситуации. При этом корреспондент опирается на мнения специалистов, свои наблюдения, оценки участников события.

Корреспонденция проблемная посвящена освещению конкретной локальной проблемы, например, когда придет газ в отдаленную деревню, будет ли к сроку открыт новый спортивно-оздоровительный комплекс. В проблемной корреспонденции автор по одной маленькой черточке должен увидеть сущность большого явления, по маленькому кусочку жизни уловить целое.

Корреспонденция-раздумье не столько ставит проблему, сколько констатирует положение дел на сегодняшний момент, например, как все больше огородов превращаются в сад и лужайку для отдыха. Задача корреспонденции-раздумья подсказать читателю нечто ценное для его повседневной практики или представления о состоянии дел, помочь в новом свете увидеть привычное.

В корреспонденции автор не просто излагает факты и события, но и разбирает их, оценивает, комментирует, делает обобщения и выводы, излагает свое видение ситуации. Корреспонденция по теме уже чем статья, но по аргументации конкретнее, по форме изложения живее, дает зарисовку действительности. Жизнь – единственный источник корреспонденции. Материалу всегда нужна страсть, взволнованность, живость, паглядность. Один из публицистов старого времени писал, что «если вы хотите, чтобы ваша корреспонденция задевала людей, в нее надо влить немного своей крови. Если пишешь, да сам волнуешься, переживаешь, то и в корреспонденции это чувствуется, она получается достоверной, аргументированной, живой. А когда пишешь без души, то получается не самая удачная фотография, а нужна картина. Деревенское событие описать

трудно, надо чтобы оно было читаемо, чтобы оно не было скучно. Писать надо так, чтобы читатель видел то, о чем ты пишешь. И при этом надо писать просто. Чем проще, тем лучше». Шаблонность, серость, скуку, банальность следует изгонять из полос.

После того как тема корреспонденции выбрана, предстоит разработать ее содержание, тщательно отобрать нужней фактический материал, пойти наиболее целесообразное размещение фактов и примеров, сформулировать основные положения, развивающие тему, подкрепить и аргументировать их. Для корреспонденции характерны эмпирические (опытные) методы исследования: наблюдение, беседа с людьми, изучение документов, анализ данных. Тема выражается через логическую композицию, сопоставление фактов, характеристику обстановки, людей. Корреспонденция всегда содержит конкретные выводы и предложения, направленные по конкретному адресу. При написании корреспонденции журналисту необходимо видеть в фактах внутреннее содержание социальной жизни, уметь показать явления, которые не известны или примелькались так, что перестали замечаться. Чтобы материал получился добротным, надо записать содержание. Обычно, для одной корреспонденции материалов набираешь на две-три, а потом включаешь только самые яркие факты. Корреспонденция выстреливает, если посвящена только одному вопросу, но дает его зримо, выпукло, со всех сторон. Критическую корреспонденцию писать надо взвешенно, осторожно, продумывать каждое слово прежде чем написать, а написав, раз пять прочитать, все ли правильно. Наибольшим промахом является обвинение неповиновения. Необходимо по существу разобраться в рассматриваемом деле, осветить все стороны вопроса объективно, дать слово противоположной стороне, вскрыть причины недостатков, указать выход из положения. Надо всегда думать о цели того или иного подготавливаемого материала: для чего ты его пишешь, что хочешь исправить? М. Горький говорил, что учиться писать - не значит подражать, а значит осваивать приемы работы и развивать их дальше. Разработать тему и содержание - значит пойти наиболее целесообразное размещение фактов, примеров, сформулировать основные положения, развивающие тему, подкрепить их наблюдением и аргументировать их. Тема всегда умножается на личность автора, на умение видеть взаимосвязь и взаимообусловленность фактов.

Глава 12

Отзыв и рецензия

Отзыв – есть впечатление читателя, зрителя, его мнение о литературном произведении, фильме, постановке, представлении, спектакле. В отзыве, как правило, отсутствует детальный разбор произведения, постановки.

Приведем в качестве примера следующую публикацию.

Мелодия любви

Когда берешь в руки поэтический сборник Бориса Луккина «Долгота времени», вышедший в Москве в издательстве «Нонпарель» в 2008 году, вчитываешься в тишине в звенящую мелодию счастья этих строк, сразу попадаешь в такт дыхания автора, начинаешь понимать, что в твоей душе, оказывается, тоже жила схожая мелодия. И это единственная ценность в мире – родная душа рядом, разрушающая оковы одиночества.

Нам как никогда нужна подобная поэзия, способная согреть и оживить чувства, чтобы мы свежим взглядом сквозь будничность и суету смогли взглянуть в окружающее, ощутить боль и радость родной земли, наших соседей и земляков.

Н. Озерная

Рецензия

Рецензия есть анализ и оценка литературного произведения, фильма, спектакля и т.д.

Термин «рецензия» происходит от латинского слова «оценка», в журналистике под рецензией понимается не всякая, а именно общественная рецензия, публичная, главными чертами которой являются актуальность, общественная важность, отличие от прочих произведений этого жанра, достижение или не достижение автором поставленных целей по внутренним законам жанра. Определяется насколько глубоко, достоверно, бережно, точно автор передал явления действительности или художественную и идейную ценность литературного произведения, если речь идет о его экранизации или театральной постановке.

Газетная рецензия – это аналитический жанр, представляющий собой публицистическую оценку научного, общественно-политического или художественного произведения.

Рецензия – жанр, формирующий и создающий общественное мнение, воспитывающий вкус аудитории, позволяющий актерам или постановщикам взглянуть на свою работу со стороны, сделать выводы, может быть, внести коррективы в спектакль, дополнить содержание, исправить ошибки и неточности. Рецензия чужда описательности, иллюстративности, пересказа произведения или его отдельных сцен, моментов, частей текста, в ней все должно быть подчинено ее сути – анализу и сравнению. Рецензия обязана содержать хотя бы минимум данных о рассматриваемом произведении. Если речь идет о книге, то должен быть назван автор, издатель, год выпуска, тираж, место издания, если автор иностранец – национальность автора или страна, которую он представляет, язык оригинала, имя переводчика.

В рецензии рассказывается о замысле автора, проводится анализ произведения, даются оценка общественной значимости произведения, общие выводы. При подготовке рецензии журналист должен проявить

мастерство анализа, эрудицию, убежденность, знание материала, страстность, эмоциональный настрой.

Развитием жанра рецензии является литературная критическая статья, примером которой могут служить произведения В.Г. Беллинского, Н.А. Добролюбова, Д.К. Писарева и т.д. Произведения этих публицистов характерны связью анализа с проблемами эпохи, политического выбора, идеологической и социальной направленности.

Рецензии обычно подразделяются на два больших подвида: рецензию теоретическую и рецензию художественную. Рецензии теоретические обычно делаются по книгам производственной или обществоведческой тематики, например, по экономической тематике или сельскохозяйственной, научной или научно-популярной, краеведческой литературе, справочной и т.д.

Теоретические рецензии в условиях районной газеты носят чаще всего рекламный, популяризаторский характер для знакомства отраслевых специалистов со специальной литературой.

Рецензии художественные касаются тем искусства и литературы. В условиях районной газеты такие рецензии носят чаще всего информационный уклон и содержат минимум критического анализа и разбора. Как правило, для материалов такого рода редакция привлекает внештатный актив: членов Союза писателей, заслуженных работников культуры, лиц, увлекающихся театральным искусством, преподавателей детских школ искусств, библиотекарей, мастеров культуры или искусствоведов из дачников и т.д.

Для истолкования рецензируемого художественного произведения журналист должен понять внутреннюю логику запечатленных в нем событий, психологию героев, атмосферу переживаний, закадровый подтекст, мир образного восприятия и художественного мышления автора, сопоставить это с окружающей средой, эстетическими и этическими критериями, традициями отечественной культуры и попытаться объяснить идейный, художественный смысл и значение произведения, охарактеризовать его главных героев.

Поиск тем для рецензии диктует закрепленная за журналистом тематика, его увлечения. При подготовке рецензии следует учитывать состав читательской аудитории, писать так, чтобы материал был понятен и специалисту с высшим образованием, и рядовому работнику, и молодежи, и ветеранам.

По объему рецензии разделяются на большие и мини-рецензии. Большие рецензии чаще всего характерны для областных и специальных изданий. В районках чаще всего встречаются мини-рецензии, которые носят скорее не аналитический, а информационный характер.

В качестве примера приведем следующую краткую рецензию из Русской газеты «Красное знамя».

Золотая россыпь

Передо мной увесистая, хорошо изданная книга российского поэта Николая Федоровича Дмитриева «Зимний Никола» (Москва, 2008 год, Издательство «Буква»). В нее вошел материал десяти прижизненных сборников поэта. Каждое его произведение пронизано глубокомыслием, человечностью, откровенным, поэтичным, живым дыханием и огромной любовью к своей Родине и народу. В стихах Николая Дмитриева присутствует свой особый нерв и пульс времени. В них нет ничего надуманного. Все – реалии нашей жизни, пропущенные талантливым поэтом через свою душу и сердце, умело отраженное пером.

Он родился и долгое время жил и работал в деревне, что наложило свой отпечаток на восприятие и удивительной природы здешних мест, и обычаев и образов людей. Он на себе ощущал сельское единение крестьянина и природы, блестяще передал эту гармонию в своих стихах. В некоторых произведениях Дмитриев дает такие великолепные зарисовки природы, что, читая стихи, можно писать по ним картины. Очень пейзажные стихи.

Николай Федорович в последние годы жизни часто приезжал в свою родовую деревню Аниськино и жил здесь с апреля по ноябрь, или, как раньше говорили, с березозола по полузимник.

Аниськинские леса богаты ягодами и грибами. Поэт любил лес, с большим знанием и бережливостью собирал его дары, а потом угощал всех любимыми подосиновиками. Природа дарила ему и вдохновение.

Лирика стихов Дмитриева настолько трогательна, впечатляюща и музыкальна, что многие стихи еще при жизни мастера стали песнями и романсами. Она и ныне золотая россыпь для композиторов.

В последнее время стало модным уподоблять поэтов-юбиляров нашим классикам. Выдающийся поэт России Николай Федорович Дмитриев значим по-своему, и в чужих отблесках славы не нуждается. Наглядным подтверждением этого и является пышущая книга «Зимний Никола».

В книге каждый читатель найдет что-то свое, близкое, созвучное настроению, чувствам, мыслям, переживаниям. Для многих

любителей поэзии добрая книга «Зимний Никола» станет замечательным и желанным подарком и чтением.

В. Захаров, поэт

Качество рецензии связано с логичностью и стройностью анализа, обоснованностью суждений, доказательностью, пониманием авторского замысла и целей, соответствия запросам предполагаемой аудитории, квалифицированностью толкования круга событий и проблем, умением журналиста живо, страстно и объективно изложить материал, связывая доводы разума и сердца.

Чаще всего журналист рассматривает жизненность главных героев, злободневность тематики, суть конфликта, социально-этические и эстетические проблемы, отраженные в художественном произведении. В рецензии ценятся объективность, достоверность, оригинальность, смелость, стройность, выразительность, живой слог, способность автора не только убедить, но и воздействовать на чувства читателей.

Главная цель рецензии – ориентирование читателя путем привлечения его внимания к наиболее интересным и значимым произведениям искусства, литературы, науки, экономики, публицистики или досуговой продукции, либо пробуждение интереса к какому-либо объекту творчества. Чем больше ставит рецензент перед собой задачи, тем ответственней и профессиональней должен быть его подход к материалу. В рецензии уместны полемика, спор, широта мысли, разнообразие форм подачи материала. Рецензент должен сочетать точность оценок с глубиной анализа, эстетической выскательностью, бережным отношением к таланту, творческим поиском.

Общественная оценка произведения автора или самодеятельного коллектива способна расширить кругозор творческой личности, служить повышению мастерства.

Рецензия не только подвергает строжайшей проверке тех, о ком мы пишем – о писателе, художнике, артисте, режиссере, композиторе, но и каждый раз заново экзаменует нас самих, высвечивая наши взгляды, позицию, пристрастия, уровень дарования, личностные возможности, кругозор, интеллект, самокритичность. Самонадеянно выставляя «оценки» другим, мы подчас не догадываемся о том, что эти «оценки» характеризуют и нас. Рецензент обязан главной своей опорой делать непреходящие нравственные ценности, видеть историческую и социальную причинность явлений жизни, которые становятся сюжетной канвой произведения, его идеей, определяющей конечный итог всех коллизий. Размер рецензии в районной газете 120-180, порой 240 строк. Чтобы рецензия не превратилась в отзыв или аннотацию, отчет, журналист должен стать исследователем того, что открыто в произведении (концертной программе), постигнуто и прочувствовано. Рецензент должен досконально знать то, о чем он пишет, то

есть и само произведение, и историю его создания, основные вехи творчества автора, его предыдущие основные произведения, имеющуюся критику, теоретический материал, освещающий поставленную в произведении проблему.

Рецензент, пишущий о театре, должен знать законы сцены, понимать их особенности, знать постановочный процесс от первой читки до премьеры. Журналист, пишущий рецензию о выставке картин в местном музее, должен разбираться в живописи. Журналист, пишущий рецензию на книги местных самодеятельных авторов, должен быть знаком с азами литературоведения и литературной критики. Если журналист не имеет необходимых знаний, у него всегда есть возможность опереться на мнения специалистов вплоть до цитирования их выступления в данном жанре.

Поводом для написания рецензии может послужить спектакль самодеятельного театра, отчетный концерт вокального коллектива, сборный праздничный концерт, фестиваль, смотр коллективов художественной самодеятельности, выставка произведений народных мастеров, телесериал, обзор телепередач, произведения и сборники местных поэтов, членов литературных объединений и т.д. Журналист, специализирующийся на освещении культурной жизни района, должен постоянно держать в поле зрения основные события культурной жизни, процессы их подготовки, своевременно и оперативно откликаться на самые значительные из них. Привлекать к их анализу соответствующих специалистов, направляя и формируя интерес читателя, его художественный и эстетический вкус в четкую эстетическую позицию.

Глава 13

Статья

Статья – научное, публицистическое сочинение небольшого размера в сборнике, журнале, газете (словарь С.И. Ожегова), по словарю В.И. Даля – цельное, небольшое сочинение. Один из жанров газетной публицистики. В переводе с латинского статья означает “сустав”, “часть целого”, поэтому зачастую статьей называют любую публикацию газетного номера.

В целом под статьей понимают публикацию, анализирующую некие социальные явления, лежащие в их основе закономерные связи с целью определения их экономический или иной значимости и выяснения того, какую позицию следует занять, как себя вести, что делать.

Статья призвана объяснить читателю рассматриваемое явление, обратить внимание на проблемы, которые возникают в связи с данной ситуацией. По направлению работы статьи можно подразделить на общесоциологические, тактико-аналитические и полемические. Общесоциологические статьи, как правило, в районных газетах появляются перед выборами в государственную или областную думу. Для

них характерно обращение к таким глобальным категориям как “страна”, “мировое сообщество”, “благополучие народа”, “цели правящей элиты” и т.д. Тактико-аналитическая статья приближена к жизни района и может быть связана с такими понятиями как “ситуация в отрасли”, “план модернизации оборудования”, “учеба кадров”, “рынки сбыта продукции”, “развитие инфраструктуры” и т.п.

Пolemические статьи также в основном появляются в предвыборную пору, касаясь тех или иных кандидатов в депутаты районного Совета или в связи с какими-либо событиями, например, строительством нового предприятия, дома, т.п. Различаются также статьи справочного характера, научно-популярные, агитационно-пропагандистские, передовые, проблемные, проблемно-постановочные, тематические, теоретические.

Целью **статей справочного** характера является описание предмета в его главных чертах, характеристиках, сообщение сведений общего характера. Примером таких статей являются повествования о той или иной садовой или огородной культуре, правилах, технологиях ухода и т.д.

биографические справки о деятелях культуры, музыкальных течениях, новых компьютерных играх, тексты из энциклопедических или иных словарей и т.п. К статьям справочного характера примыкают статьи научно-популярные и агитационно-пропагандистские, к которым можно отнести публикации страничек «Здоровье», на которых врачи рассказывают о различных заболеваниях или инфекциях, мерах их профилактики, лечения и т.д., материалы об истории и значении донорского движения, разъяснение юристами отдельных норм или законодательных актов, порядка приватизации жилья и т.п.

Передовая статья названа так потому, что открывает номер газеты или журнала. В передовице идет речь об особенно важном направлении работы, сельскохозяйственной или ремонтной кампании. В журналах нередко передовая статья рассказывает о наиболее важных материалах номера или их авторах. Передовая статья как разновидность жанра оформилась во второй половине XIX века, хотя и веком раньше в журналах роль передовой статьи выполняли «Письма издателя» или «Предисловия», в которых разъяснялись цели и направления издания.

Передовая статья в муниципальной газете, как правило, это отклик на злобу дня, выступление руководителя района или отрасли, посвященное достойной подготовке к празднованию Дня Победы, проведению Года Учителя, подготовке к выборам, отопительному сезону, весеннему севу, заготовке кормов, жатве, ремонту техники, либо рассказ о том, какими успехами встречает город свою очередную годовщину. В передовой статье перед началом подписки на полугодие редакция (или главный редактор) рассказывает о том, как изменится газета, какие новые полосы и рубрики

увидят свет. Задачи передовой статьи – сориентировать читателя в обстановке, определить задачи, стоящие перед отдельными подразделениями или службами района, производственными участками предприятий и т.д., обозначить конкретные рубежи и сроки, может быть, назвать должностных лиц, отвечающих за те или иные направления работ. Для передовой статьи характерны актуальность темы, раскрытие и обоснование важности реализации данной задачи, этапов ее решения, последовательности, составляющих, рекомендуемых форм и методов работы, ожидаемых результатах, круга задействованных участников и т.д.

В качестве примера можно привести следующую передовую.

В Год семьи

2008 год войдет в историю России и Московской области как Год семьи. В соответствии с планом основных мероприятий по проведению в Шаховском муниципальном районе Года семьи большая и многоплановая работа развернута и у нас. Достаточно сказать, что, например, в соответствии с этим планом управление образования администрации Шаховского муниципального района проводит более ста разноплановых мероприятий в учреждениях образования, отдел культуры, молодежи и спорта – свыше шестидесяти мероприятий, библиотека района – около сорока мероприятий, городское поселение Шаховская – около 30 мероприятий. Свои интересные планы для проведения Года семьи имеют отдел опеки и попечительства, МУЗ «Шаховская ЦРБ», ГУСОМО «Шаховской центр «Семья», Шаховской социальной приют для детей и подростков, ряд других организаций, учреждений и, конечно же, администрации сельских поселений. На практике это означает, что каждую неделю в районе, в одном или нескольких населенных пунктах, проходит то или иное мероприятие, связанное с Годом семьи. Каждая шаховская семья находит для себя что-то интересное. Например, в библиотеках района уже прошли такие мероприятия как беседы, литературно-музыкальные композиции, конкурсы, уроки памяти, выставки детских рисунков, книжные выставки, фотоконкурсы, конкурсы летописцев «История моей семьи», семейные игры и т.д.

Ярким и запоминающимся событием стал районный праздник «Самая читающая семья». Его организаторы собрали на сцене ЦКДТ «Мир» сразу несколько семей, в которых и взрослые, и дети дружат с книгой. В результате всех конкурсов и творческих испытаний победителем районного конкурса была признана семья Радченко из Ивашкова. Она будет защищать честь Шаховского района на областном конкурсе «Самая читающая семья». В МУЗ «Шаховская ЦРБ» для молодых людей, вступающих в брак, проходят лекции-беседы, расширяется практика совместного пребывания матери и ребенка в акушерских стационарах. В школах района проходят такие

мероприятия, как лектории для родителей «Культура поведения в семье», «Как помочь ребенку в выполнении домашних заданий», работают клубы общения родителей, проводятся открытые родительские дни с посещением уроков и внеклассных мероприятий, общешкольные родительские собрания на тему «Особенности задач семьи и школы в воспитании и социализации ребенка», туристические семейные походы, Дни здоровья на экологической тропе, школьные КВНы «Праздник в кругу семьи», акции милосердия, «круглые столы», конференции, вечера встреч и т.д.

Велика палитра спортивных семейных мероприятий и конкурсов: от соревнований и эстафет по различным видам спорта до семейных игр на свежем воздухе, на пляже, на природе, турслетов, оздоровительно-развлекательных программ. Цель большинства подобных мероприятий - сплотить семью, привить здоровые привычки, помочь установлению более доверительных отношений между родителями и детьми, психологическая поддержка и консультирование, укрепление традиционных общесемейных праздников и т.п. Многоплановая, конкретная работа в данном направлении была замечена и в области. Недаром в мае 2008 года наш поселок Шаховская вместе с четырьмя другими подмосковными городами (такими, как Подольск, Бронницы и др.) был избран центром проведения областного родительского собрания под названием «Весна в Подмосковье. Дорога к храму». В нем приняли участие архиепископ Серпуховской Роман, заместитель министра образования правительства Московской области В.Н. Ахрепов, руководители района и поселений, жители Шаховского района.

Обращаясь к участникам областного родительского собрания, владыка Роман, в частности, сказал:

- Подобные собрания способствуют возвращению забытых святынь, воспитанию духовности нашего народа. Наше собрание проходит в Год семьи. Для любого человека самое главное в жизни – это семья. Человек создает семью для любви, для продолжения своего рода, для воспитания своих детей, чтобы потом радоваться за них.

На этом собрании чествовали лучшие семьи Шаховского района. Их было много, обо всех не расскажем. Назовем лишь одну. Федор Михайлович и Мария Ильинична Головановы прожили в законном браке 60 лет. Пока Федор Михайлович воевал на фронтах Великой Отечественной, Мария Ильинична работала на трудовом фронте. Потом вместе работали в колхозе, вырастили двоих детей, которые не забывают родителей, вместе с внуками окружают их заботой и вниманием. И таких семей у нас в районе много. Вместе с тем, именно в Год семьи большое внимание отводится так называемым неблагополучным семьям, неполным семьям, детям-сиротам, многодетным семьям, семьям, воспитывающим детей, принятых под опеку,

трудным подросткам. Отрадно, что и в нашем муниципальном районе все больше детей-сирот поступают не в детские дома, приюты, центры временного содержания, как было 8-10 лет назад, а в полные семьи, где находят и постоянное материнское тепло, и семейное счастье, и родительское воспитание. Безусловно, здесь велика роль государства, которое стремится оказывать более существенную материальную помощь и поддержку семьям, взявшим детей-сирот на усыновление или под опеку. Но неопределим и вклад тех работников муниципальных и государственных органов, которые на местах непосредственно и помогают сиротам найти новых родителей или опекунов, помогают уладить все формальности, защищают интересы и права ребенка, помогают разрешать десятки непростых ситуаций, за каждой из которых живые люди.

В Год семьи мы, конечно, стараемся воздать должное и матерям-героиням, родителям, воспитывающим троих, четверых, пятерых и более детей. Таких семей, в районе, к сожалению, пока не так много, как хотелось бы. Но надо делать все от нас зависящее, чтобы сельская, крестьянская семья, испокон веков отличающаяся многодетностью, ладом между представителями старших, средних и младших поколений, взаимной поддержкой и сплоченностью, нравственным здоровьем и оптимизмом, вновь обрела свои корни, стала идеалом и нормой, подлинной основой современной России.

Передовые статьи по назначению бывают общеполитические (например, о значении продовольственной безопасности, реализации конкретного нацпроекта, подготовке к переписи населения), пропагандистские (публикуются к знаменательным датам), проблемные, оперативные (о подготовке к массовому субботнику).

В **пропагандистской статье**, посвященной, например, битве под Москвой, определяется значение этого сражения для СССР, влияние на ход Великой Отечественной и второй мировой войны, приводятся соотношение и расстановка сил, понесенные потери, ущерб, причиненный гитлеровцами, рассказывается о ходе военных действий, сопротивлении фашистскому режиму в тылу, героических эпизодах, называются фамилии земляков, участвовавших и отличившихся в обороне Москвы, наступательных операциях. Ставятся задачи по совершенствованию патриотической работы с молодежью, сохранению исторической памяти народа, уходу за братскими могилами и т.д.

Проблемная или проблемно-постановочная статья освещает вопрос, который необходимо разрешить практически, например, вопрос поддержки и развития в районе малого бизнеса или сферы услуг, решение проблем занятости, обеспечения жильем молодых семей и т.д.

Оперативные статьи посвящены насущным хозяйственным проблемам,

например, месячнику по благоустройству, газификации, строительству придомовых автостоянок и т.д.

Теоретические статьи в муниципальной газете, как правило, посвящаются социальной проблематике, например, развитию страховой медицины и платных видов медицинских услуг, вопросам развития местного самоуправления, организации работы центров занятости с ищущими работу в свете Закона «О занятости населения РФ», порядка выплаты каких-либо льгот или пособий, начисления пенсий и т.д. Подобные статьи еще называют официальными, они исходят от руководства учреждений или организаций в целом. Иногда авторами подобных статей являются учителя, психологи, социальные работники, врачи, которые пишут о правилах общения родителей и подростков, подготовке дошколят к учебе в школе, важности закаливания детей и т.д.

Журналистам муниципальной газеты, как правило, приходится работать в жанре проблемной или тематической статьи. В **проблемной** (проблемно-постановочной) статье журналист поднимает какую-либо проблему, либо пытается найти пути ее решения.

В **тематической статье** журналист обобщает опыт решения каких-либо вопросов на производстве, в быту, в сферах образования, культуры. Например, изучив отчеты или опыт клубных учреждений, рассказывает о том, какие мероприятия предлагали населению работники сельских клубов и Домов культуры к празднованию Дня пожилых людей или Международного женского дня.

Разновидностями статьи являются экономические обозрения, обзоры, публицистический комментарий, заметки публициста.

Экономические обозрения об итогах развития района в целом или отдельных его отраслей появляются в капун выборов, Дня города, или отраслевых профессиональных праздников, после Нового года. Обозрения рассказывают о том, как в сельских поселениях прошел месячник по благоустройству, в районе - техосмотр сельскохозяйственной техники. В обозрении журналист рассматривая ряд однородных фактов, объединенных временем, пространством, общей задачей, знакомит читателя с происходящими процессами, сложившейся ситуацией, возникающими проблемами. При этом автор старается привлечь выразительные и интересные детали, которые придают тексту наглядность и конкретность. Цель обозрения состоит в том, чтобы показать, как решают сходную проблему на предприятиях отрасли или на территории района, отметить положительные моменты, назвать отстающих. Очень часто свои наблюдения журналист подкрепляет мнением специалистов, должностных лиц. Например, в ходе выездных заседаний штаба по подготовке объектов ЖКХ к отопительному сезону, помимо описания увиденного в ходе осмотра,

журналист приводит мнения руководителей администрации поселения, подразделений ЖКХ, специалистов, рабочих.

Комментарий редакции обычно дают к сводке сельскохозяйственных работ, падоев молока на фуражную корову по итогам недели или с начала года. Комментируя письмо читателя, суть проблемы разъясняет специалист или компетентное должностное лицо.

Заметки публициста отражают перемены, происходящие в какой-либо сфере деятельности или жизни. Объект заметок – развивающееся явление, зачастую еще не законченное, например, газификация района, внедрение новых технологий, развитие фермерского движения, возрождение культурных традиций или ремесел.

В работе над статьей прослеживаются пять этапов: выбор темы, отбор фактов, выделение главного, развитие темы и ее разработка, литературная отделка текста.

Если в основе корреспонденции лежит факт и тема (т.е. вопрос, который рассматривает автор), то в статье – главное идея, подкрепляемая для доказательности фактами. Сила статьи не в яркости факта, а в обобщающих выводах. Задача проблемной статьи – привлечь внимание читателя к проблеме, убедить его в справедливости или ошибочности какой-либо идеи, мысли. Статья – это доказательное рассуждение проблемного характера, в ходе которого автор устанавливает связи между отдельными фактами, явлениями, событиями и теми закономерностями, причинами, которые их порождают, но остаются скрытыми от прямого наблюдения. При этом приводимые факты являются аргументами в пользу общего суждения. Основная мысль статьи – это ответ на поставленный вопрос, доказательство или опровержение рассматриваемой идеи. Масштабность взгляда, глубина обобщения – обязательные компоненты проблемной статьи.

Чтобы убедить читателя в справедливости или ошибочности идеи, журналисту приходится прибегать не только к анализу фактов, но и опираться на всю их совокупность. Факты служат отправной точкой для развития мысли автора, аргументируют ее. Статьи сочетают освещение конкретных вопросов с глубокими теоретическими обобщениями. Четкий, ясный тезис – основная мысль, идея с неизменной последовательностью должны вытекать из проанализированных фактов. Факты даются в их сущности и взаимосвязях. Содержание и формы статьи зависят от позиции автора, его мировоззрения и профессионального мастерства. Статья предполагает ясное развитие мысли. Будучи аргументированной, обоснованной системой фактов, мысль эта формирует логический стержень статьи, становится ее концепцией. Статья – жанр публицистики, выражающий развернутую, обстоятельно аргументированную позицию автора по актуальной теме. Публицист при написании статьи изучает весь

комплекс доступных ему фактов, материалов, чтобы отобрать наиболее интересные из них, те, что ярче всего иллюстрируют идею. Лев Толстой в «Анне Карениной» представлял идею с первой строчки романа: «Все семьи счастливы одинаково...». Статья приобретает большое социальное значение, если тема ее актуальна (например, льготное лекарственное обеспечение), если автор сообщает нечто новое или рассматривает явление с новых позиций, по-деловому ставит вопрос, привлекающий внимание читателя. Профессиональная и политическая зрелость журналиста проявляется в умении раскрывать социально значимые стороны, грани обозначенной темы. Статья – жанр публицистический, поэтому журналист обязан воздействовать не только на разум, но и на чувства читателя. В статье следует избегать повторения известных истин, штампов, клише. Чтобы статья не была сухой, абстрактной, следует ее увязывать с жизнью, конкретными явлениями. Умозаключения могут идти как от общего к особенному (дедуктивный метод), так и от единичного явления к общему выводу (индуктивный метод). Следуя авторской логике, читатель осмысливает окружающую жизнь, открывает нечто новое в привычных понятиях, которые помогают ему разобраться в социальных процессах.

Жанр статьи предъявляет жесткие требования к автору:

1) глубокое знание материала, 2) умение поставить свои знания на службу практике, применяя их при анализе жизненных явлений, 3) дар популяризатора, способность о сложных явлениях рассказывать живо и интересно. Статья должна убеждать и воспитывать. Чтобы материал получился доказательным, нужно хорошо представлять, **кого** и, самое главное, **в чем** ты хочешь убедить. Надо выбрать наиболее актуальную проблему, а не перечислять все, что имеет хоть какое-нибудь отношение к теме. Читателя утомляют обилие отлагательных существительных, сложных предложений, причастных и деепричастных оборотов, бесконечные перечисления, термины. Статью нельзя перегружать примерами и цифрами. Язык статьи должен быть понятен читателю. При написании статьи следует помнить, что ни одна проблема не существует в чистом виде. Нет чисто политических или чисто экономических проблем. Так, например, пьянство имеет как экономические, так и нравственные корни. В статьях недопустима прямолинейность, журналисту необходимо умение анализировать, говорить о проблеме остро, свежо, поднимать глубинные пласты, всколыхнуть читательские эмоции, вызвать желание поспорить или согласиться с концепцией. В статье отдельные ситуации рассматриваются как элементы какого-то явления. Для статьи характерны широкие обобщения, постановка проблемы, ее разработка, анализ, многосторонняя аргументация. Раскрывая перед читателем определенную идею, автор призывает к конкретным действиям.

При выборе темы надо попасть в точку, в то настроение, которое в этот момент владеет населением, показать выход из проблемы. Если вы заденете большой вопрос, то даже рядовая ваша статья произведет большое действие, вызовет в обществе широкий резонанс. При работе над темой нужно изучить источники информации, привлечь статистические данные, факты. Статья – жанр исследовательский. Отсутствие конкретных представлений о конкретных вещах весьма пагубно для автора. Важное значение имеют зачин, факт, цитата, оригинальное суждение. В заголовке кратко должна быть выражена суть идеи.

Глава 14

Письмо

Письмом называется не только знаковая система фиксации речи, но и послание (иногда частное) другому лицу, в котором содержится поздравление, извещение, приглашение, просьба, сообщение, весть, сводка сведений, указание, распоряжение (циркулярное письмо), а также вид жанра эпистолярной литературы (от греческого эпистола – письмо). В эпистолярной литературе известны стихотворные письма-послания (письмо Татьяны – Онегину), романы в письмах («Бедные люди» Ф.М. Достоевского), философские письма. В журналистике письмо является самостоятельным жанром, для которого характерны обращение к адресату, особо доверительный характер повествования, включение элементов бытовой речи, свободное изложение темы, подпись автора. Существуют и публицистические письма (письма-обращения и письма-послания), адресованные как бы одному или нескольким лицам, но созданные специально для опубликования, то есть изначально подразумевающие широкую аудиторию.

Широко известны публицистические «Философские письма» П.Я. Чаадаева, «Письма русского путешественника» Н.М. Карамзина, «Письма об изучении природы» А.И. Герцена, в которых слово «письмо» имеет собирательное значение, определяя жанр выступления.

В газетах письма используются под рубриками «Письмо пошло в дорогу», «Письма читателей», «Из почты», «Письмо без комментариев» и др. Подборки писем чаще всего формируются из писем-откликов, писем-вопросов, писем-предложений, писем-пожеланий, писем-благодарностей и писем-замечаний. Как правило, это очень лаконичные тексты. Предложений ровно столько, чтобы выразить единственную мысль, реже две-три мысли или два-три вопроса. Аргументация в данных видах писем не развита, то есть обстоятельных доказательств не приводится.

Письмо с развернутыми доказательствами, размышлениями ближе к корреспонденции (если речь идет о чем-то конкретном) или статье (если приводятся рассуждения общего характера), путевым заметкам, рецензии,

очерку и пущы серьезные основания, чтобы писать данные материалы именно в жанре письма. Весомым основанием, например, послужит необычайно сильная энергетика текста, то есть, если письмо звучит и как исповедь, и как проповедь одновременно. Текст письма явно выходит за рамки в целом эмоционально выдержанных и нейтральных основных газетных жанров. Но если накал памфлета (жанра художественно-публицистического) обеспечивается накалом интеллекта, виртуозным владением слова, то письмо достигает того же эффекта через свою страстность и относительную простоту языка. Текст письма почти всегда спорен, но в этом и состоит его цель – вывести читателя из состояния равнодушия, благодушной дремы. Поэтому именно письма становятся предметами продолжительных (не на один номер) читательских дискуссий.

Письма, наряду с телефонными звонками, встречами на предприятиях, в организациях, в учреждениях культуры, являются формой обратной связи газеты и читательской аудитории.

В качестве примера письма можно привести следующую публикацию.

Среди людей

Это было во вьюжный февральский день. Колочный снег бился в окна. К почт вновь должно было поменяться давление, и в предчувствии этого у меня ныли суставы и болела раненая рука. Я – инвалид второй группы Великой Отечественной войны, без малого восьмидесяти лет. Два года назад ушел из жизни самый близкий для меня человек – жена. Других родственников в нашей деревне Ховань у меня нет. Живу один. А последние месяцы и здоровье стало пошаливать. Не каждый день и в магазин за хлебом дойду. И вдруг в дверь дома кто-то позвонил.

- Кому бы я мог понадобиться? - подумал я.

Есть у нас в деревне хороший человек – Анна Петровна Маркова. Она никогда не относится к работе формально. Ведь можно было просто опускать почту в ящик. А она обязательно в руки передаст. И за это мы ей благодарны. И выслушает нас, на вопросы ответит, главные деревенские и районные новости сообщит. Поможет за радио заплатить и за свет, если надо - по дороге забежит в магазин и принесет хлеб. Когда начинается подписная кампания, всегда хорошую газету посоветует выписать. Но ведь сегодня Анна Петровна уже доставляла почту.

Может быть, это наш кинемеханик, Анатолий Васильевич Самылин? Он очень добросовестно относится к работе. Перед сеансом всегда проверяет и киноаппаратуру, и пленку, чтобы во время демонстрации фильма не было никаких накладок. С недавних пор по дороге в клуб он стал заходить за мной. Знает, что одному мне идти тяжело. А так за компанию придем, как всегда, поразмышляем. Пока он налаживает аппаратуру, поговорим о жизни, а, возвращаясь вечером из клуба, картину обсудим. Но кино у нас бывает по

средам и субботам, а сегодня – четверг. Как-то раз зашел вот так же неожиданно доктор Виталий Владимирович Осеев. Он читал лекцию на ферме, как защититься от гриппа, и проведаль меня по дороге. Рассказал о том, какие сейчас в районной больнице для нас, ветеранов, бесплатные путевки имеются в дома отдыха и в санатории. Посоветоваль выбрать путевку в санаторий «Сосновый бор». Он находится в соседнем районе. Ехать недалеко, а условия как раз по профилактике моей болезни. Выбраль я путевку на начало марта.

Но кто же тогда звонит?

Открываю дверь, на пороге старшеклассницы. Говорят, мол, мы ученицы Зинаиды Михайловны Макаровой (она у нас в клубе, на ферме и в тракторной бригаде с лекциями выступает), пришли помочь вам порядок в квартире навести.

Протерли пыль везде, вымыли пол. Сразу дышать стало легче. Но на этом не успокоились девчата, а сняли подзор с койки, тюль с подушек, покрывало, запавески с окон, а через несколько дней принесли все чистое, накрахмаленное и повесили каждую вещь на место. А потом еще ребята приходили, дров из поленицы в сени напосили, чтобы мне на улицу несколько дней можно было не выходить.

А 23 февраля школьники пригласили меня в клуб. Там было много ветеранов. Мы вспомнили о войне, а ребята читали стихи и пели песни военных лет. Затем руководители совхоза преподнесли нам подарки, сказали теплые слова.

Приятно, что в родной деревне мы со всех сторон окружены вниманием и заботой.

**А.И. Родионов, иппалид Великой Отечественной войны,
д. Ховань**

Письма читателей подчас заказываются журналистами. Обычно с просьбой написать свое мнение по определенному поводу обращаются к известным в районе специалистам, людям, обладающим авторитетом или выражающим мнение своей группы, социального слоя.

Письмо очень неформальный жанр, его главное достоинство и особенность имеют в искренности автора, подчас в недерживаемой эмоциональности. Неслучайно подавляющее большинство писем в редакцию приходит самотеком. Эти письма никто из журналистов не просил написать. Часто письмо – это исповедь, крик души, наболевшие думы, сомнения, страстное выражение каких-либо чувств, а то и упрек должностному или выборному лицу, обвинения кого-либо, бичевание чего-либо, публичная просьба или требование, порицание или благодарность, предложение.

Вместе с тем, каким бы беззащитно исповедальным ни было письмо, оно

написано автором не куда-нибудь, а в средство массовой информации. То есть, автор изначально допускает, что это письмо может быть прочитано многими, может обсуждаться, а то и быть опубликованным, то есть предстать перед многотысячной аудиторией.

Автор письма во многих случаях изначально рассчитывает на его общественный резонанс. Ведь эпистолярный жанр, как жанр публицистики, и возник из-за того, что, с одной стороны, сухие деловые письма этикетного содержания начали пропитываться личными эмоциями, упоминаниями деталей, контекст которых был известен лишь автору и его адресату. А с другой стороны, помимо событий личной жизни автор стал обращаться к вопросам общественного характера. То есть, в итоге получился тот сплав личного и общественного, что в свое время был характерен для кухонных бесед за чашкой остывшего чая и нагретой стопки.

Многие газеты специально предупреждают читателя и взявшегося за перо автора о том, что письма редакцией не рецензируются, что редакция не вступает в переписку с читателями, и что авторы сами несут ответственность за факты, приведенные ими в письмах. Тем не менее, в уважающих себя редакциях письма (кроме особых случаев) все же готовятся для печати, а не публикуются сразу же так, как есть.

Что значит: подготовить письмо для печати? Прежде всего – проверить достоверность изложенных в письме фактов, правильность написания фамилий, имен, отчество упомянутых в материале людей, их должностей, места работы. Затем, если все факты подтвердились, необходимо просмотреть тон письма. Ведь письмо, как уже говорилось, обычно пишется от переполняющих чувств и перехлестывающих через край эмоций. Задача журналиста – не подвести под судебные искн газету и доверившегося газете автора. Лучше всего при этом, если необходимо, использовать правку-сокращение. Если необходимо восстановить логическую связь, то для этого используются стилистически нейтральные слова и выражения. Если автор крайне неудачно высказывает свою мысль, то письмо можно и переписать от начала до конца, если вы уверены в том, что между вами и автором письма существуют или могут сложиться к моменту сдачи письма в секретариат искренние доверительные отношения. Автор (ветеран, селянин, рабочий), как правило, будет вам только благодарен за помощь. Но при этом надо постараться сохранить тон письма, стиль и манеру выражения автора, как-то характерные авторские словечки или выражения, словом действовать максимально аккуратно, так, как работают реставраторы. То есть, очистить подлинник от лишнего и случайного, чтобы ярче заблестела, выделилась главная мысль. Если вы не знакомы с автором, или за автором закрепилась вполне конкретная репутация односторонней личности, то действовать надо крайне шепетливо, осторожно и в конце работы над письмом лучше всего

отдать его на вычитку автору (визирование), с тем, чтобы в случае своего согласия с предлагаемым вариантом текста автор под письмом расписался. Возможно и предложить автору подкрепить свои утверждения конкретными примерами, ясными для аудитории фактами, эпизодами, подробностями. Когда обработка полностью закончена, мы еще раз согласуем текст с автором, благо современная телефонная связь это позволяет. Согласование обработанного материала с автором уберезет газету от досадных целестостей и судебных издержек.

Порой журналисты становятся и сами авторами писем. Как правило, речь идет об **открытых письмах**. То есть письмо пишется для конкретного человека или группы лиц, но рассчитывается именно на публикацию, причем как можно более заметную. В трехразовой газете подобные письма публиковались на первой полосе или развороте, в еженедельниках помещаются на второй, третьей или четвертой полосах. Открытым письмом к конкретному человеку или группе лиц автор старается переубедить адресата, воздействовать на его чувства, мысли, поступки, поговорить с ним по душам. Автор старается максимально учесть попятнейшие и психофизические особенности и возможности своего адресата, не забывая ни на секунду при этом, что письмо рассчитано одновременно и на широкую читательскую массу, то есть старых и молодых, инженеров и рабочих, мужчины и женщины.

Открытое письмо подчас напоминает вызов на интеллектуальную дуэль и сам поединок, представленный атаками на аргументную базу адресата и защитой собственной точки зрения. Рассуждая о событиях, поступках, автор дает им оценку, высказывается за поддержку тех или иных сил, агитирует читателя встать на его сторону и предпринять определенные действия или, наоборот, прибегнуть к бойкоту каких-то мероприятий. В подобном случае журналисту нужно помнить, что его адресату навряд ли дадут место для выступления в вашей газете. Поэтому текст должен быть корректен, то есть, уважителен по отношению к адресату.

Разновидностью открытого письма являются **письма-обращения** не к определенному адресату, а некому формальному или неформальному объединению граждан (например, болельщикам футбольного клуба), партии, социальной группе. Например, обращение депутатов районного совета к землякам по поводу проведения весеннего месячника по санитарной очистке территории района. Задача такого послания – достучаться до сердца и разума человека, доходчиво объяснить общественную пользу мероприятия, побудить адресата к конкретным действиям. В таком тексте должны быть использованы свежие яркие сравнения, образы, факты, содержаться перечень вполне конкретных мероприятий, в которых или котором мог бы себя проявить гражданин.

Разновидностью открытого письма является **письмо-заявление**, в котором вполне конкретная группа лиц от своего имени или имени своего коллектива обращается к коллегам или аудитории вообще.

Оба этих вида письма содержат вполне конкретные предложения, призывы, рекомендуемый набор и характер действий. Текст таких писем должен быть предельно четок, ясен и краток, содержать конкретные рекомендации действий.

Глава 15

Художественно-публицистические жанры

Художественно-публицистические жанры (зарисовка, очерк, фельетон, памфлет, юмореска, пародия, эссе и т.п.) роднит применение журналистом художественного метода, основанного на использовании художественного образа, экспрессивных языковых средств, психологизма, домысливании недостающих деталей в рамках типичных реальных проекций, ситуаций, моделей для отражения правды жизни в целом, типичных характеров, поступков, ситуаций, человеческих черт, поиска ответов на вечные вопросы.

Зарисовка

Районные газеты советского периода редко обходились без одной, а то и двух-трех зарисовок в номере. В отличие от очерка, который можно сравнить с полноцветным портретом, выполненным масляными красками, зарисовку обычно характеризуют как карандашный набросок к портрету. Классический размер зарисовки 70-140 строк, очерка – более 300 строк. Но размер – это лишь сопутствующий внешний признак. Зарисовка исходит и отталкивается от конкретного события, факта, явления. Обычно и начинается она с одного из четырех чаще всего встречаемых заголовков: какой-либо бытовой или производственной сценки, детали, констатации достижения героя (показателя, награды), выделения черты его характера. Далее на нескольких примерах автор старается проследить как отмеченная им черта характера помогала преодолевать различные трудности и затем легла в основу трудовой победы или достижения о котором было сказано в начале. Очерк тоже может отталкиваться от события или факта, но если в зарисовке они нужны для иллюстрации черты характера, то в очерке – для выхода на доказываемую идею, например, представление героя как типичного современного человека, героя нашего времени и т.д.

Методы сбора информации и для зарисовки и для очерка имеют много схожего: журналист расспрашивает о биографии героя, работе и должностных обязанностях, беседует с его начальниками, подчиненными, товарищами по работе или людьми, сталкивавшимися с ним. Журналист старается запомнить или записать как выглядит человек, как одет, как говорит, выясняет его возраст, отмечает какие-то характерные словечки и выражения, жесты, привычки, расспрашивает о его увлечениях,

общественной работе, семейной жизни, отдыхе, наградах и прочем, хотя объемы собираемой информации для зарисовки и очерка, конечно, различаются на порядок. Ведь задача зарисовки показать человека через черту его характера, задача очерка – рассказать о человеке как представителе своего поколения, социальной или ролевой группы, народности, профессионального сообщества и т.д. Сжатость – преимущество зарисовки. Важно стремиться показать облик, тип человека по-чеховски в нескольких словах.

Очерк – исследовательский жанр, стремящийся показать современного человека в действии, раскрыть его характер, либо выявить идеальные черты человека, которого можно поставить в пример другим людям.

В зарисовке, как правило, главная черта человека уже явственно обрисована его поступком, и задача журналиста состоит в том, чтобы как можно ярче описать и этот поступок, и проявившуюся в нем человеческую черту, а весь последующий объем произведения посвятить доказательству того, что данная черта проявилась не случайно и сам достигнутый результат не случаен.

Допустим, по итогам года вышло, что доярка Иванова получила от каждой из коров своей группы по шесть или восемь тысяч килограммов молока, что является лучшим результатом в хозяйстве или даже в районе. Характеризуя Иванову, руководство хозяйства, заведующая фермой единодушно отмечают такую черту ее характера как исключительное трудолюбие. Таким образом, перед журналистом изначально присутствует и поступок (информационный повод, общезначимый факт) – достижение трудового рекорда, и главная черта героини, благодаря которой рекорд был установлен.

И если журналист берется писать об Ивановой очерк, он должен также рельефно обрисовать и другие главные черты характера Ивановой и рассмотреть, насколько эти черты характера или сама Иванова соответствуют образу идеального труженника современной деревни, или рассказать об Ивановой как о человеке, на котором держится современная деревня, исследовать больше или меньше становится таких Ивановых в наших деревнях. То есть очерк посвящается доказательству идеи или демонстрации этой идеи в действии, конкретных проявлениях.

Зарисовка на глобальные обобщения, на петлешый из-за своей идейной или художественной ценности информационный продукт не претендует. У зарисовки, как жанра, задачи гораздо скромнее, но не менее почетны. Поднимая на общественный пьедестал почта один поступок и одну черту характера, журналист обращает внимание аудитории на то, что достичь одобрения общества может каждый. Известно, что по крайней мере одна положительная черта присутствует в характере каждого человека, и,

опираясь на эту положительную черту характера, любой человек может совершить какой-то благородный общественно-значимый поступок. Тем более, что и своеобразная инструкция по выходу на рекорд или общественно-значимый поступок в той же зарисовке и прилагается.

Ведь после описания в зарисовке поступка (рекорда) Ивановой, главной черты ее характера журналист описывает, как, опираясь на эту главную черту характера, Иванова пришла к данному рекорду. Например, из зарисовки про Иванову мы узнаем, что на всем протяжении своего жизненного пути эта женщина всегда отличалась трудолюбием, то есть никогда не изменяла этому своему качеству. Что, стремясь усилить отдачу от труда, Иванова углубляла профессиональные знания, посещала курсы повышения квалификации или упорно занималась самообразованием, старательно перенимая опыт более умелых доярок, что была настойчива в достижении поставленной цели, не допуская потерь своего труда, проявляла требовательность к товарищам по работе – механизаторам, чтобы привозили из скирд или силосных траншей хорошие корма, а не первую попавшуюся гниль. Да чтобы корма стужали на специально приготовленные чистые кормовые площадки, а не в грязь рядом с фермой, чтобы слесарь по молокопроводу держал его в чистоте и вся продукция оценивалась первым сортом, а зоотехники составляли рацион кормления животных так, чтобы сохранялась высокая жирность молока. Чтобы пастухи вовремя перегоняли животных с вытоптанных пастбищ на места с хорошим травостоем. Что будучи строга и требовательна к другим, она старалась и сама во всем быть примером. Коровы ее всегда были ухожены и чистые, при доении она строго следовала требованиям технологии, соблюдала распорядок дня, любила каждую из питомцев и т.п.

Очерк в 300-500 строках исследует или описывает актуальные жизненные явления: отношение к инвалидам, многодетным, сиротам, социально-незащищенным гражданам. Зарисовка в 20-30 строках дает бытовую картинку, жизненную сценку: ребенок на глазах матери бросил на асфальтовую дорожку обертку от мороженого, хотя в двух шагах стоит урна, и мать не заставила его исправиться. Водитель остановил автобус в луже, и все пассажиры при выходе намочили ноги. В крупном торговом центре у единственной кассы собралась большая очередь, а дежурные кассиры в подсобке пьют чай и т.д.

В данных случаях зарисовка – это моментальное наблюдение, сделанное в известном месте в известный момент.

Есть зарисовки в 50-100 строк, представляющие из себя картинки с натуры. Например, воспитатель детского сада знакомит детей своей группы с деревьями, растущими на территории детского сада. Школьники младших классов под руководством учительницы обсуждают, чей букет из осенних листьев лучше. Главное в таких зарисовках не событие само по себе, а

влияние этого события, его атмосферы на поведение и настроение людей, их эмоции, думы, мысли, взаимоотношения.

Наряду с путевыми очерками бывают и путевые зарисовки. К наиболее известным путевым очеркам принадлежит «Путешествие в Арарум» А.С. Пушкина. Путевая зарисовка не претендует на масштабность. Ее цель показать отрывочные, но яркие явления, передающие особенности мест, черты характера местного населения, железнодорожного или автобусного быта и т.п. Например, недавно, одна жительница района в составе творческого коллектива на автобусе пересекла всю Западную Европу. Большое впечатление на нее произвели обыкновенные придорожные туалеты. Она сравнивала механизированные самоочищающиеся туалеты, виденные в странах старой Европы и расположенные на каждой заправке, то есть через 10-15 км, с российскими убогими и грязными "домиками неизвестного архитектора", которые найдешь даже не на каждой автозаправке.

Написать правдивую и яркую зарисовку можно в том случае, если автор сам видел людей и вещи, о которых он рассказывает читателю. Язык зарисовки не терпит длиннот, повторений, стилизованных выкрутасов. Любая зарисовка должна писаться на фактическом материале, показывать события, которые происходили в действительности, описывая людей, называть их конкретные должности, место работы. По описанию событий зарисовка примыкает к репортажу, а по литературным и художественным приемам – к очерку.

В центре зарисовки – портретов должен быть человек, а не показатели, проценты, технология работ или производственных циклов. Например, в зарисовке о цветоводе-озеленителе недопустимо, чтобы половину материала заняло описание производственного плана коммунального хозяйства или должностные обязанности работника. При написании зарисовки о цветоводе полезно заполучить и план озеленительной деятельности коммунального хозяйства на текущий сезон (он дает представление о масштабах деятельности работников), и должностные инструкции (дают представление о том, что должен знать и уметь цветовод, за что он несет ответственность), но все эти сведения должны быть тщательно переработаны, служить подкреплению либо картины поступка героя (лучше всех оформила клумбу), либо рассказу о том, как человек пришел к данному результату, сколько всего ему пришлось узнать, изучить, освоить. И все это должно быть описано не канцелярскими выражениями инструкции, а художественным, образным, ярким, свежим литературным языком.

Работа над зарисовкой сродни работе художника над портретом, пусть это даже портретный набросок в карандаше. Чем он для зрителя выгоднее отличается от фотографии? Тем, что в карандашном наброске нет лишнего

в данном случае фона, то есть чужеродных объектов, нет второстепенных и третьестепенных деталей, зато явственно главное – черты или профиль лица, характерные штрихи, главные особенности облика.

Зарисовка может быть не только положительной, но и критической, описывать не только победы, но и недостатки, проявление у людей негативных черт, невоспитанности и некультурности, хамства, черствости, лицемерия и т.д. В зарисовке из-за ее небольших размеров каждый включенный в описание элемент несет повышенную нагрузку, должен максимально работать на замысел, каждое слово должно быть на месте и быть значительным. Для зарисовки характерна наглядность, конкретность, ее цель показать в небольшой сценке, картинке, эпизоде крупное жизненное явление или грань человеческого характера. Иногда эмоциональный настрой зарисовки создается через личные переживания автора. Например, пульт дежурного по железнодорожной станции – привычное рабочее место дежурной, но если взглянуть на нее глазами корреспондента, впервые оказавшегося здесь, то впечатление будет и свежим, и ярким. Несмотря на то, что в главном эпизоде зарисовки воспроизводится то, что совершилось или совершается в данный момент, в ней есть место для исторического экскурса, например, биографии героя, каких-то памятных ему эпизодов жизни, раскрывающих становление, развитие главной черты характера.

Для примера можно привести следующую зарисовку.

Из стального поколения

На прошедшей в августе учительской конференции Благодарственным письмом Министерства образования Московской области был отмечен вклад в развитие образования Шаховского района ветерана педагогического труда М.И. Холоднова.

Работники редакции присоединились к поздравлениям коллег Михаила Ивановича и недавно побывали у него в гостях..

Беседа с ветераном, которому на днях исполнилось 87 лет, состоялась за чашкой чая с душистым вареньем. Его по особому рецепту приготовила супруга М.И. Холоднова – Зоя Николаевна, тоже бывшая учительница.

Михаил Иванович, убеленный сединами, но еще не покорный годам мужчина, по нашей просьбе для памятной фотографии надел парадный пиджак с многочисленными наградами, по-хозяйски, не мешкая, достал семейные альбомы и начал волнующий рассказ о любимой школе и многочисленных учениках. По нашей просьбе ценного рассказал и о себе.

Оказалось, что Михаил Иванович уроженец здешних мест. Он родился в д. Аксаково. Десятилетку заканчивал уже в райцентре Шаховская. Белокопская школа тогда давала только неполное среднее, то есть семилетнее образование. По путевке комсомола поступил в областной педагогический институт, который окончил в 1940 году. В этом же году и

начал преподавать географию в Белоколпской школе.

Весной 1941 года молодого учителя призвали в Красную Армию и отправили на Дальний Восток. Здесь еще помнили боестолкновения с японскими милитаристами у озера Хасап и готовились отразить любое нападение противника. Но войну развязала гитлеровская Германия.

Молодой офицер обучал солдат владению оружием, тактике ведения боя и писал рапорт за рапортом об отправке на фронт. Однако специалисты пужны были и на Дальнем Востоке. Старшие командиры уже тогда отмечали в характере Михаила Ивановича такую важную для учителя и наставника бойцов черту характера как ответственность за порученное дело. Такого же серьезного отношения к науке воевать требовал молодой командир и от подчиненных. На учениях красноармейцы Холоднова неизменно действовали как в бою. Быстро и на совесть глубоко рыли окопы и пути сообщения, устраивали землянки или доты, по-хозяйски относились к оружию и боеприпасам. Эти навыки на фронте спасли не одну солдатскую жизнь. В 1943 году, когда фашисты прорвались к Волге, часть, где служил Холоднов, перебросили в Сталинград. Отсюда Михаил Иванович дошел до Прибалтики и Польши, а в 1945 году после победы над Германией воевал на Забайкальском фронте с Японией до окончания второй мировой войны. За героизм и мужество, проявленные в годы Великой Отечественной войны, М.И. Холоднов был награжден орденами Красной Звезды, Отечественной войны I и II степеней, многими медалями.

В 1946 году после демобилизации М.И. Холоднов вернулся на родину. Его направили в родную Белоколпскую школу учителем географии, физкультуры и военного дела, а через некоторое время назначили директором этой школы. Холоднов считал себя в ответе за судьбу каждого ученика, вооружал их не только знаниями преподаваемых предметов, но и воспитывал настоящих людей, способных постоять за себя и, не ожидая просьб, прийти на помощь товарищу, умеющих добросовестно и честно трудиться. Листая страницы фотоальбомов. Вот передо мной молодой, высокий, статный и красивый офицер. Вот Михаил Иванович с ребятами в лыжном походе, в классе военного дела, на экскурсии на старейшей в наших местах Волоколамской ткацкой фабрике. Вот педагог с выпускниками школы, вот он с учащимися на туристском слете, на школьном стадионе.

Школа пуждалась в большом ремонте. Ученики и учителя восстанавливали ее вместе, ремонтировали крышу, стены, окна, классы и парты, заготавливали дрова, много помогали и подшефному колхозу в уходе за сельскохозяйственными культурами и скотом, в уборке урожая. Хозяйственники знали: питомцы Холоднова в работе не подведут.

После объединения колхозов село Белая Колпь стала центральной усадьбой мощного семеноводческого совхоза. Для воспитания своих

специалистов понадобилась и современная школа-десятилетка. М.И. Холоднов сам выбирал и защищал ее проект, а, когда дали добро на строительство, ежедневно бывал на стройплощадке, для ускорения строительства «выбивал» технику, стройматериалы, добивался быстрее прибытия бригад субподрядчиков. Без директора школы у строителей не обходилась ни одна планерка. В это же время в школе развивались учебно-производственные растениеводческие и животноводческие бригады, опытная работа по освоению новых сельскохозяйственных культур. М.И. Холоднов добился того, чтобы ребята вместе с аттестатом о среднем образовании получали права трактористов и водителей, девушки – операторов машинного доения. В новой школе усилиями директора сразу же начался переход на кабинетную систему, организовывались многочисленные кружки и факультативы. М.И. Холоднов стоял у истоков создания школьного музея, экспозиции, посвященной подвигу односельчан в Великой Отечественной войне. Михаил Иванович делал все от него зависящее, чтобы ученики вырастали настоящими патриотами, достойными подвигов отцов.

27 лет отработал М.И. Холоднов на посту директора школы. Многие традиции, заложенные им в педагогическом и школьном коллективах, живы до сих пор. Сотни специалистов для сельского хозяйства, образования, здравоохранения, культуры, совхозных служб воспитала школа под руководством Михаила Ивановича. Его педагогический труд был отмечен многими наградами. Все это время опорой во всех делах была жена, Зоя Николаевна, с которой они идут по жизни вместе уже шесть десятков лет. А их совместный педагогический стаж превысил восемьдесят лет. Холодновы не перестают интересоваться жизнью родной школы, присматриваются к молодым преподавателям, всегда рады помочь им советом, ведь учитель остается таковым до своей последней минуты и по долгу совести вменяет себе в обязанность разделять победы и неудачи своих питомцев.

О. Ильичева

Глава 16

Очерк

В художественной литературе очерком называется одна из разновидностей рассказа, отличающаяся большей описательностью и затрагивающая преимущественно социальную тематику.

В журналистике очерк – это художественно-публицистический, документальный жанр, в котором излагаются реальные факты и явления общественной жизни, как правило, в прямом истолковании их автором. Очерк – жанр мировоззренческий.

Разновидностей очерка много. Известны очерки путевые, событийные, экономические, фронтовые, сельскохозяйственные, педагогические, проблемные, судебные, зарубежные, географические, портретные. В очерке

применяются два способа отражения действительности: наглядно-образное и аналитическое (исследовательское). В зависимости от того, какое из начал преобладает, получается и характер очерка. Как правило наглядно-образный способ характерен для очерков путевых и географических, аналитический – для очерков судебных, экономоических, “отраслевых”. В портретном очерке сочетаются оба метода. Художественный метод помогает автору сделать образ героя более типичным, очистить его от всего случайного, шансового, поверхностного, дает возможность выявить глубинные, духовные начала личности. Аналитический метод используется в препарировании жизненной или конфликтной ситуации, нравственной позиции для показа проявлений характера героя, его таланта, упорства, трудолюбия, принципиальности, воли, честности, того, как герой пронес свои убеждения, отстоял их на протяжении прожитых лет.

Особенности очерка как жанра особенно хорошо видны в **очерке портретном**. В отличие от зарисовки очерк предполагает всесторонний показ человека. Читателю интересно узнать как выглядит герой, в какой обстановке протекали события, каковы были переживания человека в описываемой ситуации. Описывая героя, обстановку, переживания, автор естественно прибегает к образным, то есть, художественным средствам отражения действительности, к домысливанию природных явлений, деталей сцен, предполагаемых диалогов. Вместе с тем журналист ведет исследование проявлений характерных черт героя в конкретных ситуациях.

В качестве примера приведем следующую публикацию.

Живая душа

После похорон расходились по машинам.

- Хорошие люди лишние на этом свете... - как бы про себя обронил кто-то. – Они много мучаются и до обидного мало живут...

Мы были придавлены горем, мысли кружились вокруг ямы, в которую опустили гроб, сдвинутой в сторону железной ограды. В ушах еще стоял безжизненный гулкий стук комьев глины по красной крышке. Все молчали. Не хотелось ничего говорить. И правильные и неправильные слова кажутся шорохом сухой прошлогодней травы, когда теряешь друга.

Судьба еще в детстве жестоко обошлась с этим человеком. При взрыве гранаты он потерял кисти обеих рук, один глаз, стал инвалидом. Кто скажет, что можно жить без рук, без глаза, лишь бы жить, тот глуп или бессердечен. Существовать, став обузой для всех, можно, жить полноценной жизнью, как живут здоровые люди – безмерно трудно. Человек, внезапно ставший инвалидом, мучается от своего бессилия, завидит свою немощь, плачет по ночам от несправедливости свалившегося на него горя, стонет от боли, и каждый взгляд домашних, соседей, прохожих, даже взгляд участливый, взгляд хороших совестливых людей – как жгущий удар. Жить инвалидом

неизмеримо тяжело.

Виктор Николаевич Ильин жил настоящей полнокровной жизнью и лишним на этом свете никогда не был. Напротив, он был пужен многим, очень многим людям, как друг, как наставник и советник, как добрый и многоопытный человек, как живая душа.

Рассказывать о добром человеке труднее, чем о злом. Сталкиваясь со злым поступком, сразу мобилизуешься и тут же определяешь, распознаешь вид зла: жестокость, равнодушие, бесчеловечность, бессовестность и т.п. Встречая добро, греешься в его лучах как в солнечном тепле, в голову не приходит его анализировать, давать названия. Многие ли задумываются из чего, например, состоит дневной свет?

В.Н. Ильин был добрым человеком. Я вспоминаю холодный осенний день, из тех, о которых говорят, что «хороший хозяин в такую погоду и собаку из дома во двор не выпустит». Хмурое небо плотно окуталось тучами, занялся дождь, подул порывистый ветер с севера, и казалось, что вот-вот начнет падать снег.

С группой школьников я пришел в Ядрово, чтобы показать ребятам древние курганы и место, где жили первые обособившиеся в наших местах славяне. Рассчитывая успеть до дождя, мы шли напрямик через лес, пробирались по густому мелколесью, где ольховые кусты осыпали нас ледяным душем, кутались от ветра среди широких полей.

У дома Ильина мы остановились. Я хотел познакомить с ним ребят и идти дальше. Но, увидев наши усталые лица, Виктор Николаевич тут же приказал снимать рюкзаки и заходить в дом греться.

- Нам много, - запротестовал было я, - да и в избе вам нагрязним.

- Марш на печку! - улыбаясь приговаривал он, подталкивая ребятшек в дом, - кому на печке места не хватит, садитесь у печки на лавку, берите стулья. Пока не отогреетесь, никуда не пуцц. Подождут вас курганы. Грейтесь!

Последние слова уже относились ко мне. Пришлось подмигнуть и зайти в избу.

Минут через 10 мы уже пили свежий чай с вареньем, а Виктор Николаевич увлеченно рассказывал нам о прошлом окрестных деревень и сел. За разговорами незаметно летело время.

После похода ребята еще долго спрашивали меня:

- А еще в Ядрово к этому дяденьке пойдём, ведь он приглашал всех?

- К какому дяденьке? - будто бы не понимал я, побуждая их подыскать характеристику или уточняющие определения.

Я ожидал услышать нечто стандартное, что так принято в мире взрослых: «к учителю», «к историку», «к краеведу», «к человеку, у которого нет рук». А услышал неожиданное, то, что могла выразить только

незамутненная детская душа:

- Ну, к тому, кто нас обогрел...

Да, в конце-концов, не столь важно, сколько о чем-то нам расскажут и кто в каких званиях и чинах. Важно – кто нас обогреет. И если попадется такой человек, то его мы запомним на всю жизнь.

Ильин был, конечно, мужественным человеком. Но главной его чертой, той, что определяет сущность характера, была доброта, особая какая-то расположенность к людям, бескорыстное желание им помочь. И мы все чувствовали, понимали, что живет среди нас особенный, светлый человек, живая душа, и когда он ушел, мы понимали что теряем.

Я помню, как директор Серединской средней школы Валентин Иванович Кудряшов над свежей могилкой, смахивая слезы, сказал: «Нет, не могу, не могу говорить! Слезы душат. Больно!».

С добрым человеком расставаться больно. Но, может быть, надо пройти через эту боль, чтобы самим стать добрее?

Другой его сущностной чертой была любовь к родной земле, к своей деревне, к своей школе, в которой он долгое время был директором.

Когда-то мы стояли с ним возле школы у живой изгороди из цветущих кустов и деревьев, и Виктор Николаевич показывал мне какие-то удивительные редкие растения, посаженные им. Растения нигде больше не растущие в нашем суровом климате. Наверное, и их согревало тепло его сердца.

Потом мы пошли через зеленый луг к роднику в овражке и долго любовались ярко-желтой купальницей, и Ильин объяснял мне, что этот цветок занесен в Красную книгу, и вот те цветы (название которых я теперь забыл) тоже, и вот эта, на первый взгляд, невзрачная светло-зеленая травка вообще большая редкость. По овражку мы спустились к зарослям калины. Виктор Николаевич, ласково перебирая резные листья, стал рассказывать, чем полезны ее ягоды и как их заготавливали на зиму наши предки.

Он ощущал себя частью мира, деревенского, яркого, цветущего мира русской природы, и любил этот мир, не раздумывая, зачем и почему его надо любить. Он был счастлив, когда вокруг его школы колосились желтые поля, и на лугу расцветали огромные сиреневые колокольчики и белые ромашки.

Мы слушали с ним курлыканье журавлей в выцветшем сентябрьском небе и долго провожали глазами их неровный клин. Он радовался по весне прилету ласточек, зимой – первому снегу, в сентябре – грибному дождю.

Почему родная природа так близка нам? Почему мы чувствуем с ней самую неразрывную связь, почему даже самые серьезные взрослые люди подолгу стоят на берегу тихой речки, по-детски радуются пируэтам блестящих стрекоз, застав дыхание, вслушиваются в шелканье соловья? Не потому ли, что мы «одной крови» с живой и неживой природой Отчизны, что

состоим из тех же элементов, подпитываемся той же энергией, что и окружающие нас животные и растения? И если каждое вещество тоже энергия, то хлеб, выращенный на родной шве, и молоко, полученное от коровы, которая пасется на соседнем лугу, не только набор близких нам аминокислот, но и сходные с нашим энергетические поля и одинаковые электромагнитные волны.

Все, что окружает нас на родине, для нас родное не по абстрактному определению, а по существу. И в русской природе столько силы, что люди, и не имеющие в ней глубоких корней, через одно - два поколения становятся не менее русскими, чем старожилы.

Любовь к родине давала Ильину силы много успевать и много делать.

Я работал секретарем парткома колхоза имени Мичурина и как-то приехал к Ильину за помощью в организации лекций. Я понимал, что у него неважное здоровье (в то время Виктор Николаевич стал часто прихварывать), что хватает и без меня своих дел и забот. Но лучшего и более ответственного лектора мне было не пайти.

- Да, надо рассказать людям, откуда исходит угроза миру! – сказал он решительно. – Это важно! Только вот что, сегодня я еду в Шаховскую, надо решить вопрос об установке в деревне телефона. Ядрово – большая деревня, а случись что: ни «скорую» вызвать, ни пожарных – ближайший телефон только на ферме. Я, как депутат, должен жителям связь с Шаховской обеспечить. А завтра приезжай, помогу с лекциями.

Назавтра мы с Ильиным на «УАЗике» объехали бригады и фермы, встретились с людьми, рассказали об острых вопросах мировой политики. Возвращались в Ядрово поздно вечером, в темноте, под дождем. Виктор Николаевич, устало сторбившись, сидел рядом с пачкой газет на коленях, смотрел как по лобовому стеклу стекают водяные потоки.

- Замотал я вас сегодня, - извинялся я.

- Нет, просто давление скачет..., а так ничего. Люди должны знать, что в мире делается. Ничего, отдышусь.

Сейчас я думаю, что можно было бы, наверное, побережь его, можно было бы пайти ему замену, не дергать по каждому поводу. Но у нас ведь как: кто везет, на того и наваливают. Кто что-то может, того и дергают. Виктор Николаевич вез много. Очень много. Всю жизнь.

Он был директором Ядровской школы, депутатом сельского и районного Советов, пропагандистом, лектором, членом парткома, членом товарищеского суда, внештатным корреспондентом районной газеты, историком-краеведом. Он очень много успевал. А хотел успевать еще больше.

Ильин был патриотом своей земли и потому очень убежденным человеком. Его убежденность была особого свойства, не теоретическая,

основанная на книжных знаниях, как у большинства из нас, так сказать, убежденность ума, а иная – убежденность сердца. Виктор Николаевич действительность не идеализировал. Но как человек, проживший всю жизнь в родной деревне, как вдумчивый историк, философ, он мог сравнивать. И сравнение было в пользу общности, коллективизма. Таким он и остался в нашей памяти – человеком, верящим в кооперативное будущее деревни.

Ильин никогда не сидел без дела. Любил всякую работу. Однажды он пригласил меня в баню. Свою, собственную.

- Откуда у вас баня? – удивился я.

- Да вот за огородом поставил. Приезжай, сам увидишь.

Я понял, что он очень гордится своей баней и ему не терпится показать ее мне. И, конечно, я поехал в Ядрово.

Такую баню не каждый мастер-умелец построит. Она еще пахла свежим деревом. Аккуратно обструганные дощечки были плотно пригнаны друг к другу, прилажены и крепко прибиты. А ведь у Виктора Николаевича не было кистей обеих рук. Сколько терпения, выносливости и любви к труду требовалось ему, чтобы обстругать и приладить одну-единственную дощечку. А здесь таких дощечек была не одна сотня. И каждая прилажена с любовью, которая чувствовалась во всем, что он делал. Я любовался узором гладкого дерева, водил пальцем по желтым и коричневым кружевам. Казалось, что стены бани были обиты дорогим гобеленом.

Его любовь к родне органически включала в себя любовь к родной истории. И опять его живая душа не могла остановиться на той истории, которой учат в школе, то есть на тех схематичных рациональных знаниях, которые дают такое же представление о прошлом, какое скелет дает о живом человеке.

Мы говорили с ним о декабристах.

- Пойми ты, что они были люди! Лю-ди! И то же испытывали страх, любовь, ненависть, как и мы! И тоже падеялись на будущее! Не могли они поднять восстание ради примера потомкам! Это глупость! Человек не хочет быть примером для потомков, он хочет жить, любить, радоваться жизни! Поэтому их выступление – не демонстрация, не блеф, не яркое представление, а продуманное во всех частях действие. Они рассчитывали на успех, серьезно готовились к захвату власти. Почему не получилось? Да ведь и здесь вмешался человеческий фактор! Если бы Якубович арестовал царя, не испугался в последний момент решительных действий, то все могло бы быть по-другому.

Историю он знал прекрасно, и в особенности историю родного края. Но знанием своим не кичился и не считал себя в краеведении последней инстанцией. В связи с этим я вспоминаю одну историю. К юбилею района в восьмидесятых годах надо было срочно издать брошюру об истории

Шаховской земли. Меня вызвали в райком и попросили как историка и лектора заняться этим делом. Пришлось засесть за письменный стол. В брошюру вошли материалы краеведов, мои собственные заметки, фрагменты очерков Ильина. Закончив рукопись, я поставил сверху фамилию Ильина, а под ней свою и отправил рукопись в Ядрово.

Виктор Николаевич внимательно ознакомился с работой. Он всегда добросовестно относился к любому труду. Потом взял ручку и зачеркнул свою фамилию. Я удивленно взглянул на него.

- Во-первых, это писал не я, - объяснил он. - Во-вторых, с этим, этим и этим (он показал на некоторые абзацы) я не вполне согласен. Это твои мысли, а не мои. И в-третьих, над очерком об истории района надо еще много работать.

- Брошюру надо делать срочно, - пояснил я. - Материалы на следующей неделе уже надо везти в типографию. А данные для этих абзацев я взял из ваших работ. И выступать с таким очерком одному мне не удобно.

- Что ж в этом неудобного? Ты составил книжку по материалам местных краеведов. Ты автор-составитель. Каждый умный человек поймет это. Напиши только – автор-составитель, и все будет удобно. А на дураков не оглядывайся. История - вещь живая. Вчера, опираясь на имевшиеся в нашем распоряжении факты, мы думали одно, сегодня фактов стало больше, и позиции историка должны быть не столь категоричны. Завтра могут появиться факты, которые опрокинут сегодняшнее представление. Не может быть истины на все времена.

Виктор Николаевич был первым читателем моих рассказов и огромной повести из колхозной жизни (кажется, в ней было листов триста или четыреста). Я до сих пор с ужасом вспоминаю этот огромный труд (во всех отношениях слабый, но добросовестно излагающий проблемы тогдашней деревни и сельской молодежи), повесть, которая, к счастью, никогда не будет напечатана.

Мы сидели на берегу пруда, и Виктор Николаевич говорил, что несколько мест повести написаны с настоящим чувством, что они вызвали у него слезы, а значит, я написал хорошо. Однако повесть такую никогда не пропустят в печать, потому что в ней отражен конфликт молодежи и власти, а у нас таких конфликтов, по определению нашей власти, быть не может, так как считается, что нет для них основы. Нет в Советском Союзе и не может быть антагонизма между поколениями.

- Но вы же знаете, что подобные конфликты есть.

- Не только знаю, но и всегда стараюсь вместе с молодежью найти выход. Старшие ответственны за младших. И если младшие их не понимают, значит, мы, как воспитатели, в чем-то ошиблись. Они могут не соглашаться с нами, иметь свою позицию, но понимать нас обязаны постараться, чтобы не

уподобляться Иванам без родства. Я думаю, что тебе надо продолжать писать. Возьми историческую тему, она тебе ближе. Когда-нибудь напечатаешься!

Милый, добрый Виктор Николаевич! Он не увидел моих книг. Но его одобрение и похвала много способствовали их появлению. Мы говорили с ним о предназначении литературы, о связи ее с историей, о важности той и другой для человека. Мы говорили долго, очень долго, пока в полях, окружающих Ядрово, не закричали грачи, и над рекой не поплыл туман, и в нем не замерцала низко стоящая над горизонтом пастушеская звезда.

По прошествии стольких лет многое стерлось в памяти, но смысл той душевной беседы я запомнил навсегда.

Живая душа Ильина сделала его всегда молодым, верящим в правду и в радость сквозь печаль. Потому он остался для нас наставником и учителем.

Высоких наград за свой учительский труд он, кажется, никогда не имел. Носил значок «Отличник народного просвещения», его портрет был среди лучших лекторов области в областном доме политпросвещения – и только. Но его влияние на молодежь, его авторитет среди односельчан далеко выходили за рамки авторитета обыкновенного учителя. Не зря о нем В.И. Смирновым была написана книга «На земле Волоцкой: Повесть о мужестве», изданная в 1979 году сотысячным тиражом в издательстве «Молодая гвардия». Вспомняя Виктора Николаевича, я вспоминаю папу молодость. То время, когда он с коричневой офицерской сумкой через плечо пешком ходил по проселку на совещания в Шаховскую. А я ездил к нему в гости по тому же глинистому проселку на велосипеде. Шоссе в Ядрово тогда еще не было. Я не думал тогда, что человек смертен, мне казалось, что еще долго-долго будет встречать меня у голубой калитки улыбающийся приветливый добрый человек. И я буду жать его кулю и тоже улыбаться и радоваться нашей встрече. Каждой человеческой жизни положен предел. Предел есть даже у памяти, хотя нам так хочется, чтобы она была вечной. Нет временных и пространственных границ только у добра.

А. Жигарев, учитель, член СЖ России

Знание “смыслов жизни”, которым служит герой публикации, необходимо читательской аудитории для того, чтобы сверить свои цели с целями других людей, скорректировать свои действия, установки, образ жизни. Однако простое перечисление качеств личности, черт характера слишком абстрактно, бесцветно. Читателю важно знать как герой публикации отстаивает эти ценности, как преодолевает трудности, борется с ними. Описание этой борьбы, действий, поступков и помогает создать полноценный портрет героя.

Очерк характеризуется свободным и гибким сочетанием письма художественного и публицистического. Автор, прервав художественное

повествование, может непосредственно обратиться к читателю, рассказать о своих размышлениях, подчеркнуть свое, авторское отношение к описываемому. Очерк по объему близок к рассказу, но если в рассказе создается обобщающий, собирательный образ героя, то в газетном очерке речь всегда идет о конкретном человеке. Очерк всегда имеет конкретный адрес места действия, в очерке газетном отражаются реальные люди и реальные факты, реальные события социальной жизни. Читатель при желании может проверить достоверность описанных в очерке событий. Такая проверка мысленно проводится всякий раз и самим героем, о котором мы написали, и его коллегами или знакомыми. Порой эта проверка бывает весьма строгой и ревнивой, что обязывает журналиста тщательно относиться к достоверности деталей. Допустим, молодой журналист, рассказывая об одном из эпизодов жизни героя, ныне директора хозяйства, а тогда, четверть века назад, начинающего зооинженера, решил вставить сцену возвращения героя домой после собрания, на котором тот взял обязательство построить первую в округе кормокухню. И при этом описал пылепшную дорогу по селу от конторы до дома героя. Между тем 25 лет назад и контора находилась в другом месте, и сам герой с женой жил не в коттедже, а деревянном доме на другом конце села, а на месте коттеджей была чайная-распивочная. Старожилы-то об этом хорошо помнят. Так куда же автор отправил своего героя?

Беллетристу (беллетристика – в переводе с французского художественная проза бытописующего характера, в отличие от произведений высокого искусства) творческий вымысел необходим всегда. Этим он создает типическое, собирая портреты людей, их характеристики по частностям. В очерке журналист берет конкретного человека и рассматривает, насколько эта личность типична и характерна для нашего времени (знатный водитель, хлебороб, доярка). Очерк может быть построен на биографии (биографический очерк), на конкретной истории, событии, имеющем начало, развитие, точку наивысшего напряжения (кульминацию), развязку, заключение. Очерк может быть построен сюжетно или фрагментарно (главные вехи, основные события, связанные с награждением орденами или медалями, историческими сражениями). Бывает, что, сочетая художественные и публицистические элементы, автор отступает от сюжетного повествования и обращается к публицистике. Тогда композиция очерка определяется не логикой события (биографии героя), а логикой суждения. Одна из характерных примет очерка – ассоциативность. Описывая какое-либо явление, автор сопоставляет его с другим, происшедшим в ином месте и ином времени. Связь событий дается в авторских ассоциациях, что помогает подобным сопоставлением острее разрабатывать тему, резче выделить идею, сущность характеров, усилить аргументацию.

Бывает, что в очерковый материал автор вплетает элементы иных жанров (интервью, репортажа, стихотворные строфы и т.п.). Запрета на вкрапление в материал, написанный в одном жанре, элементов другого или других жанров не существует. Но этот прием должен быть оправдан. Многим, например, известно с какой проникновенностью исполняла песню «Когда цвели сады» певица Анна Герман. У слушателей слезы на глазах появлялись. Одна современная поп-звезда тоже решила исполнить эту песню. Исполняла вроде бы в той же манере, что и А. Герман, с той же интонацией. Но Герман-то душу в каждое слово, в каждый звук вкладывала. А поп-звезда – только технику. Причем не только свою, но и компьютера. Энергетика у песни вышла пулевая. Поп-звезда, видимо, это почувствовала и вставила в песню два дополнительных куплета, в которых вместо слов было «Та-та-та-та, та-та-та-та, ла-ла-ла-ла, ла-ла-ла-ла. Ла-ла-ла-ла. Ла-ла-ла-ла». И, поскольку, поверное, эти вставки были ей ближе и роднее, песня наполнилась экспрессией. Хотя нового смысла в ней не прибавилось, более того, смысл ушел на второй план, забитый энергетикой вставками. Так вот, вкрапления в материал одного жанра элементов других жанров очень часто напоминают эти «та-та-та» и «ла-ла-ла», то есть демонстрируют беспомощность автора в раскрытии темы при помощи специфического для данного жанра инструментария, характерных приемов. Являются попыткой через привнесение в материал посторонних эмоциональных шумов скрыть слабость используемых аргументов, аналитической базы, низкое качество исследования явления.

Индивидуальность автора, особенности его почерка могут, например, проявляться в том, что журналист в очерке прибегает к историческим параллелям, выражает настроение героя через картину природы, использует диалектные выражения в речи героя для того, чтобы подчеркнуть его корневую связь с малой родиной и т.д. То есть из всего многообразия приемов отражения действительности, характерных для данного жанра, журналист использует два-три и за счет виртуозного владения ими решает творческую задачу. Так, у некоторых футболистов есть один-два коронных, отточенных до необычайного совершенства приема, которые они используют всегда, неизменно добиваясь успеха. Именно в этом, а не в хватании мяча руками (то есть использовании приемов вне правил) состоит мастерство.

Владимир Галактионович Короленко (1853-1921), подготавливая очерк «В голодный год», в 1891 году изъездил весь Лукьяновский уезд Нижегородской губернии, непосредственно участвовал в борьбе с голодом, организовывал бесплатные столовые, изучал практику земской и государственной помощи голодающим. Работая над очерком «В холерный год», в 1892 году он собирал многочисленные свидетельства очевидцев, изучал систему медобслуживания на местах. Глубокое знание жизни

позволило ему сделать очерки, востребованные до сих пор.

Интуитивный подход журналиста в показе героя очерка часто недостаточен. Рассматривая человека в реальной жизненной ситуации, изображая индивидуальный характер, жизненную судьбу, очеркист должен подкрепить ее социальными реалиями и проблемами. Проблемы действительности тесно должны увязываться с конкретной личностью, ее социальными и нравственными качествами. Философы говорят, что богатство человеческой личности в богатстве ее действительных отношений с миром. К этому надо добавить и взаимоотношения героя с культурой, то есть обычаями, религией, верой, идеями, представлениями, традициями, нравственными нормами, хотя конечно не обо всех аспектах человеческой жизни следует писать, если, конечно, сам герой не вынесит эти явления на суд общественности. Например, один из звездных персонажей шоу-бизнеса не только не скрывает то, что трижды вступал в брак, но и с каждой женщиной связывал определенный период в творчестве, и говорил о влиянии каждой из жеп на свою творческую и личную жизнь.

В портретном очерке человека надо стараться раскрыть и показать через его общественнозначимые действия, конкретные поступки, производственные или социальные конфликты (конфликты интересов), борьбу за внедрение новых методов работы, освоение новых специальностей, повышение профессионализма. Автор стремится выявить индивидуальность героя, обрисовывает его особые черты. Героями муниципальных газетчиков становятся люди труда, орденоносцы, почетные граждане, специалисты, добившиеся наилучших результатов, предприниматели, широко занимающиеся благотворительностью, народные депутаты и т.д. При подготовке очерка мало одних биографических сведений, так как даже самая подробная биография не дает представления о человеке, процессе его роста, качествах и чертах его характера, что списали уважение у окружающих. Как дерево познается по плодам, так человек познается по поступкам, социальным действиям и взаимодействиям, убеждениям, симпатиям и антипатиям. Песня В. Высоцкого «Я не люблю» говорит об авторе больше, чем любая из его биографий.

Журналист районной газеты, не имеющий возможности в отличие от журналиста из центральной газеты провести со своим героем несколько дней, подробно изучить окружающих героя людей, производственную жизнь и т.д., должен компенсировать отсутствие этих возможностей преимуществом жизни с героем в одном районе или поселке, наблюдением за героем в течение ряда лет. Именно поэтому, попадая на сельхозпредприятие или на завод, в учреждение, после выполнения редакционного задания журналист непременно должен поинтересоваться делами и успехами передовиков, молодых специалистов, ветеранов. Полученные сведения

можно использовать и для незапланированных информации и заметок. Надо всегда держать в поле зрения наиболее известных людей, следить за хотя бы самыми крупными переменами в жизни предприятий, подспудно накапливая материал. Именно в знании жизни района, его основных производств, учреждений, конкретных людей, многолетних наблюдений и состоит преимущество журналиста районной газеты перед коллегами областных и республиканских изданий. Главное при этом уметь посмотреть на героя или описываемое событие свежим взглядом, с новой позиции, иного ракурса, плоскости. При этом надо строго следовать фактам, а не выдуманной схеме, «журналистскому ходу», какими бы выигрышными на первый взгляд они не казались.

Порой в жизни героев районных очерков мало внешних карьерных изменений. Был механизатором раньше, остался механизатором и теперь. Поэтому надо найти внешне неброские, но весьма существенные перемены в организации производства, внедрении новых технологий, сортов, новой техники или, наоборот, проблем с обслуживанием техники старой, выработавшей ресурс, по которой пока нет замены. Раскрыть характер героя через его отношение к новым реалиям или проблемам современной жизни, гражданским позициям героя.

В судьбе каждого человека отражаются особенности общества, его принципы, идеалы, достижения. Каждый человек по-своему находит свое место в жизни, способы самореализации. Журналист должен попытаться найти главные пружины судьбы героя, изучить его среду. Ведь коллектив бригады порой весьма существенно влияет на каждого из своих членов. Не разобравшись в особенностях жизни героя, трудно судить о его радостях и горестях, выявить причины тех или иных поступков.

В **событийном очерке** рассказывается о каком-либо знаменательном событии, например, пуске нового, важного для района производства или объекта, завода, очистных сооружений, спортивного комплекса, открытии филиала областного или республиканского вуза и т.д. Здесь идет рассказ не только о значении данного объекта, события, основных этапах его создания, церемонии пуска, но прежде всего о людях, тех, кто создал данный объект, тех, для кого он создан. Примерами **путевого очерка** являются «Путешествие в Арзрум» А.С. Пушкина, «Остров Сахалин» А.П. Чехова. Путевые очерки могут преследовать разные цели. Например, журналист может рассказать о том, как в разных городах решаются проблемы ЖКХ и благоустройства, как относятся к инвалидам, ветеранам Великой Отечественной войны, вдовам погибших при исполнении служебных обязанностей, как люди проводят свободное время, какие условия созданы для дополнительного образования детей.

Путешествуя по европейским странам до первой мировой войны, папи

соотечественники обращали внимание на устройство быта крестьян и горожан, их одежду, привычки, обычаи, промыслы, методы ведения хозяйства, свободное времяпрепровождение, постановку образовательного процесса, отношение к природе, достопримечательностям, дороговизну и обилие местного рынка, уровень преступности и т.д. В центре **проблемного очерка** стоит злободневная социальная проблема и отношение к ней людей, специалистов. **Экономический очерк** повествует об экономической проблематике, например, связи себестоимости молока и качества продукции, способах решения данной проблемы в разных хозяйствах специалистами и руководителями, участия в решении проблемы трудовых коллективов.

В отличие от постановочной или экономической статьи идея, проблемная ситуация в очерке передается не через обобщенные суждения, выводы, а через конкретную конфликтную ситуацию, преграду, которую пытаются преодолеть конкретные люди с их достоинствами, нравственными колебаниями, недостатками. Пытаясь осмыслить суть происходящего журналист прибегает к лирическим ассоциациям, параллелям, отступлением от темы, что в проблемной или постановочной статье, предпочитающей язык цифр, скупого, концентрированного факта, неуместно.

Сходную разработку темы имеют «отраслевые» очерки – сельскохозяйственный и педагогический.

Судебный очерк посвящен нравственным проблемам, зарубежный очерк рассказывает о реалиях жизни в какой-либо стране, географический очерк, как правило, повествует не об отдельной стране, а о природной среде, например, о жизни пустыни, мировом океане, Антарктиде, бразильских лесах, тибетских горах и т.д. Очеркист обязан всесторонне видеть и слышать жизнь, уметь наблюдать, замечать яркие, характерные выразительные детали, цешить красочное, меткое слово.

Очерку противопоказаны случайные цифры, не выражающие характер героев диалоги, излишние детали, стертый язык.

Не следует подгонять героя под шаблонную схему.

Нельзя брать за перо, если не любишь своих героев, если они не стали близки, не заинтересовали своей судьбой.

При работе над очерком Николай Погодин считал очень важным разобраться в производственной жизни, технологии. Только после того, как он при написании очерка о нефтяниках разобрался в технологии их труда, перед ним открылся производственный мир, заговорили детали, ему стала интересна их работа.

Константин Симонов обращал внимание очеркистов на важность верно и хорошо записывать увиденное и услышанное, умение внести в блокнот не только фактические сведения, но и характерные словечки, выражения, характерные жесты героя.

Обычно Симонов одновременно и записывал рассказ героя и наблюдал за ним, делая для себя особые пометки, которые потом, после окончания разговора, расшифровывал, более подробно описывал героя, его жесты, манеру говорить, энергетику человека.

Особое внимание Симонов обращал на детали описываемых событий, просил, чтобы герои буквально по действиям и шагам воспроизводили эпизод. Порой журналисту требовалось перебрать множество навязанных вопросов, прежде чем человек эмоционально начинал откликаться на один из них, например, погоду перед боем. Ведь бойцу не все равно при какой погоде идти в бой, как светила луна, накормили ли их в тот день, обеспечили боеприпасами и т.д.

Борис Полевой писал, что, еще собирая материал, он уже думал о заголовке и первой фразе, говорил, что он всегда идет от яркой, интересной частной детали к общему явлению, причем деталь эта должна как бы предопределять будущее развитие события или раскрывать основные мотивы действия. Значение первого предложения велико. Порой, именно скользнув глазами по первой фразе, читатель определяет, будет он читать материал дальше или перейдет к другому. Б. Полевой говорил, что в речи особенно проявляется индивидуальность героя, его характер, особенности мышления. Очеркнику необходимо уметь слышать живую речь, использовать ее для характеристики героя, не засоряя провинциализмами и жаргоном.

Главным отличием между очерком и зарисовкой является то, что зарисовка исходит и отталкивается от конкретного события, факта, явления и старается рассказать об объекте – человеке, звене, бригаде через конкретное событие. Очерк тоже может отталкиваться от события или факта, но главное в очерке – выражение какой-либо идеи, например, представление современного человека, героя нашего времени, портрет трудового коллектива или населенного пункта, кусочка нашей родины.

Часто идея передается через конфликт, то есть столкновение позиций, проблему, нравственный выбор героя. Очерк, как и зарисовка, не может быть сведен к пересказу биографии. Факты биографии, описание жизни героя бывают интересны, поучительны, но естественно не содержат идеи, оценки, выбора, поучения, наставления.

В портретном очерке необходимо показать, как происходил процесс роста личности, какими качествами человек должен обладать, чтобы заслужить уважение односельчан. Не помогают и хвалебные отзывы сослуживцев, потому что это все статика, набор хороших слов, а читателю хочется самому сделать вывод. А для выводов нужно показать поступки героя, его действия, расшифровать то, что скрыто за производственным показателем или той или иной оценкой. Например, начальство наградило

человека определенном «безотказный». А в чем проявляется эта безотказность? Ведь в любой должностной инструкции написано, что помимо определенных функций работник должен выполнять распоряжения начальника. Так в чем же заслуга данного человека? В том, что он не пьянствует в рабочее время как остальные, не пудит, что он и так загружен по горло, а идет и выполняет поручение. А, может, он просто не умеет за себя постоять? Хорошо ли и надо ли быть безотказным в наше время? Какова природа этой безотказности: высокая требовательность к себе, жалость к людям, которые не могут справиться с элементарной задачей, христианское смирение, привычка не сидеть без дела, любовь к решению различных задач, желание послужить общему делу, неприятные позиции коллег-выпивох и их компании и т.д.? Не нужно ограничиваться общими словами там, где как раз и должен был пачаться анализ, выяснение обстоятельств, которые раскрывают сущность человека, его нравственную красоту, душевную щедрость, решая тем самым социально-педагогическую задачу материала.

Глава 17

Сатирические жанры

Сатирой в Древнем Риме называли произведения обличительного характера. Латинское слово «satira» в переводе означает смесь, всякая всячина, смешанное блюдо.

Литературная форма сатирического журнала была открыта в западноевропейской литературе конца XVII - начала XVIII веков. Образцом для русских сатирических журналов стали английские правоучительно-юмористические издания Стиля и Аддисона. Сатирический раздел впервые появился в журнале Александра Петровича Сумарокова (1717-1777) «Трудолюбивая пчела», который был первым частным журналом в России и вышел в свет в 1759 году. В сатирических очерках и фельетонах обличались злоупотребления чиновников, насилие, лихоимство, казнокрадство. Русские сатирики Ф.А. Эммин (1735-1770) и Н.И. Новиков (1744-1818), используя опыт Сумарокова, создали новый тип сатирического журнала, в котором на смену юмористически занимательному сюжету пришла острая сатира, насыщенная социально-бытовым содержанием. Так Федор Эммин стал издавать журнал «Адская почта», который был наполнен фельетонами в форме переписки двух бесов Кривого и Хромомогого. В конце журнала помещались «Ведомости из ада». Николай Иванович Новиков в 1769 году издавал журнал «Трутень». В нем Новиков полемизировал с журналом императрицы «Всякая всячина», в котором превозносились деяния правительства и законодательные инициативы Екатерины (манифестом от 1762 г. взяточничество осуждено, и те, кто продолжают жаловаться на судей, повинны сами, так как искушают их взятками. Писать надо о достоинствах, а не о недостатках).

Журналисты того времени своим творчеством откликнулись на брожение умов после восстания Пугачева и развитие идеологии русского просвещения в 1760-1780 годах.

В русской журналистике расцвет сатирических жанров приходится на конец правления императрицы Екатерины II, когда под влиянием идей французской революции 1789-1794 годов, кризиса феодально-крепостнической системы, развития просветительства в обществе широко стали распространяться обличение существующих недостатков, критическое отношение к действительности. Этот мировоззренческий настрой находит свое отражение не только в таком радикальном антикрепостническом произведении, как «Путешествие из Петербурга в Москву» Радищева, но и в произведениях Крылова, Капниста, Княжнина.

Яков Борисович Княжнин (1742-1791) написал четыре комедии и пять комических опер, в которых осмеивал выскочек-вельмож, фаворитов Екатерины или Потемкина, в одночасье ставших вершителями государственных дел и не прекращающих погоно за чинами. Антикрепостническими настроениями была проникнута комическая опера Николая Петровича Николаева (1758-1815) «Розана и Любим». В комедии Василия Васильевича Капниста «Ябеда» обличались чиновничий произвол, крючкотворство, взяточничество, мошенничество, торжество бюрократии. Иван Андреевич Крылов (1769-1844) с 1789 года начал издавать сатирический журнал «Почта духов». В нем одним из наиболее употребительных жанров были письма-фельетоны, которые пишут арабскому философу Малikulьмульку гномы и другие воздушные и подземные духи, имеющие возможность всюду проникать и все видеть. С 1791 года И.А. Крылов и А.И. Клушнин стали издавать журнал «Зритель», который имел 169 подписчиков, и где также печатались сатирические произведения, а потом журнал «Санкт-Петербургский Меркурий». Сатира Крылова была в духе сатириков более старшего поколения, к которым относились Дмитрий Иванович Фонвизин с его «Недорослем».

В наши дни под термином сатира понимают специфический способ художественного воспроизведения действительности, отображающий рассматриваемые явления как нечто превратное, недостойное, несостоятельное, несообразное посредством особых художественных приемов и образов с целью осмеяния и бичевания пороков.

К сатирическим жанрам в журналистике относят фельетон, памфлет, пародию, эпиграммы, афоризмы, басни, шаржи, в которых творческая задача решается путем органического сочетания образа (формы) и понятия (содержания), изображения и суждения через такие приемы как гротескное

зпреувеличение, несообразность частей, пелепое противопоставление или неожиданная ассоциация, сопоставление несопоставимого, алогичный, из другой параллели, вывод, анекдотичная ситуация, распространение чего-либо до безумных пределов, домысливание логического ряда, приписывание противоположнополюсного действия и т.п.

Цель сатиры – уничтожение общественного порока через его осмеяние, презрение, разоблачение ложности достоинств ради возвышения и утверждения идеалов положительных.

Сатира - это способ критики, бичевания.

Некоторые сравнивают сатиру со штыковой атакой и рукопашным боем, в котором все средства хороши. В рукопашном бою, считают эти люди, важно не то, благороден ли противник, равен ли он тебе по происхождению, достоинствам, интересен он или нет как человек, важно первым нанести ему смертельный удар.

Подобный подход, конечно, неприемлем, потому что журналист районной газеты остается жить в той же среде, с теми же людьми и обязан рассматривать ситуацию не только с точки зрения данной секунды, момента, ситуации, но и учитывать предыдущее и будущее, все тенденции, широкій контекст и жизнь вообще. Воевать надо не с конкретным человеком, а с пороком, клеймить не конкретное действие, а его аморальную сущность.

Надо остерегаться сатиры от брюзжания, ехидства, желчи, злобы, ненависти, выворачивания действительности наизуанку, издевательства над более слабым и беззащитным, сатиры от собственной ущербности, осмеяния других как способа самоутверждения. Сатира должна исходить из любви и боли за человека, из желания добра, сострадания, сочувствия жертве и виновному. Гениальность Зощенко-сатирика зиждется на самоиронии. Его сатирические рассказы написаны от первого лица. Автор присутствует в герое, героини – в авторе.

В исправлении порока смех бывает действительнее подзатыльника, выговора, штрафа, 15-суточного наказания.

Непреходящими темами сатирика являются такие человеческие пороки как грубость, невоспитанность, невежество, хамство, хулиганство, бюрократизм, чванство, жадность, сребролюбие, пьянство, обжорство, похотливость, взяточничество, казнокрадство, некомпетентность, недобросовестность, злобность, равнодушие, человеконенавистничество, попрание конституционных прав гражданина и общечеловеческих ценностей и т.д.

Пародия по словарю Ожегова - это комическое или сатирическое подражание кому-либо, чему-либо. Неудачное искажающее образец подражание, превращающееся в насмешку, издевательство.

Пародией называется прощическая песнь, по форме представляющая из

себя лирическое стихотворение или прозаическое произведение с обратным смыслом. Пародия высмеивает поэтические штампы и образы, конструктивные особенности произведения (размер, стиль), неудачные приемы, мысли, особенности стиля, литературное направление, часть произведения или произведение в целом.

Выявляя недостаток, пародист обычно заостряет, преувеличивает, обпажает сущность оригинала, доводит употребленное автором сравнение до абсурда. Например, Михаил Глазков создал пародию «Чины от кулинарии» на следующие строки поэта Евгения Савинова:

*А кореш уже в «Метрополе»
Служил генералом борща.*

Пародия такова:

*Войны голоса отгремели,
Но служат друзья из полка:
Один капитаном пельменей,
Другой – старшиной шашлыка.
А бывший мой отделенный,
По слухам, приставлен к борщу.
Один только я, обделенный
Чинами, хожу и грузчу.
К себе в кулинарную роту,
Возьмите скорей кореша,
Хотя бы сержантом компота,
Иль рядовым гуляша.*

Здесь комический эффект достигается распространением допущенного поэтом Савиновым сравнения на весь однородный ряд кулинарных блюд с созданием подобных званний-должностей.

В пародии «Талант без поклонников» М. Глазков берет по две строки из стихотворений В. Кулагина:

*И мастерство (вприправку с матом)
Кузнец вколачивал в меня...*

*Поэзия – такая штука:
Хоть плачь, не выжмешь ни строки.*

Получается такая пародия:

*Вот, ведь и писать, кажись, умею,
Но порой строка не по плечу:
Только за перо – и амиг немею,
Жму на всю железку, а молчу.*

*По неделе бьюсь над словом пужным,
Раздражаясь матом под конец, -
Это – мастерство, видать наружу
Прет, что вколотил меня кузнец.*

Здесь комический эффект выдуманной ситуации достигается логическим объяснением затруднения обстоятельством, о котором поведал нам сам поэт в своих стихотворных строках.

У Риммы Казаковой были такие строчки:

И я живу, коплю я, собираю...

А запираю? Нет не запираю.

М. Глазков ответил на это пародией «Многотиражная руда»:

*Во время оно жил на свете Плюшкин.
Скупей Гобсека был он? Да скупей.
О нем поведал Пушкин. Нет не Пушкин,
А Гоголь Н. в одной из эпоей.
О, Плюшкин – жмот!
Усердно собирал он
Все – от гвоздя до старого ремня.
А запирал? Конечно запирал он,
В отличие от нынешней меня.
И я коплю, на возраст невзирая,
Отвалы руд словесных, не таю.
А запираю? Нет не запираю –
Я их... многотиражно издаю.*

Здесь комический эффект создается дописыванием действия, противоположнополюсной направленности: не запираю – а многотиражно издаю.

Пародирование требует очень большой точности в повторении нюансов пародируемых явлений, поскольку такая точность придает необходимое сходство результату пародии с тем, что пародируется. Задача пародии создать схожую с оригиналом модель явления, но с иным содержанием, под другим углом зрения.

Афоризм есть краткое выразительное изречение обобщающего характера. Сатирические афоризмы часто строятся на переосмыслении известных пословиц, поговорок, изречений, крылатых слов, их перефразировке.

Например:

Можно слово бросить и на ветер, если он дует в пужную сторону.

Чтобы уподобиться шуту, не обязательно бить в бубен, можно и в лнтавры.

Роль афоризма возрастает, если он комментирует какое-либо местное событие. Например, заголовком материала о предвыборной хронике маленького Лотошинского района, где на пост главы района претендовали 14 кандидатов, могла быть поговорка «Как мухи на мед» или «Как медом намазано».

Писатель В. Егоров заметил: «Редкая птица долетит до середины Днепра», - эта фраза Н. Гоголя вошла в учебники литературы как восхитительная гипербола. А зачем птице лететь дальше, если у нее гнездо на этом берегу? Или вот такое его наблюдение: «Без макулатуры нет литературы».

Эпиграмма по словарю Ожегова - это короткое сатирическое стихотворение.

Эпиграмма родилась в Древней Греции две тысячи восемьсот лет назад. Литературным жанром она стала не сразу, но когда прочно утвердилась, ее значимость возросла настолько, что ныне даже в прозаическом изложении острота порой называется эпиграммой.

В переводе с греческого эпиграмма означает надпись. В начале эпиграммами назывались подписи-посвящения богу-покровителю на жертвенном треножнике, сосуде, позднее - на щите. Разновидностью эпиграммы стала эпитафия - надгробная надпись, сообщающая краткие сведения об усопшем. Постепенно в эпиграммах стали появляться эмоции, например, вызванные чувствами любви, а в эпитафиях чувством скорби. В VII-VI веках до нашей эры эпиграммы с предметов перешли на свитки и стали лирическими жанрами литературы. Вторую жизнь эпиграммы получили в период европейского Возрождения. В подражание древним они писались на латинском языке и лишь с XVI века стали осваиваться итальянским, французским, испанским, английским языками.

Английский поэт XIX века Колридж заметил, что «Для эпиграммы нужна быстролетность. Плоть ее - краткость, душа - искрометность».

В России крылатые слова, краткие изречения были характерны для народного языка, примером чему являются пословицы, поговорки, прибаутки, потешки. Например: «Жить было весело, да есть было печего», «Аптека лечит на полвека», «И садится рак, как думский дьяк, на ремешный стул, чтобы черт не сдул». Эпиграммы, основанные на игре слов, создавал еще великий поэт Державин: «О, как велик На-поле-он, он хитр и быстр, и тверд во брани; но дрогнул, как простер лишь длани к нему с штыком Бог-рати-он».

Александр Пушкин, рассматривая творчество Баратынского, отмечал: «эпиграмма-острота скоро стареет и, живее действуя в первую минуту, теряет силу при повторении, меж тем эпиграммы Баратынского имеют оборот то сказочный, то драматический. И улынувшись ей как острому

слову, мы с наслаждением переписываем ее как произведение искусства».

Русские поэты первых трех десятилетий золотого XIX века подняли эпиграмму до невиданных высот с широтой диапазона от салонной шутки, меткой насмешки, глубокой проины, сарказма до уничтожающей обличительной эпиграммы-приговора.

Основоположниками советской сатирической эпиграммы были Демьян Бедный и В. Маяковский. Эпиграммы любили многие поэты советской поры, особенно для использования внутри литературного цеха. Используется жанр эпиграммы и сейчас.

Примером эпиграмм могут служить такие произведения:

*Как машина Зингер,
Ловко строчит Ийбер.*

*«Пришел, увидел, победил», -
Так прежде Цезарь говорил.
Ты ж новой фразой разрешился:
«Пришел, присел и вдрызг напился».*

*Куда Есенина принес аэроплан,
В Афины древние к развалинам Дункан.*

Басня – это жанр, позволяющий в иносказательной форме создать сатирический тип, образ.

Шарж – это рисунок, подчеркивающий существенные особенности внешности, а через них психологические, интеллектуальные, нравственные свойства личности.

Памфлет – от греческого слова «жгу», «воспламеняю». Остросатирическое произведение, рассчитанное на уничтожение пороков, сатирическое художественно-публицистическое произведение, обличающее чуждые взгляды, действия, психологию, идеологию или конкретные ее носители, через их унижение и осмеяние.

В памфлете критика носит характер разоблачения, осмеяния. Памфлет отличается энергичностью, наступательностью, страстностью, в нем широко используется уничтожительная проина, сарказм, гротеск, гипербола.

Известны памфлет М. Горького «Город желтого дьявола», Ярослава Гашека «На службе у сатаны», памфлеты И. Эренбурга против фашизма, Малора Стурва против инициаторов холодной войны.

В памфлете важно не только осмеять, но и раскрыть сущность явления, разоблачить, показать носителей зла, развенчать его. Памфлет способствует борьбе за нравственное очищение атмосферы общественного быта. Памфлеты подчас пишутся в форме диалога, диалогика, сценки, письма.

Фельетоном во Франции называли лист, отделенный на газетной

странице глухой линейкой, подвал. Материалы, размещенные внизу газетной полосы, назывались одно время фельетонами будь это даже эссе, очерк правод, статья, рецензия, повесть. Роман А. Дюма «Три мушкетера» публиковался как газетный фельетон. В России фельетон появился гораздо раньше, чем рубрика над ним.

Фельетон – это результат скрещивания статьи, повеллы и сатиры, для которого характерна ирония (тонкая насмешка, выраженная в скрытой форме), аллегория (иносказание в конкретном образе), каламбур (шутка, построенная на комическом использовании сходно звучащих, но разных по значению слов), гротеск (изображение чего-либо в фантастическом, уродливо-комическом виде), метафора (оборот речи, состоящий в употреблении слов и выражений в переносном смысле на основе какой-либо аналогии, сходства, сравнения), пародия.

Факт, явление, случай являются основанием фельетона. В целях обобщения явления автор может отойти от подлинного события или явления, заменить фамилии героев и их адреса, может домыслить отдельные детали, сцены, однако само явление при этом должно быть узнаваемо.

В качестве примера можно привести следующую публикацию.

Вещие сны

Трактористу совхоза «Темп» Алексею Алексику всю ночь снились кошмары. А ведь перед этим утро, день и вечер он снял как начиненный самовар. Даже жена Нюра заволновалась:

- Что с тобой? Весь горнишь, будто в лотерею «Москвич» выиграл! Или путевку тебе от совхоза на море дали? Или флягу с самогонем, что сосед где-то от милиции закопал, нашел?

- Скажет, тоже, флягу! – думал про себя Алексей. - Берн выше! Только за пикетного выпивоху меня со своей мамашей и держите! А я вот вам и покажу, какой я добытчик и хозяин. Еще как меня скоро благодарить будете! И совеститься за ваши наветы и оскорбления! Чуть что: «Ты только о выпивке и думаешь!», «Павел, вон, своей Алевтине сапоги модные купил!». Да что там сапоги, им цена-то, небось, 46 рублей, а тут такое дело!

Дело в том, что вчера, когда утром ехал на тракторе с прицепом на ферму, в лесочке, не доезжая до поворота на Папоково, видел он лося. Сначала подумал даже, что привиделось. А сегодня снова этого лося на том же месте застал! Когда обратно возвращался, не выдержал, остановил трактор и сбегал на разведку. Оказалось, что за лесополосой - полянка. На полянке - стог сена с неудобий, что шефы из Шаховской косили. Забыли, видать, летом этот стог вывезти, потому что подъездов к нему нет, ковет придорожный уж больно глубокий! Вот лось и повадился к этому стогу ходить, сеном лакомиться. Завтра, значит, тоже придет. Тут его из ружья прямо из кабины трактора почти в упор и уложить можно. Мясо-то сколько будет!

Ведь на всю зиму хватит. Уже морозы пошли. В ледник на тепцином дворе положить, и ничего с этим мясом не делается. И тушенки самодельной можно наделать. А на сэкономленные деньги мотоцикл купить, с коляской! Самое главное, чтобы про лосятину не пропыхал никто. И жена с тещей чтоб языки не распускали. Узнает Титов, лесник, придут с участковым на пару, прижмут, что отстрел был без лицензии, да и сезон охоты еще не начался. Тихо все нужно сделать!

После обеда Алексей еще раз съездил к тому месту. Прикинул, где будет стоять сохатый, откуда в него стрелять, где тушу разделять, куда шкуру и прочие останки спрятать, как поближе к месту подъехать, чтобы незаметно мясо на тракторную телегу положить.

Приготовил ружье и патроны. Пораньше спать лег, чтобы лося не упустить. И снится Алексею, что стреляет он в лося раз, другой, а сохатый поднимает голову, трубит, как электричка, будто смеется, и убегает. Или въезжает он с добычей в деревню, а навстречу участковый: «Что-то ты в телеге везешь?». Или еще такой сон. Только он мясо на телегу сложил, а тут лесник: «Кто тут лося без лицензии отстреливает?». Или привозит он мясо к теще на двор, открывает борт телеги, а лось живой ему в грудь рогами!

Несколько раз в поту просыпался, бегал курить, даже черный хлеб с солью ел, чтобы успокоиться.

Уснул под утро. Но не проспал. Все вышло как по маслу. И лось пришел. И первого же выстрела хватило. И мясо быстро разделал. И шкуру с останками в овраг спустил, валежником для верности забросал. И тещи не было, когда мясо в ледник перенесил.

Сам себя не помнил, как день доработал, занял у бригадира денег, бутылку купил. Жена на ферму, на вечернюю дойку ушла, а он свежий лосятину нажарил, праздновать сел. И тут-то черт и попутал! После первых 150 граммов и первой тарелки мяса вышел покурить на крыльцо совхозного дома, где им с Нюрой дали квартиру, а тут Павел с работы идет. Слово за слово, пригласил на мясо, мол, не вы одни хорошо живете. Выпили. Закусили. Гордыня еще больше разобрала. Подумаешь, какие-то сапоги! Мы тоже не лыком шиты! И подарил Павлу оставшийся кусок лосятны, килограммов на шесть! Пусть его Алевтина их с Нюрой счастливо обзавидуется!

Павел расчувствовался, конечно. Еще бы, такой кусок свежего мяса без единой косточки! Вызвался в знак благодарности принести бутылку водки. Завернул мясо в три газеты «Труд», чтоб не испачкаться, и с собой забрал.

Алексей сначала до крыльца его хотел проводить, но дома уже не сиделось, пошел с ним до магазина. А дорога в магазин была мимо дома Павла. И они этот дом прошли.

«От радости уж не соображает ничего! - подумал про знакомого

Алексей. - Ведь мясо-то можно было и домой занести!».

Но исправлять промашку товарища не спешил. Сказал уж только у магазина: «Мол, что же ты оплошал после одного стакана?».

- Так ведь денег у меня нет, – признался Павел, - Алевтина только мелочь на папиросы дает. А я продавщице мясо предложу. Пусть себе на три рубля отрежет, а мне для тебя даст бутылку и плавленый сырок на закуску.

Алексееву сметливость друга поправилась. Он закурил и стал ждать завершения сделки у крыльца магазина. И тут его словно обожгло. Ведь Нинка, продавщица, первая сплетница. Завтра же вся деревня знает будет про мясо, и уж, конечно, лесник с участковым заинтересуются. Придут сначала к Нинке, потом к Павлу, а улика вот она, в холодильнике! И уж не купить по весне мотоцикл с коляской, не ездить летом с Нюрой купаться да по ягоды, а осенью по грибы. И опять жена с тещей начнут его корить и считать неудачником!

С перекошенным от злости лицом Алексей влетел в магазин и хрипло выкрикнул: «Вертайте мясо назад, сволочи!».

За ушную драку в общественном месте, причинение телесных повреждений гражданке Н.Н. Степановой и гражданину П.Б. Осокину Шаховской районный народный суд приговорил гражданина Алексея Мироновича к году исправительных работ с вычетом из зарплаты 20 процентов в доход государства, а также взыскал материальный ущерб за убитого лося в сумме 500 рублей и конфисковал ружье и незаконно добытое мясо.

В общем, попал гражданин А.М. Алексин. Здорово попал! Метко! Слыто оказались вещими!

В. Петербургский

Глубокое и доскональное знание предмета изображения является обязательным требованием при написании материала. Недостовверная деталь, неточность снижает доверие читателей к газете.

Всестороннее знание подразумевает знание предмета со всех сторон, выслушивание различных точек зрения, которые подчас влияют на оценку явления самым решительным образом.

Например, читатели были возмущены тем, что дорожкинки сплели все верхушки елок на лесозащитной полосе. После беседы со специалистом выяснилось, что это обычный садоводческий прием позволяющий сделать посадки гуще, чтобы они лучше предохраняли от напосов снега на дорогу.

Читатели возмутились тем, что коммунальщики в дождь поливают дорогу. Между тем выяснилось, что именно дождь смягчает грязь, мытье дорог идет качественнее и обходится дешевле.

Нельзя при подготовке фельетона обходить неудобные факты, не вписывающиеся в заготовленную фельетонистом схему.

Для фельетониста важно чувство такта, фельетон не должен оскорблять человеческого достоинства фигурантов.

Идеи, мысли фельетона должны быть подчинены все литературные приемы и находки, краски, яркие штрихи, детали. Именно идейная целеустремленность определяет литературную форму произведения, отличающегося остроумием, забавными деталями, интересными приемами. Михаил Кольцов считал фельетон жанром высокохудожественной публицистики. Фельетон должен быть смешным, иначе честнее написать критическую статью, если автор не в ладах с юмором.

Фельетону присуща оперативность. Размер фельетона может быть малым и большим. Маленькие фельетоны сродни репликам, написанным в остроумной форме. Бывают фельетоны-новеллы, написанные в форме небольшого рассказа. Есть проблемные фельетоны. Журналисты делят фельетоны на фельетоны с конкретным адресом и фельетоны-обобщения. С советских времен встречаются и положительные лирические фельетоны, в мягком лирическо-юмористическом роде описывающие любовь к городу, к старикам-ветеранам, студентам-первокурсникам, молодоженам и т.д. Положительные фельетоны, построенные на пародийной основе, порой наполняются патетической лирикой, расцвечены лучистым юмором и сатирой в адрес уходящих явлений. Мастером лирического фельетона является М. Жванецкий.

Известны и **фельетоны-статьи**, проникнутые тонкой прозой, певчим пафосом, уничтожающим сарказмом, мягким юмором, метким литературным сравнением, умело примененной цитатой, реминисценцией (воспоминанием, отражением, отголоском, возвращением в прошлое, перемещением). В фельетоне-статье мысль играет главную роль, а литературный образ – вспомогательную.

Встречается и **стихотворный фельетон**, представляющий собой комментарий к событию. Для такого фельетона характерны умение глубоко раскрыть суть события, точность письма, предельная лаконичность.

Есть **проблемные фельетоны**, задача которых обозначить, очертить проблему.

Бывают **фельетоны-рецензии**, задача которых вскрыть убогую сущность написанного и изданного.

К вечным фельетонным темам относятся излишняя доверчивость граждан, с готовностью относящих свои деньги в финансовые пирамиды, фирмы-однодневки, цыганам, лохотронщикам, и прочим мошенникам. Страсть к легкой наживе через участие в привокзальных якобы лотереях, сражениях с игровыми автоматами, «прихваторами» общественного добра или неполюженных льгот и т.д. Работа над фельетоном порой пишется подспудно. Писатель Тригорни в чеховской «Чайке» замечал, что

он перестанно, почти бессознательно впитывает факты, записит в записные книжки интересные наблюдения, которые со временем могут послужить материалом к его рассказам.

Толчок к творчеству порой дает документ, конкретный факт, увиденное мимоходом явление, происшествие, свидетелем которого по воле случая пришлось стать, рассказ знакомого, жалоба читателя и т.д. При написании фельетона главное не превратить домысел в вымысел. Одна неверная деталь может перечеркнуть весь положительный пафос публикации. Один из фельетонистов отмечал, что на проверку фактов у него уходит в два-три раза больше времени, чем на непосредственное написание фельетона. Именно благодаря деталям, полученным в ходе изучения материала, а не изощренной фантазии и изобретательности, фельетон обогащается сочными штрихами, острыми наблюдениями, интересными подробностями.

Часто фельетоны пишутся на морально-этические темы. Успех большинства мастеров жанра основан на высочайшей требовательности к себе, на переписывании готового произведения по три, пять, даже семь раз, ибо каждый новый вариант это поиск нового подхода, более удачного решения. В фельетоне важен и заголовок, и удачный литературный ход, и сюжетная канва, и завязка действия и его развитие, кульминация, завершающая часть. Фельетон нельзя перегружать фактами. Лишние факты мешают решению творческой задачи, особенно если лежат в стороне от основной темы.

Отобрав факты, уточнив тему, идею фельетона, необходимо найти его тон. Тон фельетона определяется характером фактов. За одни и те же поступки следует гораздо строже критиковать человека зрелого, чем молодого, лицо, исполняющее обязанности депутата, государственного или муниципального служащего, чем рядового гражданина. Но и самый резкий тон не предполагает брани, оскорблений, наветов. Резкость должна создаваться страстностью, убедительностью оценок.

Хороший фельетон развивается по законам цепной реакции, каждая мысль, характеристика сообщает энергию дальнейшему повествованию. Глубокая идея, яркий материал, продуманная композиция – все выражается в языке, от качества которого и литературного стиля зависит общий уровень фельетона, сила его воздействия. Тщательная шлифовка стиля – одно из необходимых условий создания полноценного фельетона.

Глава 18

Эссе

Еще несколько десятилетий назад в энциклопедиях можно было встретить утверждение о том, что эссе и в литературе и в журналистике жанр второстепенный и малопотребляемый. Иного отношения в советские времена жанр, исключая окончательный вывод, четкую и

недвусмысленную позицию автора, и заслужить не мог. Эссе (от французского слова "попытка, проба, очерк", или латинского "взвешивание") - жанр философской, эстетической, литературно-критической, художественно-публицистической литературы, сочетающий подчеркнуто индивидуальную позицию автора с непринужденным, часто парадоксальным изложением, ориентированным на разговорную речь, сочинение небольшого объема и свободной композиции.

Эссе - прозаическое произведение, заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета, и, зачастую полемизирующее с традиционным взглядом на вопрос и предлагающее свою версию объекта. Эссе - жанр глубоко персонифицированной журналистики, сочетающий подчеркнуто индивидуальную позицию автора с ее изложением, ориентированным на массовую аудиторию. Основой жанра является его философское, публицистическое начало и свободная манера повествования.

Эссе есть полемическое, корректирующее бытующее представление произведение, уточняющее картину общезвестного. (Все мы думаем, что А - это прежде всего..., но я считаю, что А это еще и... или я вам докажу, что А вовсе не А).

"Точка удивления, потрясения" и является поводом для эссе, это то, чем автор может удивить, обогатить, даже возмутить покой читателя.

Эссе часто строится на парадоксальности тезиса, в котором представлена проблема.

Вывод в эссе нигде не сформулирован специально, явно и определенно, но его идея может ощущаться в тексте. Автор задает направление мысли читателя, а итог размышлениям подводит сам читающий по мере своего согласия с автором.

Эссе отличаются небольшим объемом, конкретная тема и подчеркнуто субъективная ее трактовка, свободная композиция, склонность к парадоксам, ориентация на разговорную речь.

В некоторых учебных пособиях авторы говорят о существовании эссе-социальных, эссе-статей, эссе-рассказах, эссе-дневниках, эссе-очерках, эссе-речах, эссе-поведей, эссе-проповедей, эссе-рецензий и т.д. Но подобный взгляд ошибочен. Эссе - это эссе. И как бы ни хотелось кому-то назвать эссе рассказ Л.Н. Толстого "После бала", это именно рассказ. Так создавал его автор. Если бы Лев Николаевич хотел написать эссе на этом материале, мы бы имели совсем другое произведение. Потому, что Толстой писал бы его на основании других приемов и требований. И если автор сам обозначает жанр своего произведения как статья, это и есть не эссе, а именно статья. Потому, что изначально автор пользовался именно формой, "рецептом" статьи. Под рубрикой "как бы типа фельетон", "так сказать, как бы типа эссе" может писать только работник "типа журналист".

Общая возвышенная тональность - главная примета эссеистического стиля. Вытекает она из масштабности объектов рассмотрения - мира и человека, космоса и личности. Спохватность (самопроизвольное вдохновенное творчество, не имеющее внешних видимых стимулов и протекающее путем самодвижения художественного мышления поэта), а точнее иллюзия "хаоса", "непричесанности" мыслей, их сплюснутости естественности, скрепленная авторским "я" - есть конструктивный принцип жанра, а также свободная композиция.

Мнение автора о вещах, о которых он размышляет, не есть мера этих вещей, а лишь разъяснение того, как их понимает автор. Эссеист лишь излагает допустимые новые взгляды на вещи и предлагает читателю исследовать их самому, проверить своим опытом их правоту или ошибочность. Делikatные и уважительные отношения автора и читателя - своеобразный знак качества эссе.

Эссе родилось из опытов самопознания конкретного человека - француза Монтеня, который утвердил новый жанр на стыке нескольких, замечая, что именно в этом и состоит его особое свойство. Если хоть один из привычных способов отражения мира (образный или понятийный, сюжетный или аналитический, поведальный или правоописательный) возьмет вверх, эссе как жанр сразу же разрушится и превратится в одну из привычных составляющих: беллетристическое повествование, философское рассуждение, интимный дневник или исторический очерк. Эссе держится как целое на энергии взаимных жанровых переходов, мгновенных переключений из образного ряда в понятийный, из отвлеченного в бытовой.

Поскольку изначально эссе связано с самопознанием мира через познание своих собственных мыслей и представлений о мире, все эссе носят этический характер, то есть говорят о том, что делать хорошо, что делать дурно и чего не следует делать ни при каких обстоятельствах. Эссе - это текст, который затрагивает любую проблему с правопознавательной целью, личностным и фрагментарным подходом, иногда более интуитивным, чем основанном на эрудиции, более вкрадчиво внушающим (то есть создающим эффект самовнушения), чем определяющим.

Первыми сборниками эссе стали книги философа-гуманиста Мишеля де Монтеня "Опыты" (1580), в которых он, опираясь на опыт предшественников, буквально исследовал самого себя, высказывая свои позиции по тому или иному поводу. При этом Монтень настойчиво пытался понять, что за человек был он сам.

"Я имею дело только с собой, - писал просветитель, - я непрерывно созерцаю себя, проверяю, испытываю... Я верчусь внутри себя самого".

Основная сущность эссе - обращенность взгляда пишущего на себя. Эссе представляло собой художественный жанр, отражающий момент

зарождения мысли, еще не развившейся в логически завершенное целое, и оттого являющийся инструментом продуктивной критики идеологии.

Эссе выражает индивидуальные впечатления и соображения автора по конкретному поводу или предмету и не претендует на исчерпывающую или определяющую трактовку тему (в пародийной русской традиции "взгляд и нешто"). В отношении объема и функции граничит, с одной стороны, с научной статьей и литературным очерком (с которым эссе нередко путают), с другой - с философским трактатом.

Эссенцистическому стилю свойственны образность, подвижность ассоциаций, афористичность, установка на интимную откровенность и разговорную интонацию.

Эссенцистика представляет для теории литературы богатый материал по нахождению и систематизации самых разных форм художественного повествования. Она часто касается части явления, а не всего предмета, она не стремится к законченности выводов и более всего она далека от всякого рода системных, учебных и научных типов изображения.

Своим сочинениям, изданным в виде книг в 1597, 1612 и 1625 годах, Фрэнсис Бэкон впервые в английской литературе дал название англ. essays. Английский поэт и драматург Бен Джонсон впервые использовал слово эссенст (англ. essayist) в 1609 году.

Подлинным эссенстом был английский писатель XVII в. Дж. Дони, лучшим переводчиком которого был наш недавний современник поэт И. Бродский, который, в свою очередь, сам отдал большую дань эссенстскому жанру - настолько, что его эссенстские произведения стали предметом научных исследований.

В XVIII-XIX веках эссе - один из ведущих жанров английской и французской журналистики. Развитию эссенстики содействовали в Англии Дж. Аддисон, Ричард Стюл, Генри Филдинг, во Франции - Дидро и Вольтер, в Германии - Лессинг и Гердер. Эссе было основной формой философско-эстетической полемики у романтиков и романтических философов (Г. Гейне, Р.У. Эмерсон, Г.Д. Торо).

Жанр эссе глубоко укоренился в английской литературе: Т. Карлейль, В. Хэзлитт, М. Арнолд (XIX век); М. Бирбом, Г.К. Честертон (XX век). В XX веке эссенстика переживает расцвет: к жанру эссе обращались крупнейшие философы, прозаики, поэты (Р. Роллан, Б. Шоу, Г. Уэллс, Дж. Оруэлл, Т. Манн, А. Моруа, Ж.П. Сартр).

Эссенстами были люди, которые даже в своих художественных произведениях тяготели к острой общественной проблематике. К ним были близки ученые-естествоиспытатели, торопившиеся донести до читателей свои, пусть еще не окончательно оформившиеся взгляды на природу. Иногда эссенсты предполагали своими текстами полемизировать с чем-то,

получившим общее признание. Таково пушкинское "Путешествие из Москвы в Петербург" и "Дневник писателя" Ф. Достоевского, где отдельные части обширного повествования не очень связаны между собой тематически, но зато содержат некий философско-публицистический вызов общественному и литературному мнению. В советское время складывались даже в пределах одной научной или литературной дисциплины эссеистские формы. Таким эссеистом был известный литературовед В.Б. Шкловский.

Для русской литературы жанр эссе не был характерен, потому что писатель в России больше, чем писатель. От него требовалось быть совестью нации, трибуном, просветителем, то есть вождем масс. От писателя ждали конкретных рецептов, оценок, выводов, наступательных и пропагандистских текстов, а не философского созерцания в эссеистских формах.

Образцы эссеистического стиля, конечно, обнаруживаются у А.И. Герцена ("С того берега") и некоторых других писателей. В начале XX века к жанру эссе обращались В.И. Иванов, Д.С. Мережковский, Андрей Белый, Лев Шестов, В.В. Розанов, позднее - Илья Эренбург, Юрий Олефа, Виктор Шкловский, Константин Паустовский. И в этом была, конечно, некая искусственность, связанная со спецификой времени и его идеологией, цензурой и т.п. Но, как правило, начиная писать, авторы уже знали ответ на поднимаемые вопросы, что исключает суть эссеизма, отражается на искренности и естественности написанного. Поэтому некоторые эссе классиков сами авторы причисляли к статьям. Литературно-критические оценки ряда литературоведов, как правило, воплощаются в разновидности жанра эссе, так как своей работой автор хочет показать, что окончательных ответов и выводов делать пока рано и их сделает через какой-то период сама жизнь.

Со времен Мишеля де Монтеня наряду с литературным эссе сформировалось эссе в журналистике.

Жанр эссе - лидер XXI века. Человечество, видимо, устало от поучений, назиданий, себялюбивого нарциссического самоутверждающего самоанализа, оно хочет "интерактивных" текстов, то есть таких, где возможно со-мнение, со-беседование, со-размышление, со-анализ, со-воспоминание, со-поставление, со-отношение и где вывод можно сделать самому, оттолкнувшись, как от трамплина, от мысли автора. Задача эссеизма - создание возможно больших концептуальных полей для поиска согласия или выявления границ проблемы, стремления затронуть сознание читателя, побудить его взглянуть в самого себя, самому осмыслить внешнюю проблему "я и мир". Отсюда монологичность - разговор автора с самим собой, размышления автора совместно с литературным героем или действующим лицом, готовность вопрошать, внимать, отвечать, соглашаться. Подчеркивание субъективности оценок "я вижу", "я думаю", "я понимаю", "я считаю", "я

совсем не за то, чтобы...", "мне кажется, что..." и т.д.

В эссе приветствуется нестандартный ход мыслей, так как в природе жанра заложена возможность экспериментировать.

Недопустима тенденция перевоплощения эссе в трактат, смена языка чувств на теоретизирующую прозу, уход от откровенного поиска истины к голому сообщению о результатах исследования, от разговорной (то есть рассчитанной на диалог с читателем) к монологической речи, в которой содержание важнее формы.

Отличительной чертой эссеистического почерка Бунина является полная бессюжетность, созерцательность, лиричность.

В эссе выделяют три вида взаимоотношений читателя и автора: линейный (разворачивание мысли на глазах читателя), циклический (построенном по принципу "каталога" - совокупной формулировки и перечня разъяснений каждого из понятий в ее входящих) и фрагментарный (короткие мысли, духовные озарения, тонкие наблюдения без литературной обработки).

Фрагментарность - не случайный признак жанра, а его сущностная характеристика, что присутствует в модели заголовка, предложенной еще Монтенем: "О...(чем-то)" "О книгах", "О еде", "О женщинах", "О болезнях", "Об опыте", "О добродетелях" и т.д.

В отличие от статьи или рецензии в эссе функция убеждения перестает быть главной и даже второстепенной.

Именно поэтому в эссе присутствует "царствующая мысль", к которой все написанное и относится, но эта мысль может не находиться в тексте, удаляясь в заголовок (а может, и вообще на поля рукописи). В эссе нет вывода, резюме, итога размышлений, ответов на вопрос "кто виноват?", "в чем состоит вина?". Эссе не навязывает никому никаких ответов, оно лишь размышляет, лишь подводит к ответу, который, увы, может быть и неожиданным для автора. Мыслеплетение - одна мысль содержит в себе себя и другую, все мысли подчинены главному, тому, что подразумевается, но не называется прямо (как игра с детьми, которые должны сами назвать последнее слово поэтической строфы на основе предшествующей рифмы).

Если отцом эссе был Монтень, то матерью - салонная среда, поиск истины заменялся непринужденным обменом мнениями по поводу истины с привлечением авторитетов и непосредственного опыта автора высказывания, со столкновением общезвестных истины и их осмыслением.

Личностное начало в эссе это не только литературный прием, но и скрытая пружина существования жанра.

Диалогичность - содержание авторских, часто риторических, вопросов, ориентация слова на собеседника.

Поэтика эссе создается через личностное начало, через собственное

восприятие ценностей. Читатель в эссе хочет увидеть красивую и богатую человеческую личность, бескорыстно и напряженно ведущую поиск истины. Для эссе как жанра характерны полемически заостренные размышления над глобальными проблемами, риторические вопросы (вопросы к самому себе), диалогичность, мыслеобразы, сопряженные и отстраненные взгляды, размышления, аналогии, рассмотрение многих граней проблемы, опыты сравнения отечественной и мировой практик, обнаженные и лицемерные оценки, паутина мыслей с шансом домысливания недосказанного читателями. Эссе - жанр без финала и результата, с открытой, подчас парадоксальной, концовкой.

Эссе всегда безадресно.

Активизация обращений к жанру эссе происходит на стыке эпох, во время кризисных ситуаций. Это времена размышлений и потребности в размышлениях.

Воздействие эссе на читателя тем и сильно, что настраивает его на определенную психологическую волну не путем открытых назидательных сентенций, а словно исподволь, незаметно. В традиции жанра не категоричность суждений, а обмен мнениями.

Над концовкой материала следует работать еще тщательнее, чем над началом.

Совмещение разных до парадоксальности смыслов одного и того же понятия - распространенный в жанре прием. Автор как бы обкатывает проблему со всех сторон, меняя авторский ракурс ее рассмотрения, подключает опыт других людей и человечества в целом, при этом используя различные композиционно-речевые формы, например, такие как философская концепция, умозаключение, практический совет, диалог, риторический вопрос, ораторское обличение, примирительную сентенцию, несобственно-прямую речь, обращения к читателю.

Эссе свойственно осмысление любого предмета, факта, закона, проблемы и т.д. Сама природа жанра подталкивает авторов эссе говорить о вечных ценностях, размышлять о них, давать оценку.

Эссе - произведение сомневающегося человека.

В известном мультфильме эссе в своей начальной школе писала даже Лиза Симпсон.

В качестве иллюстрации приведем следующий текст.

О Дне России

12 июня житель д. Ново-Михайловское М.Н. Асопов вывесил над своим домом Государственный флаг Российской Федерации. Заранее купил полотнище, нашел флагодержатель, приладил его к фасаду, подобрал дровко, закрепил на нем государственный символ, а в праздничное утро установил флаг.

Я знаю, что сделал это Николай Михайлович не по указанию старосты деревни и не из желания угодить какому-либо начальству, ибо дом его находится на самом дальнем краю, в дорожном тупике, и даже местные жители обыкновенно сюда не заходят годами.

По американским фильмам мы знаем, что традиция ставить во дворе дома флажок и поднимать государственный флаг есть у граждан США. Она идет еще от первых переселенцев, которые, осваивая Запад, вытесняли аборигенов в резервации. На бывших индейских землях они строили свои усадьбы и подчеркивали флагом, что это территория США, что отныне на окружающие уголья распространяется священное право частной собственности, а не племенной общности.

Из уроков истории мы помним, что древние славяне, осваивая восточную окраину европейского континента, никого с пажных мест не изгоняли. Просто селились рядом, ассимилируясь с местными жителями, потому что земли хватало на всех и хорошим соседством на бескрайних просторах дорожили. Традиции огораживаться флагом на Руси не было.

Не случайно недолго прожил в своей редакции и прежний праздник День принятия Декларации о государственном суверенитете РФ (память о том, как 12 июня 1990 года Съезд народных депутатов РСФСР принял Декларацию о государственном суверенитете РСФСР (т.е. полной независимости, видимо, в том числе, и от других республик Союза ССР).

Нельзя не признать, что нынешний День России имеет гораздо более широкое толкование, чем первоначальный "съездовский" посыл, и является составляющими не только самоопределение народа, то есть свободу волеизъявления от кого бы то ни было, не только самосознание, то есть осознание себя среди других, но и сопонимание единства с более чем ста народностями Российской Федерации, своего родства, общих корней и начал, истории, традиций, обычаев, порядка, устоев, черт характера, поведения, миропредставления, памяти о вековечном со-жизнии российских народов, их сотрудничестве и взаимопомощи.

Разве не символично, что Дню России предшествует такой праздник как День славянской письменности и культуры, в память о славянских учителях Кирилле и Мефодии? Не крещением ли Руси, объединившим все племена православием, книжностью, общим письменным литературным языком, прекратились в конце концов межплеменные усобицы по поводу выяснения - чей истукан старше, а затем и межкняжеская рознь?

Разве не православные земли объединились вокруг Москвы, составив основу Русского государства?

Разве не под хоругвями с ликом Спаса или дружины Александра Невского и Дмитрия Донского на смертный бой?

Сергий, митрополит Воронежский и Борисоглебский, пишет:

"Праздник славянской письменности есть начало государственности цивилизованной России, праздник нашей благодарной памяти, напоминающий нам о назначении жизни человека. Славянские народы, и, прежде всего, Россия, смогли достичь своих потрясающих успехов во всех областях приложения ума человеческого благодаря Евангелию, благодаря православной традиции, благодаря работе человека над собой, над созданием своего внутреннего мира. В этот день мы с благодарностью склоняем свои головы перед подвигом наших предков, которые создали для нас этот прекрасный мир...".

Пример жизни Кирилла и Мефодия, заложивших фундамент славянской письменности и культуры, говорит о том, сколь много может сделать и один человек ради других, тем более для своего народа. Православные учителя дали мощный импульс становлению славянских наций. Ведь известно, что только с появлением письменности начинается подлинная история народа, его культуры, летопись его научных, нравственных и духовных поисков, а, значит, и преемственность поколений, их родовая связь.

М.Н. Асонов - человек не книжный, практический знаток многих строительных специальностей, может быть и каменщиком, и плотником, и плиточником, и штукатуром, и монтажником. Дом построил своими руками. Вряд ли он в точности процитирует мысль Ф.М. Достоевского: "Чем более мы национальны, тем более будем европейцами (всечеловеками)" или Н.М. Карамзина: "Любовь к собственному благу производит в нас любовь к Отечеству, а личное самолюбие - гордость народную, которая служит опорой патриотизма". Но практическая хватка, инстинкт, здравый смысл порой гораздо плодотворнее знания книжных сентенций.

Четырехлетний внук М.Н. Асонова, Егор, уже знает, что такое Российский флаг, не путает его даже в играх ни с каким другим. Егор знает, что он живет не где-нибудь, а в России и потому говорит и пробует читать на русском языке.

Входя в Божий храм, православный христианин трижды прилюдно осеняет себя крестом. Чего ж не поднять Флаг над своим домом?

Мне кажется, что День России - это еще и День россиянина. И этот праздник требует, наверное, каких-то конкретных поступков, обозначающих наше личное отношение к государству, Родине, Отечеству, или, по крайней мере, размышлений над этими реалиями. Ведь, возможно, вслед мыслям придут дела. И пусть, как говорят, на первых порах придет этап самоопределения каждого, а затем, возможно, и со-единение человека и общества под единой национальной идеей, которую еще предстоит кому-то высказать. Может, это будет кто-нибудь из сверстников Егора?

В. Николаев

Глава 19

Британская модель

Отражение мира, в том числе посредством журналистских материалов, связано с особенностями мышления, определяемыми национальными культурами. Японец ощущает и видит мир не так как араб, европеец не так как индеец. Наша национальная культура основана на православии, западноевропейская - на католицизме и протестантизме. Латинизм и православие две стороны одной медали - христианского мировоззрения. Ни одна из них не может существовать без своей противоположности. Но так предопределено: латиняне - хранители и ревнители Буквы (Закона) учения, православные христиане - пестователи его Духа (Благодати).

Дух, образ может существовать лишь как целое и единое. Восприятие Буквы базируется на дискретности, то есть каждый элемент может восприниматься и быть самоценным сам по себе. Мы тяготеем к созерцательности и соборности, общество для нас, жителей сельских районов и малых городов, важнее индивидуальности, западный мир, по крайней мере его значительная часть, интересы личности ставит превыше всего.

Закон подчинен порядку, шаблону, прецеденту, трафарету, раз и навсегда принятой жесткой и устоявшейся модели действий, поведения, процедуре.

Дух каждый раз воссоздается заново.

Замечательный философ Иван Ильин писал, что русская идея есть идея созерцающего сердца, сердца исповедального, сокрушенного и жаждущего совершенного качества. В этом корень русского самосознания, ее творческая сила на века.

Спросите православного: "Как тебя судить: по Закону или по Совести?". И он выберет последнее, даже если этот выбор крайне невыгоден для него. Потому при правосудии по Совести каждый раз надо вникать в особенности данного дела и выносить решение индивидуальное, на которое потом сослаться будет нельзя. Каждый человек - это особый случай и особые обстоятельства. Не из-за этого ли мы порой так безжалостны к своей старине, былым творениям, устоям, традициям и так любим начинать все заново, с нуля, пытаюсь вновь и вновь воссоздать гармонию, идеал. Именно в этом для западноевропейцев и состоит загадка русской души. Почему мы не можем жить как они по раз и навсегда общепринятым стандартам, правилам, образцам, для чего мы каждый раз изобретаем велосипед?

Целостной и полной картине мира способствует русский язык и теория жанров, дискретному (раздробленному, фрагментарному, мозаичному) индивидуальному сознанию соответствует язык английский и Британская модель, которая лежит в основе желтой, бульварной, массовой и

калькированной с западных образцов прессы.

В жанровой теории "текста вообще" не существует: есть информация, отчет, репортаж, интервью, статья, очерк, фельетон и т.д.

В Британской модели текст - основополагающее понятие. Даже академические пособия по Британской модели выделяют всего три основных формы текста: **интервью** (диалогический текст), **антиисторию** (сообщение, построенное по принципу перевернутой пирамиды или песочных часов (американская модель), и **историю** (рассказ, разновидностью которого является статья-тенденция). Каждая из этих структур разработана в совершенстве и в мельчайших подробностях. И эти общие требования столь же подробно затем стилизуются в каждом средстве массовой информации Великобритании или США. Особая книга стилей регламентирует для данного издания комплекс аспектов, начиная от употребления знаков препинания и заканчивая тональностью произведений. Например, в книге стилей включаются правила, касающиеся грамматики, правописания, пунктуации, штампов, клише, гиперболов, определений, эпитетов, атрибуции, наименований, активного залога, определенности, избыточности информации и слов, повторов, сокращений, аббревиатур, чисел, двусмысленности, многозначности и т.д. Особых обязательных и жестких правил, требующих дисциплинированного и прагматичного ума, столько, что наша теория жанров выглядит на этом фоне азбукой выпускника детского сада.

К видам интервью по-британски относятся, например, интервью информационное, событийное, эмоциональное, личностное, с чрезвычайного происшествия, политическое интервью, исследовательское, фокусированное, интервью-версия, развлекательное, познавательное, опосредованное по телефону, интервью на улице и опросы, вынужденное интервью.

Сообщения, построенные по принципу перевернутой пирамиды, конструируются под одни из более чем двух десятков основных "лидов" (видов вступлений, раскрывающих основные аспекты события) среди которых различаются: одного элемента, обобщения, "вешалки", немедленной идентификации, "одиночный выстрел" ("бросок"), комментарий, комбинированный, каламбур, рассказ, контрастный, "стаккато", адресованный, вопросный, цитатный, каприз, "капсула", драматический, фотографический, отложенного вступления, дразнящий, интригующий и т.д.

Текст в стиле рассказа (истории) бывает следующих видов: драматический, многоаспектный, параллельный, лейтмотивный, перекрестный, кольцевой и т.д.

Различные подходы к освещению события между жанровой и британской системами видно на следующем примере.

При участии пресс-службы мэрии заместитель мэра провел встречу с

представителями средств массовой информации, на которой рассказал о плане подготовки ко Дню города, включившим 19 направлений деятельности, и кратко прокомментировал каждый из них. В конце встречи он ответил на вопросы журналистов.

В качественных газетах об этом появилась информация:

Подарки к Дню рождения

"Вчера в Малом зале мэрии состоялась встреча журналистов с заместителем мэра Н.В. Ручкиным, рассказавшем о планах подготовки ко Дню города, который будет отмечаться 22 августа. План предусматривает 19 направлений работы. К своему Дню рождения наш районский центр как всегда получит немало подарков. Среди них Сквер молодоженов с фонтаном, пушкинскими фонарями, красивыми скульптурами и скамейками; реконструкция дворов с установкой детских площадок на ул. Новая, д. 19, Заовинная, д. 6, Подгорная, д. 13, и микрорайоне леспромхоза; замена плоских крыш на двускатные в д. №№ 5 и 8 по ул. Солнечная, №№ 16 и 24 по ул. Лесной; строительство автостоянок во дворах домов №№ 14, 26, 48 по улице Железнодорожная и 7, 9, 15 по ул. Строгина, установка спортплощадок в микрорайонах №№ 2, 3, 4, ремонт автодорог - 1,5 км, прокладка новых тротуаров - 3,6 км, ремонт теплотрасс - 2,8 км. Будут высажены около 1,5 тыс. деревьев, 3,4 тыс. кустарников, 2 млн. шт. цветов. Квартиры получат семь семей ветеранов Великой Отечественной войны, две молодые семьи, пятнадцать семей - переселенцев из ветхого жилого фонда, тридцать семей очередников. Новое диагностическое оборудование получит районная больница, мебель - средняя школа № 3, две автомашины - отдел внутренних дел. Укрепит материальная база учреждений культуры, подростково-молодежных клубов и спортшколы. Предусмотрены и иные мероприятия.

В конце встречи Н.В. Ручкин ответил на вопросы журналистов.

На то же самое событие местная "полужелтая" газета откликнулась следующей информацией.

Молодым - квартиру к пенсии

Проявить отеческую заботу о молодоженах, чьи семьи могут разрушиться из-за отсутствия собственного угла, пообещали городские власти. На недавней пресс-конференции заместитель мэра Н.В. Ручкин сообщил, что ко Дню города две молодые семьи получат ключи от долгожданных квартир.

Если данный пункт войдет в традицию, то к выходу на пенсию отдельную жилплощадь приобретут все из ныне стоящих на очереди 76 пар, многие из которых успели обзавестись малышами. Кстати с местами в детсады почти такая же история. При современных темпах решения вопроса большинство грудничков дождется конца очереди будущими школьниками.

Подобная трансформация содержания возникла потому, что Британской моделью предписывается каждое событие разбивать на отдельные аспекты и выискивать из них наиболее яркий (сенсационный, скандальный). При этом неважно, где и когда прозвучала "взрывная" информация: в официальной части встречи с журналистами, ответах на их вопросы, неформальной беседе в коридоре или на лестнице, при усаживании чиновника в машину. И неважно то, что не вошло в текст (прочие аспекты), что осталось за кадром. Ведь исследования показывают, что первые два абзаца текста прочтывают 95 процентов средних читателей, четыре - 83 процента, восемь - 65 процентов. Зачем писать про то, что половина читателей все равно никогда не прочтет?

С точки зрения руководителей "желтой" и "полужелтой" прессы, не имеет значения, что информация вышла о другом, лишь косвенно касаясь реального события. Ведь по этой логике - встреча с журналистами - это разовое, частное и проходящее мероприятие, а поднятый вопрос о жилье для молодых семей социален, обладает длительной актуальностью и несомненно заденет читателя.

Но ведь дело в том, что встреча руководителя города не предусматривала освещенные темы строительства жилья для молодых вообще, разговор шел лишь о части решения данной проблемы, в рамках празднования Дня города. Возможно, что комплексная программа обеспечения жильем молодых семей, рассчитанная на 12 лет, говорила о том, что в данном году жилье получат шесть семей, две - в начале года, две в середине года (как раз ко Дню города) и две в четвертом квартале. Так что расчет автора информации, по которому выходило, что ждать очереди придется около 30 лет, неверен. Кроме того, по четырехлетиям количество распределяемого жилья могло меняться. Ежегодно в первом четырехлетии предусматривалось выделение по 6 квартир, во втором по 12, третьем - по 18. Но объективность, полнота картины не интересует апологетов дискретного мышления.

По британской методологии все информационные тексты делятся на жесткие и мягкие. Жесткая информация та, в которой нет никаких излишних элементов: оценок, эмоций, личного отношения, где лексика абсолютно нейтральна и выдержана, а сам текст предельно лаконичен. Мягкая информация та, которая оживлена подробностями, отношениями, эмоциями, специфическими словечками, личностным присутствием и т.д.

Информационные интервью также делятся на три большие группы по отношению к интервьюруемому:

- жесткое интервью,
- информационное интервью,
- эмоциональное интервью.

При жестком интервью интервьюируемый ставится в положение подсудимого, а интервьюер занимает позицию прокурора, которому все уже известно и до конца разговора не выпускает из рук инициативы. Журналист покирует собеседника своей информированностью и знанием мельчайших деталей и нюансов темы. Интервьюируемый вынужден постоянно оправдываться, пояснять, под психологическим давлением (прессингом) раскрывать все более и более неразглашаемые данные. Один американский журналист, работая в жанре жесткого интервью, иногда добивался того, что его собеседники признавались в противоправных действиях и после программы их задерживала полиция.

Информационное интервью используется в том случае, если интервьюируемый сам заинтересован сообщить как можно более полную информацию о событии, человеке, коллективе, ситуации. При эмоциональном интервью само событие, как правило, уже всем известно. Речь каждый раз идет о личных впечатлениях интервьюируемого, выплескивании на читателя эмоций.

По способам работы над интервью, тематическим направлениям существует, по крайней мере, 13 видов:

- информационное интервью,
- событийное,
- эмоциональное,
- личностное,
- о чрезвычайном происшествии,
- интервью-версия,
- политическое интервью,
- фокусированное интервью,
- познавательное,
- развлекательное,
- интервью по телефону или опосредованное,
- опрос,
- неожиданное интервью.

Информационное интервью

Там, где журналист районного еженедельника ограничивается обычной информацией, например, об аварии на автомагистрали, повлекшей человеческие жертвы, или комментарием, например, по поводу закрытия в селе единственной аптеки, работник желтой прессы непременно напишет информационное интервью. То есть свяжется с тем же начальником отделения ГИБДД или главой сельского поселения, то есть человеком, в полной мере владеющим информацией и даст прямую речь (высказывание), которая повысит сенсационность или скандальность события.

Факты, раскрывающие суть события, в обеих газетах будут одинаковы.

Но смысл и оценки разойдутся диаметрально. В информационном интервью интервьюер - человек главного масштаба.

Событийное интервью

Событийное интервью берется у непосредственного участника события. Например, у сотрудника ГИБДД, на месте выяснявшем причины автоаварии с человеческими жертвами. При этом журналист желтой газеты обязательно вправит слова инспектора в контекст личных мнений, оценок, ощущений, мыслей и т.д., чтобы сделать информацию еще более горячей. В событийном интервью интервьюер - человек второго масштаба.

Эмоциональное интервью

Если автоавария произошла у вас на глазах, когда вы находились, например, в машине инспекторов ГИБДД, участвуя в совместном рейде, то случившееся можно описать глазами очевидца происшествия. Журналист желтой газеты обязательно этим воспользуется. Ведь несмотря на то, что очевидец (например водитель - свидетель аварии) - человек третьего масштаба, он - лицо неофициальное и может не стесняться в выплескивании эмоций. Журналисту желтой газеты остается лишь пояснить читателю, что подразумевал очевидец, ликвидировать некоторые информационные пробелы, связанные со спонтанностью изложения истории, описать самого интервьюируемого, его реакцию, поведение, отношение к виновнику, жертве, дорожникам, сотрудникам ГИБДД и т.д.

Личностное интервью

Интервью по поводу автоаварии станет личностным, если журналист попросит прокомментировать ее известную в районе личность, приходящуюся родственником, коллегой или хорошим знакомым одного из пострадавших. Использование мнения известного человека на странице желтой газеты, конечно, поднимает ее престиж. Будучи потрясенным событием, известное лицо, конечно, тоже не будет церемониться в выражениях. Именно так и рождаются скандалы. Вырвавшаяся фраза будет подаана как обвинение или упрек в бездействии ответственных лиц.

Чрезвычайное происшествие

Любое чрезвычайное происшествие - хлеб и смысл желтой газеты. Представители качественного еженедельника редко работают с людьми на месте "ЧП". Взвешенный материал нельзя строить на сиюминутных эмоциях. Достаточно запечатлеть картинку, общий ход действий (если вам не поручили написать репортаж). Основной материал можно набирать потом, когда ответственные лица проанализируют ситуацию и будут готовы униформировать общество. Представитель желтой прессы начнет работать именно во время "ЧП", даже если его издание тоже выходит раз в неделю. Ему нужна не объективная картина, а именно шоасы происходящего.

Конечно, по правилам журналист сначала должен получить ответ на общие вопросы: что? где? когда? кто? почему? как? каким образом? Затем определить задачи второго этапа. Что собирать в начале: детали или эмоции, или и то и другое вместе? Как правило, обычно начинается фиксирование эмоциональной среды, и лишь затем доходит очередь до новых деталей, а потом наступает этап сбора мнений, комментариев и версий. То есть, фактически речь идет о целом ряде или, по крайней мере, нескольких интервью.

Интервью-версия

Интервью-версия имеет два подтипа. Передачи собственно версии происшедшего и отражение реакции на случившееся. Иногда попадают люди, способные дать и анализ чувств и версию, что привело к таким последствиям (автоаварии). Но чаще всего приходится опрашивать нескольких человек. Тот, кто способен рассказать о чувствах, не в ладах с аналитическим исследованием, тот, кто способен выступить версией события, не мастак на описание реакций и переживаний.

Исследовательское интервью

Вид интервью называется исследовательским, но на самом деле, поскольку речь идет о желтой прессе, имеется в виду прогнозы, то есть те же гадания, только относительно не прошедшего (версии), а будущего. К прогнозированию рекомендуется привлекать очевидцев (автоаварии), большинство среди которых, как правило, составляют зеваки, люди, сами почти ничего не видевшие, но гордые высказаться по любому поводу, в том числе о версиях, прогнозах, мнении кто виноват и т.п. В наставлениях по желтой прессе так и говорится, что журналист должен не идти вслед за фактами, а стремиться предугадать возможное течение событий или зафиксировать возможно большее их количество. Особенно активно, по мнению руководителей таблоидов, следует допрашивать политиков и официальных лиц. Даже их уклонение от комментария, версии, прогноза в глазах западного сообщества будет свидетельствовать об их политической несамостоятельности или безответственности.

Интерпретация событий, как бы ни была она субъективна, сообщает тексту не меньший информационный накал, нежели самая полная совокупность фактов. Ведь никто не станет требовать от очевидца аварии изложения точной последовательности событий. Более фактов для читателей желтой газеты интересны пересуды о них: впечатления, эмоции, версии, прогнозы и т.д. И если причины аварии, например, пока официально не установлены или не объявлены, почему бы не заполнить ожидания аудитории предположениями, взятыми с потолка.

Политическое интервью

Политическое и сфокусированное интервью в желтой прессе относят к

интервью жесткого типа. Их задача - выжать из интервьюируемого информацию, которую политик или иной интервьюируемый по каким-то причинам разглашать не хочет. Сложность политического интервью для бульварной газеты в том, что ответ политического лидера надо приводить без изменений. Поэтому надо задать такой вопрос, который бы либо побуждал политика сообщить, то, что он разглашать не намеревался, либо спровоцировал публичный уход от ответа, что в западном мире еще более скандально.

Вопрос должен быть не только развернутым (что в правилах хорошего тона предполагает и развернутый ответ), но и двусмысленным, то есть иметь всем понятный и еще более жесткий подтекст:

- Господин губернатор, и все-таки, какие причины на самом деле привели к закрытию столь рекламируемого завода по выпуску сборных коттеджей для селян, строительство которого было столь щедро прокредитовано областным правительством?

Фокусированное интервью

Позиция журналиста, использующего прием фокусированного интервью, еще более тенденциозна, бескомпромиссна, навязчива и агрессивна. Чтобы раскрыть громкую или скандальную тему, интервьюер придумывает сразу три-четыре вопроса, призванных с разных сторон раскрыть одно и то же обстоятельство.

Эти вопросы надо задать где угодно, при любых обстоятельствах и любой ценой, из-за чего порой приходится отвечать перед судом. Но для газеты и саморекламы репортера это, видимо, вполне оправдано.

- Господин мэр, как вышло, что при пожаре больницы заживо сгорели двое больных? Отчего пожарные медлили со спасением людей?

- Что ж так долго искали воду пожарные?

- На что потрачены деньги, выделенные год назад на установку в больнице пожарного гидранта?

Познавательное интервью

Примером познавательных интервью могут служить телепередачи "Очевидное-невероятное" и "Теория невероятности" доктора физико-математических наук, профессора, главного редактора журнала "В мире науки" Сергея Петровича Капицы.

Здесь главное для интервьюера - знать и разбираться в теме, умение о серьезных вещах говорить увлекательно и понятно даже для человека с общим средним образованием, разговорить собеседника, задать беседе нужный тон и порой вовремя мягко вступить с переводом научных терминов на доступный для аудитории язык, так, чтобы интервьюируемый не потерял мысль и нить разговора, что роднит его с жанровым интервью.

Развлекательные интервью

Развлекательные интервью, как и познавательные, могут и используются качественными газетами. Примером успешной работы можно назвать телепередачу "Пока все дома", что с 8 ноября 1992 года ведет обаятельный, находчивый, тактичный ведущий Тимур Кизяков. Интервьюер старается показать домашнюю и семейную жизнь знаменитостей. Несмотря на кажущуюся простоту работы порой нужно приложить очень много труда, чтобы "звезда" с одной стороны выглядела достойно, так, чтобы не разочаровать своих поклонников и широкую аудиторию, а с другой стороны была естественна, проста и интересна, а по возможности и остроумна.

Опосредованное интервью

Опосредованные интервью характерны для интерактивных передач, когда интервьюер по телефону беседует с человеком, не присутствующим в студии, а находящимся в другой стране, городе, в машине, на даче и т.д. Опосредованное интервью потому так и называется, что возможно даже без живого контакта, например, через интернетную электронную почту, когда интервьюруемый отвечает на вопросы не в момент их получения, а тогда, когда выберет время, возможно, в течение месяца или даже двух. Здесь главное четко оговорить формат, нюансы, пожелания, чтобы присланный материал не пришлось переделывать, потому, что вновь связаться с интервьюруемым порой не представляется возможным в ближайшее время. Конечно, речь в данном случае идет не о жестком или эмоциональном, а о преимущественно информационном интервью, то есть когда интервьюруемый сам заинтересован в материале и готов рассказать все, что нужно. Главное - понятно объяснить, что именно требуется и в каком объеме, чтобы не было недопонимания или обид.

Опросы и интервью на улицах

Опросы и интервью на улице у прохожих популярны во многих газетах. Тематика их крайне разнообразна. От серьезных тем, скажем таких, как отношение горожан к градостроительным инициативам мэрии, до обсуждения влияния дождливой погоды на настроение земляков. Чаще всего интервьюруемым предлагается единственный и общий для всех вопрос. Порой вопросов бывает несколько (до трех), например, чем был памятен для вас уходящий год? Где собираетесь отмечать праздник? Чего ждете от года наступающего? Интервьюер при этом не должен удовлетворяться односложными краткими ответами, но и не допускать пространных монологов. Как правило, средний ответ содержит от трех распространенных до шести нераспространенных предложений.

Множественное интервью

Выделяют еще множественное интервью. Это тот же опрос, участниками которого становятся не случайные, а специально подобранные люди. Например, в области появился новый праздник: День работника

подростково-молодежных клубов. Газета обращается к наиболее уважаемым работникам этой отрасли и выясняет, как они относятся к данному празднику, что ждут от него, как намереваются встречать.

Вынужденное интервью

Бывают ситуации, когда ни интервьюеру ни интервьюируемому не хочется ни встречаться, ни тем более участвовать в интервью. Например, районный футбольный клуб, который ставил задачу войти в тройку лучших в области, неожиданно проиграл с большим счетом в отборочном зональном турнире более слабой команде. И тем не менее профессиональный долг подвигает журналиста-болельщика все-таки взять интервью у тренера, капитана и вратаря. Все представители футбольного клуба уклоняются от разговора, а вратарь в сердцах сжал кулаки и вдобавок пообещал раздавить диктофон. Журналист решил не сдаваться. Взял интервью у тренера и капитана команды-победительницы, а также известного фаната своего клуба, вновь встретился с каждым из своих героев и предложил прокомментировать самые яркие характеристики игры. Спортсменам пришлось оправдываться, спасая свою честь.

В любой ситуации необходимость вынужденного интервью должна быть многократно обоснована и не противоречить Закону о СМИ и профессиональной этике. Если интересы личности вступают в противоречие с общественными интересами, журналист должен выступать на стороне общества, не опасаясь последующих неприятностей.

В стиле перевернутой пирамиды

Благодаря тому, что англоязычные страны (прежде всего США и Великобритания) задают тон в современном медиамире, британская модель журналистики считается одной из наиболее совершенных в мировой практике.

Большинство информационных материалов здесь пишутся в стиле перевернутой пирамиды - самого технологичного метода дискретной газеты и прочих средств массовой информации.

Достоинство стиля состоит в том, что все самое главное сосредоточено в первом абзаце. То есть при необходимости, начиная с конца текста, его можно сокращать абзац за абзацем без боязни утраты самого главного и нарушения целостности произведения, потому что таковое отсутствует в принципе.

Именно на такую предельно рационалистическую структуру апологеты западничества, в том числе и те, кто привил нам желтую прессу, призывают перейти при написании информационных текстов в связи с глобализацией, соответствия неким общепровым стандартам и вхождением в Интернет.

Конструкция текста

Текст строится по принципу перевернутой пирамиды. Суть

приспешнего излагается от наиболее важных аспектов к менее важным по рангу. В начале текста идет заголовок, который является сутью первого абзаца, аккумулирующего смысл повести или события. Затем идет подзаголовок, расширяющий (дополняющий, оттеняющий) этот смысл. Потом следует вступление, которое иначе называется лидом. Из 5-7 главных вопросов (что? кто? где? когда? и т.д.), на которые должен отвечать информационный текст, лид должен содержать ответы минимум на 2-3 вопроса и не более, чем на 5-6. (Считается, что средний человек не удержит в памяти более 7 аспектов события. Есть интеллектуалы, способные воспринять и 9 аспектов, но массовая аудитория якобы не в силах принимать более пяти аспектов). Далее следует основной текст, который иначе называется корпусом (туловищем). Завершается все заключением. Любое событие, явление англоязычные журналисты расщепляют на аспекты, что соответствует природе рационалистического мышления. Для англоязычного медработника стиль перевернутой пирамиды естественен и многие приходят к нему интуитивно, задолго до специального обучения.

У российских работников желтой прессы такое восприятие мира тренируется перестройкой естественного (или как это скромно называется - бытового) мышления на рабочее, профессиональное. Любое событие дробится на составляющие (аспекты), которые выстраиваются по степени важности: самые главные, главные, второстепенные, третьестепенные и т.д. от наиболее важных к менее значимым, которые могут дополнительной подробностью обогащать новость. Главную мысль текста выражает главный аспект, который выносится в заголовок (хэдлайн).

В переводе хэдлайн обозначает главную линию или главную идею. Это транспарант, знамя, вывеска, сверкающая и маяющая витрина. Хэдлайн - основная мысль, сквозная тема, главная проблема сообщения, его ядро, сердцевина, высококонцентрированная выжимка. Хэдлайны напористы, экспрессивны, интригующи, плотно информационно насыщены, ярки, нескромны, остроумны, сообщают читателю о чем этот текст, какова его тема, служат навигаторами полосы или газеты в целом, задают тональность и формат текста, его стиль и ритм, угол рассмотрения проблемы. Вынесенные на первую полосу они выполняют роль анонса, презентуя соответствующую страницу.

Хэдлайн часто состоит из двух или нескольких частей, главная из которых (главный дек), сообщающая тему, набрана более крупно, а вторая (первый дек или дек), раскрывающая нюансы темы - более мелко. Хэдлайнов может быть и три, и четыре, и пять, набранных все мельче и мельче. В таком случае они называются первый дек, второй дек, третий дек и т.д. В желтых газетах заголовочно-лидовая часть порой занимает больше места, чем последующий основной текст.

Нынешние желтые и полужелтые газеты подчас главный дек хэдлийна делают общим названием полосы, первый дек - крупным общим заголовком для нескольких материалов подборки, вторым-третьим деками идут заголовки отдельных материалов в зависимости от их значимости.

Лид (т.е. идущий впереди, вступление) дополняет хэдлийн до исчерпывающего состояния сути происшедшего. В газете это первый абзац (или абзацы) текста, выделенные жирным прифтом или заливкой и часто разверстаные на иной размер (например, на две-три колонки при основной шестиколонной верстке). Если хэдлийн это витрина, то лид - прилавок, на котором разложен товар.

Задача лида - привлечь внимание читателя, раскрыть основные аспекты события, мотивировать на прочтение материала. Из заголовка и лида читатель должен получить ответы на основные шесть вопросов по степени их важности и интереса для читателей: кто? что? когда? где? почему? как? Или, по крайней мере, на первые пять вопросов (норма бульварных газет, которая в зависимости от уровня бульварности и, следовательно, умственных способностей читателя уменьшается до трех, а порой и двух вопросов). Журналистов таких газет даже ругают за лишние подробности, т.к. читатели, якобы, все равно не в силах удержать их в памяти, следовательно, зачем тратить газетную площадь и силы сотрудников.

На уровне лида можно либо завоевать внимание читателя или бесповоротно потерять его.

Длина лида в среднем составляет 20-50 слов (от одного до трех предложений) в зависимости от площади самого материала.

Далее лида идет основной текст (корпус) с подробностями, фактами и деталями, описывающими то, что было сжато изложено в заголовке и лиде.

Абзацы (аспекты текста) выстроены по той же схеме, с теми же основными шестью вопросами: кто? что? когда? где? почему? как? в той же самой последовательности, как они были преподнесены в заголовке и лиде.

Если в заголовке и лиде было шесть вопросов, то и в основном тексте должно быть не менее шести абзацев (аспектов темы), хотя каждый аспект может иметь и собственные членения.

Заключение, следующее за основным текстом, содержит вывод, резюме, итог сказанному в основной части. Как правило, заключение занимает один абзац.

Тексты, изложенные по методу пирамиды зачастую отличаются искусственностью, механистичностью, бесцветностью, шаблонностью, безжизненностью, не затрагивают душу и разум. Англоязычные журналисты считают, что в информационных материалах так и должно быть. Ведь лишние подробности, красоты, эмоции, оценки - прерогатива другого стиля - стиля рассказа (или историй).

Обычно новостной текст отвечает на шесть вопросов (Кто? Что? Где? Когда? Почему? Каким образом? или Откуда мы это знаем?) и состоит из новостного ядра, подробностей к аспектам новостного ядра и бэкграунда (дополнительной информации, напрямую не связанной с событием, но помогающей понять его суть и контекст (окружение). Бэкграундом может быть история вопроса, статистические данные, мнения экспертов

Пример материала в стиле перевернутой пирамиды

(хэдлиин) **Нам сказали не спасать!** (что?)

(лид) **Почти босая женщина в халате (кто?), случайно закрытая (как, каким образом?) вечером (когда?) на заснеженном балконе (где?) в десятиградусный мороз (при каких условиях?) так и не дождалась своих спасателей (что сделала, произошло?).**

(корпус, аспект 1 – что?) «В связи с кризисом нам разрешили не выезжать по частным обращениям граждан», - заявили в местном отделении государственной службы спасения города Окулино на звонок случайного прохожего, услышавшего женские крики о помощи с балкона четвертого этажа многоэтажки.

(аспект 2 – кто?) Тем временем, студентка Нина Иванова, вышедшая в пляжных шлепанцах и легком халате из ванной на балкон, для того чтобы развесить ползунки и рубашки (аспект 3 - каким образом?), постиравшие после детского сада (аспект 4 - когда?), на ветру (аспект 5 - где?) простояла уже почти полчаса. Застывая от стужи (аспект 6 - при каких условиях?) она нестрадалась за рыдающего двухлетнего сына, который печально повернул ручку балконной двери, закрыв ее изнутри.

Не зная телефона единой диспетчерской службы, молодой человек позвонил сначала в милицию (аспект 7 - что произошло?), в которой даже не стали ни фиксировать его обращение, ни передавать тревожный сигнал в соответствующие службы. Просто назвали номер территориального управления «Облпожспаса», а там посоветовали обращаться к коммунальщикам, у которых тоже есть вышки, и они де могут помочь в частном порядке или по официальной платной услуге.

(дополнительные обстоятельства – 1-3) Рабочий день в гараже МПКХ закончился. Диспетчер начала связываться с завгаром, чтобы узнать номер мобильного водителя вышки. Договариваться с шофером и его помощником прохожий должен был сам.

(дополнительные детали – 1-3) Отчаявшись дожидаться помощи, Иванова увидела детскую лопатку, которой в обед сунцала с балкона снег. Ею она разбила форточку, открыла ее и, после часа заточения, перелезла в квартиру успокаивать расплакавшегося ребенка.

(бэкграунд – 1: дополнительная информация, напрямую не связанная с событием, но помогающая лучше понять смысл происшедшего) По

телевизору показывали как московские спасатели по просьбе горожан снимали с дерева мяукавшего от страха котенка.

(бэкграунд – 2: мнение эксперта) - Все наши спасатели выдержали полный комплекс аттестационных мероприятий, - рассказала нам эксперт территориального управления силами и средствами ГУ «Облпожспас» С.И. Михайлова. - Они готовы работать с приборами радиационной и химической разведки, выполнили все спортивные нормативы, мастерски владеют аварийно-спасательными инструментами: ножницами, разжи-маши, мотопилами и т.д., прошли альпинистскую подготовку и, в случае обрушения лестничного пролета, могут с крыши эвакуировать граждан с любого этажа. При любой чрезвычайной ситуации, техногенных авариях, взрывах газа, терактах и т.п. мы всегда готовы помочь землякам».

В полужелтой прессе ныне популярен и американский вариант британской перевернутой пирамиды - песочные часы. В "песочных часах" первая часть повостного текста дается в привычном виде перевернутой пирамиды (то есть от самого важного аспекта к наименее важному), а затем после слов "по свидетельству очевидцев" события излагаются уже не по важности аспектов, а в хронологическом порядке. То есть здесь стили "антиистория" и "история" пересекаются.

Жесткая информация (без оценок, при минимуме подробностей и деталей) конструируется на основании следующих лидов: если в повости есть очень сильный аспект (громкое имя участника действия, или выдающийся показатель, или время, с которого, например, начал действовать новый железнодорожный переход, или место действия, или само свершение и т. д.) употребляется лид "**одного элемента**" или "частный" лид:

В свадебном паряде появилась Яна Рудковская на покаяе мод Ильи Шияна.

Свести проблему к одному аспекту само по себе достаточно непростое запятие, но иногда бывает, что этого вполне достаточно для достижения цели.

Это прямой и открытый лид, который сразу говорит о существовании проблемы и более не отвлекается на детали. Этот лид хорош в коротких информациях. Он, как увеличительное стекло, фокусирует проблему на одном определенном аспекте, повышая ее ценность и значимость. Концентрируя внимание на чем-то определенном, можно быть уверенным, что это и есть самое главное в сообщении. Если в информации присутствует несколько одинаково важных аспектов (равное внимание к участнику действия и свершению) употребим лид "**обобщение**":

Главный тренер "Спартака" М. Лаудруп готов выложить за центрального защитника - аргентинскую звезду Ф. Колочини 15 миллионов евро.

Если вся новость укладывается в одно предложение, то получается лид "**вешалка**", на которой помещаются ответы на стандартное меню вопросов: что? кто? где? когда? Например:

Вчера британский теннисист Э. Маррей выиграл мужской теннисный турнир в Санкт-Петербурге.

Если в первой же фразе указывается имя нового депутата, избранного в минувшее воскресенье взамен депутата выбывшего, что для жителей округа безусловно является главной новостью, мы имеем дело с лидом - "**немедленной идентификации**". Например:

Мадридский "Реал" в минувшее воскресенье победил на очередном туре испанского чемпионата и добился права встретиться с "Зенитом" в турнире Лиги чемпионов.

Если новость понятна с двух слов, например, "*Спорткомплекс открыт*" (о завершении главной стройки района и пуске объекта, которого так все ждали), применим лид "**одиночный выстрел**" или лид "бросок". По форме он почти не отличим от короткого хэдлийна.

Лид всегда следует после хэдлийна. Нельзя путать и многодекодовый хэдлийн с лидом. Лид - это часть основного текста, и он объединен с ним композиционным единством. Хэдлийн может произвольно перемещаться по пространству издания, будучи в каком-то смысле самостоятельной частью текста.

Если фраза содержит элементы комментария ("*Муниципальный спортзал, несмотря на многочисленные недоделки, все-таки принят комиссией. Строители обязались устранить замечания в первом квартале будущего года*"), на который также указывают слова "однако", "хотя", "вероятно" и т.д., мы имеем дело с лидом "**комментарий**".

В "**комбинированном**" лиде дается ответ сразу на два вопроса. Например, "что?" и "где?", "что?" и "почему?", "что?" и "как?":

"На территории Московской области проводится операция ГИБДД "Мосты и трубопроводы".

Желтые газеты охотно прибегают к лиду "**каламбур**". Например: "*Ревва в кризис не ревит, заработать поровит. Резидент "Комеди Клаба" едет на гастроли в Нью-Йорк и Чикаго, где все билеты уже проданы". "Тринадцатый Ветров окружен "Ветренными людьми" из своего театра". "Спустившийся на игре в рулетку все имущество игрок решил, что долг грабежом красен". "Болгарские курорты могут стать идеальной теплицей для ваших цветов жизни" и т.д.*

Лид "**рассказ**" применяется, когда информация начинается с краткой истории:

"Ночью 9 июня у жителя Середы был угнан автомобиль "Форд-Фокус". В шесть часов утра сигнал об этом поступил в милицию и ГИБДД, был введен

план "Перехват". В семь часов утра задержанные зубцовскими патрульными угонщики уже давали показания. Всего за полугодие было возвращено восемь похищенных автомобилей, то есть каждая вторая угнанная машина".

Для "мягких" повостей (с оживляющими подробностями, оценкам экспертов и деталями, которые представляют событие с большей полнотой, но не в коем случае, как и в "жесткой" новости, не содержат явно выраженную позицию журналиста) рекомендуются лиды интригующие, дразнящие воображение читателя.

В лиде **"контраст"** в первом же абзаце сталкиваются старое и новое, "вчера" и "сегодня", разные обстоятельства, сопутствующие действию:

"Еще вчера о Кубе не вспоминали. Сегодня Остров Свободы посетил вице-премьер правительства РФ И. Сечин в целях восстановления полномасштабного сотрудничества".

Лид **"стаккато"** - это ряд коротких, отрывистых, "телеграфных" фраз-полуамеков, отдельных элементов смысла. Недосказанность, поддразнивание читателя часто используется в желтой прессе.

"Конвейер КамАЗовского завода еще движется. Правда, машины стали хуже продаваться. А еще недавно желающие их купить по несколько недель парились в очередях. И у рабочих появился лишний выходной - завод перешел на четырехдневку. Производство сокращено на 20 процентов, персонал готовится сократить на 10 процентов. Но строители новых цехов уже сняли каски, почтив свои детища минутой молчания. Сюда они больше не вернутся. Кризис все-таки пришел".

Лид "стаккато" обрушивает на читателя серию коротких описательных фраз, которые заставляют почувствовать стремительность событий, ощутить почти живой ритм реальной жизни. Главный аспект в таком лиде разбивается на серию коротких предложений, которые сами по себе являются его элементами и в совокупности дают четкое о нем представление. То, что можно выразить одной фразой, разбивается на серию мозаичных зарисовок, зримо и образно показывающих аспект в экспрессивной полноте. При этом сохраняется лаконичная простота и точность. Эмоциональный фон задается не экспрессивными дополнениями, а глаголами действия, которые и создают чувство напряженности, стремительный ритм, апеллируют к эмоциональной сфере.

В **"направленно адресованном"** лиде в первом абзаце текста содержится прямое обращение к читателю ("вы", "ваше" и пр.):

"Воспряните духом, посетители инстанций! С июля 410 видов справок, выписок, согласований, разрешений из 460 горожанам будут выдаваться бесплатно, ибо так решило на своем заседании столичное правительство".

Лид **"вопрос"** представляет аспекты проблемы в форме вопроса или целой серии вопросов. Форма вопроса может быть как открытая (с

вопросительным знаком на конце), так и приглушенная:

"80 процентов граждан не могут ныне расплатиться за взятые кредиты на покупку жилья. Спасет ли госпрограмма рядового ипотечника?"

Лид этого типа требует получения в тексте достаточно убедительного ответа, с которым аудитория склонна согласиться или который по определенным причинам ее устроит.

Наилучший вариант, когда журналист этот ответ знает, получив его из доступных источников в ходе сбора предварительного материала, из уст экспертов, на основании документов, логики и т. д. В противном случае вопроса, несмотря на его привлекательность, следует избегать.

Вопрос делает лид динамичнее и короче, позволяя сосредоточить внимание на самой сути аспекта, не детализируя его в длинном предложении, активизирует внимание читателей, задает диалогический стиль изложения и экспрессивен.

В лиде **"цитата"** первый абзац начинается с открытых кавычек: *"Стоит проявить слабость, и Голливуд тебя выплюнет"*, - заявил Клинт Иствуд на премьере своего нового фильма *"Гран Торинго"*.

Цитата столь же диалогична, как и вопрос, и к тому же подкреплена авторитетом ее автора. Цитата всегда экспрессивна, и кроме прямых, содержащихся в ней сведений несет дополнительную информацию о личности.

Цитаты являются хорошей отправной точкой для построения текста. С цитатами трудно спорить, поскольку они по своей природе не являются полемическими утверждениями, а отражают персональную точку зрения автора. Актуальные цитаты авторитетны, если за ними стоит личность, которой аудитория склонна доверять. Они выразительны, экспрессивны, как правило, выражены в легкой разговорной манере, которая легко воспринимается, и не требуется особых знаний и эрудиции, чтобы понять ее смысл. Цитаты дают направление размышлений или анализа, задают тон материала и определяют угол рассмотрения тематики.

Другой тип цитирования, привлекающий высказывания из литературы, истории, поэзии, искусства вообще. Такие цитаты афористичны и могут быть уместны практически в любой ситуации. Умело пользуясь кингой афоризмов, можно подобрать цитату вообще к какой угодно теме, и если она приведена к месту и совпадает с материалом по тону и содержанию (и с контекстом, конечно), то способна обогатить выступление емкостью, эрудицией и вызвать к нему невольное уважение.

Лид **"каприз"**: творческий вариант лида, часто ироничный, обыгрывающий ситуацию:

"Возможно, стройные ножки Лизы Боярской будут топтать красный ковродик "Оскара". Но отиводь не за нащумевший в России "Адмирал". По

сообщению продюсеров его увлекся потенциальный кандидат на премию и последний "агент 007" Дэниел Крейг".

Лид **"игровой"**: факт излагается или комментируется в фельетонной манере:

"Собирается Анфиса попотеть, чтоб не хуже Пэрис Хилтон петть, и еще мечтает о кино, хоть в комедию, ведь тоже ничего. Вернувшись из Египта девушка намерена сняться в кино и записать песню".

Лид **"капсула"**, так же как и лид "одиночный выстрел", имеет взрывной характер. Только "взрыв" совершается в последующих абзацах текста, где приводится яркий показатель или факт, переворачивающий привычные представления, меняющий угол зрения. Он словно запирает в себе взрывной эффект. Как правило, такое вступление требует внимания, выдумки и аналитического склада ума. Лиды этого типа стремятся подчеркнуть особый смысл события, его отличия от других, его уникальность. Конечно, легко поддаться естественному желанию потянуть время, отложить раскрытие сенсации, дать еще больше интригующих деталей, однако здесь легко перенатрагить и потерять читательский интерес. Правила такого лида - безупречное соотношение интриги и сенсационности:

"Засилье на обочинах дорог, пустырях, лесных опушках ядовитого Геракла - борщевика Сосновского стало причиной заседания комитета по аграрной политике, землепользованию, природным ресурсам и экологии Московской областной думы. По данным ученых засоренность этим сорняком в целом по России составляет около 15,6 тыс. га, а химическая противоборщевиковая обработка стоит до пяти тысяч рублей на гектар, при этом уничтожаются вообще все растения. В природе не выявлено ни одного биологического естественного врага борщевика, сок которого обжигает не хуже кислоты, что ведет к серьезным травмам и даже летальным исходам. Растение удвительно живуче, и косою его не возьмешь. Единственный способ борьбы - тщательное выкапывание и сжигание корней.

"Драматический" лид драматизирует событие или проблему. Такой лид всегда направлен на то, чтобы создать образ, который воспринимается не столько на рациональном, критическом уровне путем осмысления и анализа фактов, сколько на уровне целостной картины:

"В роддом 22-летней Люды Черных доставили в состоянии клинической смерти. Врачи уже не питали никаких надежд. Они пытались спасти хотя бы ребенка, сделав кесарево сечение. Звонкий крик новорожденного был им наградой. Призывный крик малыша вновь заставил забиться и сердце матери".

"Фотографический" лид стремится создать представление о предмете рассказа, часто описывая обстановку, действующих лиц, обстоятельства, время - те аспекты, которые наиболее важны для того, чтобы тема была

максимально полно раскрыта. Иногда описание реально происходившей сцены или того, что журналист видел собственными глазами, имеет и информационное, и драматическое значение, которое в сочетании дает совершенно необычный эффект:

"Каждую субботу Ирина Слуцкая блистает в суперпопулярном шоу "Ледниковый период". Дарит улыбки миллионам зрителей, подбадривает коллег, дает советы новичкам-кинозвездам. А потом, когда всех окружают поклонники шоу, незаметно исчезает в раздевалке. Быстро переодевается и мчится в институт трансплантологии, поддержать маму, у которой отказали обе почки".

Лид этого типа быстро создает настроение, обозначает избранный автором угол и тон материала и четко определяет его позицию. Вариантом фотографического является **колоритный** лид, который еще более ярко и красочно описывает события в специфичных штрихах. Для подобного лида следует выбрать действительно яркое и запоминающееся место, которое имеет еще и символический смысл.

В отличие от прямого лида, который сразу посвящает читателя в главную тему, раскрывая ее в самых основных аспектах, косвенные лиды стремятся к интриге. Как правило, пишутся они в повествовательной манере (отчего их еще называют "**повествовательными**"), обращаясь к читателю непосредственно. Основной эффект отложенного вступления как раз и является его повествовательность, когда события излагаются не с самого главного, а с начала. Затем повествование продолжается от мысли к мысли, пока в самом конце не наступит развязка. Эта развязка изначально отложена в связи с тем, что необходимо узнать все, что произошло, во всех деталях и только потом, в конце получить самое главное. Одним из классических вариантов косвенного лида является "**отложенное вступление**", которое строится по принципу изложения начала события или проблемы, или ее завязки:

"В 5.10 утра Сергея П. разбудил взрыв. Выглянув в окно, он увидел яркий столб пламени, а когда добежал до места, то разглядел развороченное метров на пятьдесят железнодорожное полотно, останки человеческой плоти, три трупа, один из которых находился в авиационном кресле. "Boeing-737" рейса Москва-Пермь разбился при заходе на посадку. Его куски разлетелись в радиусе 12 километров".

"**Дразнящее вступление**" сразу же провоцирует аудиторию на полемику или заманивает обещаниями раскрыть необычные секреты. Дразнить читателя можно беззлобно, обращаясь к его здравому смыслу, который легко поддается воздействию чем-либо необычным или новым. Особенно удачно работают такие вступления на затертой, обыденной проблематике, которая рассматривается с новой точки зрения или в свете новых фактов:

"Что делать женщине-автомобилистке, если ее железный конь не хочет заводиться? А если требуется поменять колесо? Отказала электрика? Кончился бензин? Если вы помяли кому-то крыло, а вас раскручивают на замену двигателя? Проблемы решатся, если вы владелец карты РАТ (Российского автомобильного товарищества). Звонок по мобильному и вот уже вас консультирует опытный специалист, а на место происшествия едет аварийный комиссар, которому по плечу все проблемы".

"Интригующее" вступление, рассказывая начало истории, обещает и сообщение ее финала. Интрига всегда содержит в себе некую тайну и заставляет читателя быть в напряжении до конца материала. Интрига должна быть понятна и близка, должна апеллировать к знакомым сферам, но гарантировать совершенно новые шоансы и подробности:

"Организаторам светских тусовок Пугачева прямо дает понять, кого она не желает видеть. Несмотря на оцепление милицией Машежа, где с размахом В. Юдашкин отмечал 20-летие творческой деятельности, наши корреспонденты смогли отслеживать прибытие и отъезд всех важных персон. Пугачева и Галкина были на кульминации праздника, когда юбиляра поздравляли первые лица государства. После отбытия звездной пары из сверхзнаменитых появился лишь Филипп Киркоров. Говорят, что бывшие супруги избегают встреч больше года".

Кроме информационных текстов (антинисторий) и интервью британская модель различает еще такой вид текста как история (рассказ), такой текст называют также публицистическим.

Если главное требование к информационному тексту заключается в том, чтобы ответить на шесть главных вопросов (что? где? когда? кто? почему? как?) или как вариант - семь вопросов плюс-минус два (седьмой вопрос - каким образом?), то в публицистическом тексте при передаче некоей истории важно взволновать читателя посредством использования образов, эмоций и иных элементов художественного повествования.

Начальные требования к подобным текстам общие: после прочтения заголовка и вступления суть истории уже должна быть понятна читателю. Мастерство журналиста проявляется в умении удержать читателя до конца, развивать сюжет постепенно, предьявляя один аспект за другим и ведя от одного поворота действия к другому. Аудитория желтой газеты не настроена на длительный поиск смысла повествования и предпочитает сразу узнать, про что данный материал.

С первого абзаца текст должен заинтриговать и вызвать интерес, удивление, восторг, сочувствие, а затем иметь захватывающее продолжение и окончание, сохранять единство стиля и композиции. Материал обязан содержать сюжет, конфликт, описание среды, в которой действуют герои и персонажи, отражены системы обстоятельств, доведших до конфликта, и т.п.

Драматургия истории включает завязку (возникновение конфликта), экспозицию (развитие конфликта), кульминацию (пик конфликта), развязку (разрешение конфликта), резюме (вывод).

Любое событие в глазах англоязычного человека дискретно, то есть состоит из множества аспектов, из которых автор отбирает лишь самое нужное. Отобранные элементы истории объединяют авторские связки. Элементы истории могут даваться в изложении автора, быть написанными от первого лица или являться цитатами очевидца. Примерная схема многоаспектного материала такова: заголовок-вступление-аспект-связка, аспект-связка, аспект-связка-заключение.

Различают следующие типы (методы) построения историй.

Метод **"параллельного рассказа"** основан на том, что истории излагаются параллельно друг другу и сами по себе. Объединение их происходит лишь на тематическом уровне - уровне отношения к главной мысли произведения. Схема материала: заголовок, объединяющее вступление, аспект первой истории-связка, аспект второй истории-связка, аспект третьей истории-связка, общее заключение.

Тип параллельного рассказа дает возможность охватить широкий проблемный диапазон, заполняя межаспектное пространство авторскими рассуждениями, фактами, цитатами и подробностями.

Дорогие потери любимых

Кто бы не хотел хоть день пожить звездой? Но и у кумиров жизнь не есть сплошное счастье. И они порой сталкиваются с проблемами, теряют самое дорогое, например, машину или певичку.

Известная телеведущая Юлия Л. долго выбирала себе подходящую машину. Даже чуть не сорвалась однажды - так измотали ее сомнения и регулярные попинги по автосалонам. И, наконец, она увидела Его. Сразу влюбилась и поняла, что только Он еще больше укрепит ее имидж. Целую неделю, пока собирала необходимую сумму, жила как во сне. И наконец ее мечта свершилась. Она завладела им, драгоценным и прекрасным черным бумером. Три дня она буквально светила от счастья, разъезжая повсюду на своем "мустанге", картинно садясь в водительское кресло и еще более эффектно выходя, элегантно ставя на сигнализацию или восхитительно выглядывая из припущенного затемненного стекла. Видно Он и она были слишком неотразимой парой, и завистники не выдержали. Однажды выходя из спортивного клуба, она обнаружила, что одна из великолепных Его шин проколота. И рядом ни одного толкового мужчины! Пробовала разрулить ситуацию сама, но даже не смогла найти запаску. Обзвонила все техпомощи, но ни одна не могла приехать раньше чем через два-три часа. Зато узнала, что запаска... под машиной. Претерпев немислимые трудности и страдания, она все-таки достала свою избавительницу, но справиться с заменой колеса так и

не смогла. Время поджимало. Ее ждала очередная запись. Пришлось бросить любимца и искать ближайшее метро. А теперь она уже полгода ездит на такси. Ее красавца увели, едва она скрылась за поворотом.

Но что машина? Несколько гастрольных поездок, и можно там же купить точно такого же.

У Влада Т. всегда были и любимая машина, и красавицы. Фанатки обожали его. В любом городе всегда находилась девушка, готовая скрасить кумиру минуты отдыха. Но той, единственной, все так и не было. И вот однажды, столкнувшись случайно в студии звукозаписи, Влад и Ольга поняли, что они созданы друг для друга. Все отныне смешалось и завертелось с такой скоростью, что дни мелькали как одна секунда. Друзья уже готовились к небывалому торжеству, а посвященные называли день, час и место свадьбы. Уже были заказаны билеты на самый лучший курорт, подобран самый лучший отель. И вдруг... все рухнуло в одночасье. Любимая оказалась с другим, а Влад так и не может вразумительно ответить, что же произошло между ними?

И небожители порой оказываются на земле. И здесь им приходится во много раз хуже, труднее, невыносимее, чем другим. Потому что от земных проблем они уже отвыкли, думали, что уж к ним-то это точно не относится. Не зря говорят: чем выше воспарил, тем большее падать.

Метод **“лейтмотивного рассказа”** строится на нескольких историях, одна из которых главная (лейтмотивная), а вспомогательные истории пересекаются с главной по любому принципу, но чаще всего в ключевых точках. Схема материала: заголовок, вступление, затрагивающее сразу все включаемые истории, аспект первой, основной истории, связка, включивание аспекта второй истории, связка, продолжение основной истории (аспект-связка), включивание третьей истории (аспект-связка), завершение основной истории и материала (заключение). Такой рассказ подобен сложной конструкции, панзаткнутой на осевую линию, которая, будучи даже весьма громоздкой, тем не менее, оставляет ощущение цельности.

Сериял

Каждый сериял для актера как иная жизнь, иная реальность. И поскольку на работе проводишь большую часть суток, в какое-то время совершенно перестаешь понимать, где жизнь твоего героя, где работа, а где твоя подлинная судьба.

Наш герой Андрей в жизни вовсе не производит впечатление супермужчины. Он рассеян, вяловат, любит мешковатые костюмы, и без своих специальных ботинок оказывается сантиметров на десять ниже, чем его экранный герой.

В родном театре ему много лет доставались роли второго плана, и, как правило, во втором составе. И такая жизнь Андрея вовсе не смущала, потому

что больше всего он любит свою дачу, квартиру, огород и рыбалку.

Конечно, есть такие актеры и актрисы, которые и в жизни живут как на сцене, обдумывая каждую реплику, позу, антураж события. Актриса Л., знакомая Андрея, тоже долгое время довольствовалась ролями третьего плана, но однажды была приглашена в кино, на роль некой иностранной певицы в ресторане. Сцена предполагалась не более двух минут. Л. предложила сыграть не кого-нибудь а звезду мировой эстрады. Режиссеру идея показалась забавной, хотя неизвестно было, как звезда попала в это ресторан. Но тем не менее Л. загримировали и под фонограмму она "исполнила" всемирный шлягер. В театр Л. вернулась королевой, и с тех пор даже ее вторые роли были как будто главные. Она стала господствовать в эпизодах. И на удивление к ней стали относиться как к одной из ведущих актрис.

После первой части серий, несмотря на обрушившуюся славу, Андрей еще продолжал оставаться самим собой, хотя и купил новую квартиру и более престижный автомобиль.

Конечно, порой и техника вдруг меняет человека. Певец Н., голосом которого "пел" Андрей в своем сериале, долгое время был изнеженной и беспомощной особой. Но как-то на съемках клипа должен был одеть кобуху, кожаные штаны, шлем и выехать на байке. Мотоцикл решили арендовать у знаменитого байкера, в "кобуху" которого стояло более десятка стальных жеребцов. Парень настолько вошел в роль, что купил этот байк и стал брать уроки у его прежнего владельца. В первый же месяц Н. сломал ногу, но, вернувшись из больницы, с еще большим упорством продолжил тренировки. Сейчас он уже вошел в семью байкеров и, чуть что не по нем, кидается на своих музыкантов, агентов и продюсеров как леопард.

После выхода второго цикла серий Андрей реконструировал дачу, кося под отдельные рублевские проекты. Некоторые нововведения были аляповаты, напыщенны и нефункциональны, чем и раздражали домашних. Ведь в декорациях жить нельзя.

Никита М., папарник героя Андрея, снимаясь в одном из своих первых фильмов, решил подзаработать по-максимуму. По сценарию его автомобиль должен был врезаться в бензовоз, а М. выпрыгивал из кабины с горящими руками и ногами. От каскадера Никита отказался. Продюсер, видимо, тоже решил обойтись собственными силами. Но, видимо, помощники несколько переборщили с воспламеняющимся раствором. Костюм вспыхнул слишком сильно. Народ, вместо того, чтобы немедленно потушить огонь, начал фотографировать несчастного на мобильники.

Когда вышел третий цикл сериала с участием Андрея, он и впрямь почувствовал себя большим человеком, стал ходить по ресторанам, дерзить и гнуть пальцы веером. Однажды в ресторанном туалете он схлестнулся с

каким-то мужиком. Да, видимо, забыл про киношные ботники, которые стал таскать и в обычной жизни. Незнакомец в минуту отметил его весьма знатно. Теперь кинозвезда уже который месяц в одиночестве вновь ловит рыбу на дачной плотине и зализывает боевые раны.

Да в кино человек тоже попадает порой в различные ситуации. Но кино это ведь как сказка, можно и воскреснуть, и в одиночку победить целую армию. А жизнь все-таки устроена по-другому. Хотя и она порой бывает покруче сериала.

Метод **“перекрестного рассказа”** построен на историях, линии которых пересекаются либо в кульминационной точке, либо ранее, либо в конце. Пересечение историй должно быть естественным и органичным, основанным на самой их структуре – на уровне героев, которые могут естественным образом пересечься, на уровне места или времени действия.

Ни одна история, будучи пересеченной с другими, не может на этом завершиться, она должна дойти до логичного собственного завершения (как вариант – завершиться вместе с другой историей в месте их пересечения). Схема материала: заголовок, общее вступление, аспект первой истории, связка, аспект второй истории, связка, общий аспект, связка, общее заключение.

Поцелуй смерти

Все влюбленные, даже бывшие, стремятся только к жизни, новой и прекрасной. Однако судьба порой преподносит совсем другое.

Алексей и Катя уже три месяца не могли жить друг без друга. Алексей был известным адвокатом, а Катя приходилась подругой подзащитной. Оказалось, что Алексей запомнил девушку, и когда потом через несколько месяцев они случайно встретились, больше не захотел с ней расставаться. Катя не верила своему счастью. Быстро ответила взаимностью. Сначала Алексей подыскал подходящую квартиру, а Катя создала в ней уют. Потом адвокат оставил прежнюю семью и готовился создать новую. До свадьбы оставалась неделя. Влюбленные возвращались из театра, чтобы побыстрее остаться вдвоем.

Юрий III. был военным. Женился, когда уже был майором, на девушке из курортного городка. После окончания Юрием академии жена настояла, чтобы они остались в Москве. Долго не могли получить квартиру. А жене уже нужна была дача в престижном подмосковном районе. Чтобы совершить покупку, Юрию понадобилось не только влезть в долги, но и в несколько сомнительных историй. При смене командующего и очередной кампании за чистоту рядов Юрия, который стал уже полковником, решили сделать крайним. Предложили или уходить в отставку, или ехать в дальний гарнизон, по новой прокладывая путь к генеральской звезде. Жена переезжать отказалась. А Юрий понимал, что на пенсии ему не осилить содержание

жены, дома и дачи. Они решили развестись. Разговор состоялся на даче. Они летели в город, чтобы на следующий день уладить все формальности. С привычным когда-то чемоданом Юрий готовился уехать в отдаленный сибирский гарнизон.

"Лексус" адвоката поцеловался с джипом полковника на улице Миклухо-Маклая, недалеко от поворота на Ленинградское шоссе. Столкновение было страшным. Обе пары оказались не пристегнутыми и погибли в один и тот же миг.

Сильные эмоции порой притупляют внимание к мелочам, вроде пристегивания ремня безопасности на пустующем шоссе. А правила для того и пишутся, чтобы им следовать и богатым и не очень, влиятельным персонам и рядовым гражданам, успешным и находящимся на грани стресса. Дорога, как и жизнь, полна неожиданностей.

Метод "кольцевой истории" зиждется на основной истории, в которую вплетаются другие истории в качестве лирических отступлений, то есть не пересекаясь с основной, а как бы обтекаемые ею. Сила подобного приема заключается в том, что благодаря обтекаемым (вставным) историям, никак не связанным с главной, основная история в своем конце приобретает совершенно другое звучание, так как если бы она была проиграна на уровне гипотез во всех своих вариантах как шахматная партия. Схема материала: заголовок, общее для всех историй вступление, начало основной истории (аспект, связка), первое лирическое отступление (аспект вставной истории, связка), продолжение основной истории (аспект, связка), второе лирическое отступление (аспект, связка), продолжение основной истории (аспект, связка), третье лирическое отступление (аспект, связка), завершение основной истории (аспект, связка), общее заключение.

Ты у меня одна... такая

Известие об измене мужа поразило Рансу как гром. В душе все вспыхнуло, захотелось немедленно забрать дочь и уехать к родителям.

Ранса и Алексей познакомились в городском саду на танцах. Ничего особенного в курсеante военного училища не было. Ну, высок, статен. Но красавцем не назовешь, да и танцевал так себе. А Ранса занималась балетными танцами уже три года в студии при центральном ДК, успела поучаствовать в областных соревнованиях пар, ей прочили хорошее будущее. Да и в пединституте доучиваться надо было целый год. Так что предложение Алексея, выйти за него замуж и уехать по месту назначения, последовавшее через два месяца после первой встречи, было встречено без восторгов. Но Алексей сказал, что если сразу не дадут квартиру, ждать ее придется несколько лет, да и семейных посылают в города покрупнее и должности дают посолднее, как людям уже остепенившимся. Ранса колебалась несколько недель. А потом они все-таки расписались, и потянулась

гарнизонная жизнь. Танцы, конечно, пришлось оставить. Институт закапчивала заочно. Далеко не в каждом новом месте службы можно было найти работу. Но подрастала дочь Аня. Вот ей да дому и отдала свои лучшие годы. В девятые мужа, как и тысячи других офицеров из армии уволили по сокращению. Хорошо, что жили уже тогда в областном центре. Алексей возглавил финансовый отдел молодой фирмы, совладельцем которой потом стал. С тех пор и начались у него планерки до полуночи, деловые поездки по выходным.

"Зависанию" мужа на работе Ранса не препятствовала. Сама по горло была занята школьными делами, работая завучем. Да еще дача. У дочери переходный возраст. И все же.

...Галина и Анатолий познакомились на свадьбе. Он был свидетелем со стороны жениха, она - невесты. В круговороте празднования разглядывать друг друга было некогда, но в объятиях друг друга оказались в тот же вечер. Начали встречаться. Анатолий оказался обходительным, заботливым, умел увлеченно рассказывать о своей конструкторской работе. Дело близилось к свадьбе. И вдруг Галина встретила его с другой. В тот же вечер высказала все, что накипело. Анатолий оправдывался, говорил что это ошибочный глоток последних дней "вольной" жизни. Клялся, что после свадьбы он ни-ни. Галина осталась непреклонной. Сейчас до сих пор живет одна, отдавая привязанность четырем персидским кошкам...

Ранса подумала и решила пока не уезжать. Дочке доучиваться надо. В дачу вложено слишком много труда. Просто испачкала воротник белой рубашки Алексея гигиенической помадой дочери и устроила разборку. Муж все свалил на корпоративную вечеринку и истеричку бухгалтершу. Почти год держался нормально. А потом, видимо, опять пошел на сторону.

...Когда Лев, подающий надежды музыкант, привел Лидию, молодую сотрудницу музея, где он аккомпанировал дородной певице на вечере в честь юбилея местного поэта, в большой загородный дом, Лидия сначала опешила. Разве бывают у нас такие дома для одной семьи? Но отец Льва был крупным городским руководителем, и, видимо, мог себе это позволить. Главенствовала же в семье его супруга. Симпатно сына она встретила хорошо, тут же объявила всем, что давно пора. Но после свадьбы поставила Лидию в жесткие рамки, снабдив целым перечнем того, что позволительно делать в ее доме, а что категорически запрещено. А вот Льву позволялось все. И даже когда он появлялся в шумной компании и на глазах у всех ухаживал за кем-то, мама Льва снисходительно говорила: "Но у него же творческая профессия. Влюбленность и флирт для него просто необходимы!". А Лидии надо было ухаживать за двумя появившимися к тому времени детьми, выгуливать двух собак, готовить, мыть, чистить и т.д. Так, в бесконечном услужении то дому, то детям, то собачкам и грядкам и прошла вся жизнь...

Как-то на летних каникулах Ранса возила детей из своего класса на экскурсию в Санкт-Петербург. Познакомилась там с интеллигентным учителем истории из школы, где они останавливались. Вернувшись домой и обнаружив явные доказательства очередного романа Алексея, объявила ему, что уезжает к новому знакомому. У мужа случился второй инфаркт (первый был во времена дефолта).

Болезнь, как колокольчик "оттуда", явно отрезвила Алексея. После того, как Ранса выходила его, с работы бывший ловелас стал возвращается как часы. Превратился в домоседа и книжника. В выходные они с Рансой подолгу гуляют по скверам и парку, а вечером непременно выбирают в театр. Алексей любит рассказывать дочери-студентке университета о важности крепкой семьи, о том, как он всегда любил единственную женщину - свою ненаглядную супругу Раечку. Мать и дочь в эти мгновения переглядываются и стараются скрыть улыбки.

Формула любви многозначна, любой даже незначительный нюанс делает итог уникальным. И потому здесь нет универсальных советов. Счастье зависит от консенсуса (общего согласия), но любая из сторон обладает правом вето (отрицания), которое не пересилит ни один суд.

В завершение работы над материалом в стиле истории рекомендуется проверить, есть ли ответ на вопрос "что произошло?", присутствует ли во введении краткое обобщение истории, чтобы читатель сразу понял, о чем пойдет речь; есть ли ответ на вопросы "как произошло событие?", в каком контексте, на каком фоне произошла история и при каких обстоятельствах?; все ли основные аспекты истории присутствуют во введении? если нет, то следует их вставить в порядке убывания значимости. Следует проверить, не осталось ли оборванных или висящих сюжетных линий, при необходимости закончить то, что начато, дать необходимые дополнительные подробности; еще раз просмотреть финальную фразу, абзац или предложение, так как это наиболее важные части структуры текста, которыми не следует пренебрегать.

Статьи-тенденции (пьюс-фиче)

Под статьей-тенденцией в англоязычной прессе понимается текст, в котором автор исследует какую-либо тенденцию жизни общества в целом или социальной группы, общины, профессиональной среды и т.д.

Текст также как и в "историях" имеет дискретную структуру.

Для статьи-тенденции берутся два-три рассказа, иллюстрирующих одну и ту же характерную тенденцию общественной жизни, которые объединяются общим заголовком, лидом (вступлением), связками и заключением. Для связок и заключения привлекаются статистические данные, мнения экспертов, разъяснения специалистов, сравнения с положением дел в других сегментах общественной жизни или таким же

сегментом в другой стране, области, районе.

Два-три рассказа пужны для показа явления с разных срезов, сторон, позиций.

Например, для материала об иностранных работниках на рынке труда в России, которые заняты в основном в сфере обслуживания, строительстве и торговле пужно, по крайней мере, три рассказа о гастарбайтерах из сферы обслуживания, строительства, торговли, во-вторых, желательно поговорить с руководителями (мастерами, начальниками участков) предприятий, нанимающих иностранных работников, узнать мнения простых граждан, сталкивающихся с гастарбайтерами, и, наконец, поговорить с чиновниками, которые дадут общую картину использования иностранной рабочей силы, приведут конкретные цифры.

Ньюс-фиче состоит из ввода в тему, отвечающего на вопросы (Что? Ну и что?), основной части (разработки темы), т.е. двух-трех других аналогичных историй, деталей, бэкграунда (ответов на вопросы Почему это происходит? Что по этому поводу можно сделать?) и концовки статьи (кликера) зачастую в виде неожиданного поворота темы, заставляющего читателя задуматься.

Начинается материал всегда со сцены или ситуации (истории), затем следует обобщение (иногда 2-3 абзаца), затем новая история, пример из жизни, потом вновь обобщения (заранее установленные факты, выдержки из законов, статистические данные, комментарии экспертов), потом еще история, вновь обобщения. В предпоследнем абзаце идет возвращение к первой истории. Завершается материал комментарием, мнением, выводом, зачастую содержащим новое понимание проблемы или пути ее решения.

Пример статьи-тенденции (ньюс-фиче):

Шухрат-дворник

(1. история-иллюстрация темы) На эту тихую стоящую в стороне от основных дорог автозаправку многие приезжают только из-за него, когда надо протереть или помыть машину. Вообще-то Шухрат здесь числится дворником. Но когда территория доведена до идеального состояния, начальство не возражает, если расторопный работник придет на выручку автовладельцам. Шухрат здесь работает который год без выходных по 12-14 часов. Когда требуется его помощь, он вырастает будто из-под земли. Всегда в аккуратной синей спецовке с чистой ветошью и ведром свежей воды. За труд берется не оговаривая оплаты. Дадите сто рублей - спасибо, возьмет без упрека и пятьдесят и даже пару десятков. Его дворничья зарплата - шесть тысяч.

(2. Обобщение, ввод в тему, объясняющий ее важность) Считается, что в настоящее время в России работают более 10 миллионов гастарбайтеров. Каждый двадцатый из них оседает в Московской области. Специалисты

утверждают, что в строительстве трудится 40 процентов мигрантов, примерно такое же количество - в ЖКХ и сфере услуг, еще 20 процентов - в торговле.

(Деталь) Иностранцы работают и в Шаховском районе. По данным миграционной службы с начала года у нас зарегистрировано 1330 мигрантов из ближнего зарубежья. Предположительно, что примерно такое же количество проживающих в районе иностранцев не имеет регистрации. В основном это жители Украины, Таджикистана, Армении, Азербайджана, Узбекистана, Молдавии.

(Продолжение истории) Шухрат - нелегал. Он живет на окраине поселка в частном секторе у одинокой старушки в деревянном доме без удобств. За угол платит символически. Но отработывает за постои натурой, зимой расчищая двор и тротуар от снега, летом окапывая траву. Помогает в подносе и заготовке дров, носит воду, выносит помой и мусор, по дороге с работы на обед может захватить хлеб и молоко. Почти все заработанное он отправляет на родину семье, в которой пятеро младших братьев и сестер школьников. Живет одной работой, в дом никого не водит и сам ни с кем не общается.

(Комментарий эксперта) Его работодатель Александр говорит:

- Я ничего не имею против гастарбайтеров. Ни один россиянин не станет столько и так работать без выходных. Получив первую зарплату, наши с вами земляки уходят в запой и больше на объект не возвращаются. А мигранты трудятся добросовестно, их не увидишь пьяными. Они покладисты и исполнительны, их труд не приходится перепроверять.

(Еще одна история, иллюстрация, пример) Худаберды с товарищами работает на строительстве пятиэтажного дома повышенной комфортности. Летом их заработок доходит до 12 тысяч рублей, зимой получают 8-10 тысяч. Почти все имеют регистрацию в "резинном" доме в отдаленной деревне. Живут на стройке в вагончиках. Половину зарплаты получают по ведомости, другую половину - как премию. Никаких страховок нет. Питаются тут же на стройке из расчета по 60 рублей в сутки на человека. Территорию объекта стараются не покидать даже в выходной.

(Мнение эксперта) Владимир, прораб, отзываясь о них так:

- Я считаю, что иностранцев должно быть столько, сколько на данный период времени требуется рабочих рук, но не больше. Пусть они приезжают, выполняют определенный объем работы, получают за это деньги и уезжают обратно на родину. Мы им пожелаем счастливого пути. Иностранцы нам нужны, только как рабочая сила.

(Комментарий эксперта) Валентина Петровна, жительница поселка:

- Иностранцы со стройки нас, местных жителей, не беспокоят. Работают себе и ладно. Больше достают соотечественники с Кавказа. Покупают

квартиры в разных домах, но держатся всегда вместе. Разговаривают громко и только по своему. Дети, как цыганята табором бегают. Замечание сделаешь, огрызнутся на своем наречии и глазами сверкают. Хорошо, что книжалоу пока нет.

(Еще история) Бахаду появляется в нашем поселке на шиомарке. Здесь он курирует две овощные палатки и арбузно-овощной развал, оформленные на людей, о которых в округе никто не слыхал. Говорят, что под ним овощная торговля и в соседних районах. Конкуентов прижимает как с помощью своей охраны, так и местной милиции. Утверждает, что печется о здоровье шаховчан и не допускает недобросовестную торговлю некачественными продуктами. Поскольку выдвигает он таких же как сам гастарбайтеров, никто в это не вмешивается. Главное, чтобы был порядок и цены дешевле, чем в супермаркетах, хотя бы на часть продукции. Официальными продавщицами в его торговых точках оформлены местные жительницы, у которых есть даже медицинские книжки. Но рядом с продавщицей, а часто и вместо нее всегда крутятся два-три помощника - земляки Бахаду, которые вроде как грузчики или вовсе прохожие, зашедшие проведать товарища и решившие помочь, чтобы не скапливалась очередь.

(Мнение эксперта) Алексей Павлович, коммерсант:

- Среди мигрантов тоже существуют свои кланы, "бан" и "работяги". Так называемые "бан", на мой взгляд, являются актуальной экономической проблемой для нашего общества, поскольку стремятся монополизировать отдельные сегменты рынка, производство некоторых видов товаров и услуг. Пока они держатся своей силой, то не видны. Но ведь аппетиты растут. Чтобы по бросовой цене для расширения дела приобрести соседнюю палатку порой опускаются и до полукриминального, а то и вовсе бандитского жесткого захвата. Еще хуже, если начинают приторговывать парковой.

(Деталь, статистика) По расчетам специалистов службы занятости в районе из 14 тысяч человек трудоспособного населения в экономике и социуме задействовано 8600 граждан. Зарегистрированных безработных - 600. Чем занимаются почти пять тысяч земляков остается только догадываться. Летом за счет иностранцев рынок рабочей силы увеличивается еще на 2,5 тысячи человек. Для большинства "гостей" наш район всего лишь место регистрации и трамплин для броска в Москву или ближнее Подмосковье.

(Деталь, позиция властей) Но все же контроль за официально незанятыми или занятыми в других регионах должен быть усилен. На заседании областной межведомственной комиссии по вопросам привлечения и использования иностранных работников под руководством заместителя председателя правительства Московской области Сергея Кошмана прозвучало, что из 116 тысяч человек иностранных рабочих по

изначально полученной квоте работодатели в этом году сделали заявки только на 76 тысяч человек. В связи с уменьшением спроса на иностранных рабочих их реальное количество на местах также должно быть приведено в соответствие местным потребностям, а нелегалы должны покинуть нашу страну, чтобы не стать подпиткой теневой экономики, которую формирует нелегальный (а то и криминальный) бизнес.

(Возвращение к первой истории) Несмотря на экономический кризис, рост безработицы, которая в нашем районе дошла до пяти процентов, снижения доходов населения, дела у Шухрата идут по-прежнему хорошо. Недавно он вызвал к себе племянницу Зухру. Она живет в том же доме, что и Шухрат, взяв у престарелой хозяйки в аренду огород, хозпостройки и 10 соток картофельного поля. Зухра решила восстановить подсобное хозяйство и торговать на местном рынке зеленью, чесноком, куриными яйцами и крольчатникой. Престарелым шаховчанкам самим огороды уже не осилить. Поэтому в лучшем случае их засаживают многолетними цветами, в худшем - стеной стоят сорняки.

(Концовка с поворотом темы и мнением эксперта (кикер) По информации начальника отдела трудоустройства службы занятости Н.А. Кауровой местные безработные примеру Зухры следовать не хотят. 49 процентов из них вообще отвергают вакансии с зарплатой меньше 10 тыс. рублей и 100 процентов письменно отказались от участия в программе по развитию подсобного хозяйства или выращиванию бычков и свиной по договорам-контрактам с сельхоз- или мясоперерабатывающим предприятиями. Китайцы и вьетнамцы о таких предложениях могут только мечтать, но когда-нибудь они заполнят и эту нишу.

В. Алешова

Отдельные элементы Британской модели в подаче материалов газета Шаховского района Московской области использовала в конце восьмидесятых годов прошлого века. За образец брались английские газеты, которые можно было купить в Москве. Нововведения применялись в комсомольско-молодежном выпуске, который на протяжении нескольких лет был лучшим в Московской области. Один заголовок материала был "официальным", привычным для нашей основной аудитории (его набирали не только крупно, но и жирным шрифтом), а второй заголовок этого же материала (который подавался более мелко светлым шрифтом) делался в молодежном ключе, более эмоциональным, парадоксальным, неожиданным. Здесь как раз мы и столкнулись с первой трудностью. При общем вступлении, объединяющем оба заголовка, главный заголовок, помещаемый выше, уходил в левую сторону, второй заголовок - в правую. Итого текст должен был разверстаным минимум на три колонки из шести. Для того, чтобы разместить заголовок на две колонки (4,5 квадрата) одной строкой,

слова должны быть очень короткими, в противном случае заголовок занимал две строчки. В английском языке длинные слова сокращаются до коротких (компьютер - комп, леди Диана - леди Ди, Горбачев - Горби и т.д.). У нас такая практика не принята. Подчас заголовочно-лидовая конструкция получалась весьма громоздкой. Она используется ныне желтыми газетами, где на полосе АЗ - один-два материала. А если их шесть? Заголовочно-лидовая часть, занимающая больше места, чем последующий основной текст, лишь ныне является приемлемой. В советские времена это казалось песуразицей, тем более, что и так газету прочитывали от корки до корки. Нынешние желтые и полужелтые газеты главным дек заголовка делают общим названием полосы, первый дек - крупным общим заголовком для нескольких материалов подборки, вторыми-третьими деками идут заголовки отдельных материалов в зависимости от их значимости.

В качественной газете такой стиль оформления материалов может быть использован лишь для специфических страниц.

Глава 20

Жанры и время

Процесс взаимопроникновения журналистских культур (жапровой системы и британской модели) можно отразить тремя этапами. На первом из них (конец гобачевской перестройки, ельцинский период, когда появилась и расцвела система желтой прессы) обнаружилось, что калькированные с запада модели желтых и полужелтых газет делать при помощи жапровой модели нельзя. Начались активные попытки опрочить жапровую систему, объявить ее отсталой, непригодной или, на худой конец, британизировать, то есть в устоявшиеся формы ввести новые элементы, которые не хотели туда вводиться, поскольку жанр, как устойчивая форма отражения действительности, потому и является устойчивой, что обладает способностью самовосстанавливаться, исходя из заложенных в нем задачи (функции), предмета и метода. Второй период (2000-2008 годы) связан с появлением достаточного количества переводной литературы по британскому стилю и освоением его желтыми и полужелтыми газетами, потому что этот стиль наиболее приспособлен для газет событийных, сюжетных, развлекательных, газет происшествий и скандалов. Третий период (с 2008 года по н.в.) связан с осознанием претендующими на известное качество гибридных, массовых газет того, что британская модель не в состоянии в привычной нам манере отразить некоторые стороны действительности. Начался процесс жапровизации британской модели, то есть введения в практику наряду с исконо британскими методами создания текстов, отдельных жапровых форм жапровой системы как в чистом виде, так и приращения их отдельных элементов к британским текстовым

конструкциям. Подобные искусственные конструкции, конечно, могут существовать в рамках отдельных изданий, но вряд ли получат широкое распространение, так как жизненным и самовосстанавливающимися являются только оригинальные конструкции, которые породила сама жизнь, то есть жанровая система в одном случае и британская модель в другом.

Подвержены ли изменениям во времени жанры качественной журналистики?

В силу необходимости автору приходилось изучать каждый материал сборника «Европа» (Москва, издание товарищества Кушнерова и компании, 1902 год), где представлены весьма качественные путевые очерки журналистов конца XIX и начала XX в.в., некоторые из них в сокращенном виде печатались в альманахе «Провинциальные хлопоты». Автору довелось самым внимательным образом изучать каждый материал номеров «Известий Московской губернской земской управы» за 1912, 1913, 1914, 1915 годы, где представлены и статьи, и корреспонденции, и очерки, и рецензии, и отчеты, и письма отечественных журналистов, земских деятелей и крестьян начала XX веков (некоторые из материалов в сокращенном виде печатались в альманахе «Провинциальные хлопоты»).

Работая над книгой о жизни шаховских селян, автор внимательнейшим образом изучил материалы всех 156 номеров районной газеты за 1961, 1967, 1971, 1976, 1981, 1989 годы, все материалы номеров районной газеты за 1996 год, 2001, 2006, 2007, 2008 годы.

Со всей ответственностью можно сказать, что очерк, начиная с 1902 года, сохранял все свои характерные черты и в районной газете шестидесятых, семидесятых, восьмидесятых годов, сохраняет их по настоящее время. За сто с лишним лет он не стал походить ни на статью, ни на корреспонденцию, ни на отчет.

Аналитическая корреспонденция 1912-1914 годов сохранила все свои главные черты и в районной газете шестидесятых, семидесятых, восьмидесятых годов. Не изменилась она и в наше время, хотя встречается редко.

То же самое можно сказать и о статье, о письме, о рецензии, других основных жанрах. За сто с лишним лет интервью никогда не превращалось в хроника, корреспонденция - в очерк, письмо, репортаж и т.д. В качественной журналистике самими собой они останутся и в XXII веке.

Выкристаллившись однажды в особую журналистскую газетную форму отражения действительности, наилучшим образом соответствуя ожиданиям и потребностям аудитории, возможностям журналиста, специфике газеты как вида периодического издания, предмету, цели, методу жанры заняли свое место в жанровой палитре.

В мире спорта мы видим неизменные во времени однажды

сложившиеся дисциплины, например, легкоатлетический бег на 100 метров. Меняются покрытия стадиона, обувь спортсменов, одежда, приборы измерения результата, но стометровка остается таковою, не превращаясь в 60 метров, 80 или в два забега по 50 метров.

Постоянны во времени и газетные жанры, именно поэтому их и называют устойчивыми формами отражения действительности.

В нынешней практике можно встретить случаи когда журналисты желтых и полужелтых газет, а вслед за ними и отдельные исследователи журналистики, например, заметкой называют текст подготовленный в стиле перевернутой пирамиды или песочных часов только потому что это название приглянулось журналистскому сообществу. И, конечно, если сравнивать собственно заметку из жанровой системы и т. н. "заметку" из полужелтой газеты можно найти в них соответствующие отличия. Но корректно ли говорить на этом основании об изменении жанра во времени? Конечно, нет, поскольку речь идет о самостоятельных формах двух принципиально разных систем, существующих независимо друг от друга и объединенных лишь привычным для большинства пишущих названием. Развиваются ли жанры в своих видах (подвидах), то есть внутри самих себя? Да. Примером тому появившиеся в годы перестройки в районных газетах такие новые формы интервью, как «круглые столы», «прямые линии», и популярные в наши дни уличные опросы.

Влияет ли время на востребованность тех или иных форм (видов, подвигов) жанров? Да. В советские времена самым востребованным жанром была заметка. Ныне в газетах преимущественно используется другой подвид жанра – информация. В советское время чрезвычайно популярна была аналитическая корреспонденция и ее разновидность – рейд. Сейчас чаще встречается корреспонденция описательная, информационная, информативная, а рейды используются очень редко (например, рейды с участием работников правоохранительных органов и работников образования по неблагополучным семьям или подвалам жилых домов, где собираются подростки). В советские времена отчеты чаще всего писали с совещаний, конференций, собраний. Теперь отчеты очень часто посвящают спортивным мероприятиям, событиям культурной жизни. В советские времена газета «Правда» ежедневно в каждом номере помещала передовую статью. Беря с нее пример, районные газеты конца «брежневского» периода передовые статьи печатали чуть ли не еженедельно. Ныне передовые статьи помещаются лишь в особых случаях: ко Дню освобождения района от немецко-фашистских захватчиков, к Празднику труда, ко Дню города.

Однако вне зависимости от времени интервью остается интервью, корреспонденция – корреспонденцией, отчет – отчетом, статья – статьей.

Журналистское расследование как метод работы журналистов

англоязычных газет в особый жанр жапровой системы (за который можно даже получить премию Союза журналистов), возвели идеологи желтой прессы с распространением ее в России в конце перестройки и начале рыночных реформ. Идею желтых газет, как «самый яркий плод» свободной прессы, взяли с запада, оттуда же заимствовали и термин «инвестигейтер», что перевели как «сотрудник, занимающийся журналистскими расследованиями», хотя на западе это слово чаще всего употребляют в значении «разгребатель грязи». Чтобы обелить этих бедняг-разгребателей и одновременно укоренить их на российской почве, к первым русским «инвестигейтерам» причислили, конечно, А.С. Пушкина. Ведь издавал он свой журнал? Издавал. Значит, журналист. В архивах изучал материалы пугачевского бунта, сочинение написал? Вот!

Чем же отличается «журналистское расследование» как жанр, допустим, от корреспонденции, статьи, рецензии, судебного очерка? Оказывается тем, что под журналистским расследованием понимается всестороннее исследование любого вопроса (то есть расследование для англоязычного журналиста единственный универсальный прием на все случаи жизни!), «при этом автор расследования не ограничивается постановкой проблемы и ее самостоятельным исследованием, но, как правило, предлагает варианты ответов на возникшие вопросы, выводы, причем не обязательно открытым текстом. К правильному заключению могут подтолкнуть изложенные в тексте факты».

В качественной журналистике аналитические жанры называют так потому, что они как раз и призваны исследовать, изучать, анализировать явления жизни, делать выводы, давать ответы, указания к действию. Все эти элементы содержат и корреспонденция, и статья, и письмо, и рецензия, другие аналитические жанры, а, кроме того, отдельные виды жапров информационных и художественно-публицистических, например, авторский отчет, судебный очерк, фельетон. Так, в одном из советских пособий по журналистике читаем: «Передовая статья должна содержать не разговоры, не рассуждения, а анализ, указания и директивы», «Автор корреспонденции обязан по существу разобраться в порученном ему деле, осветить все стороны вопроса объективно, вскрыть реальные причины отставания, наметить пути устранения недостатков, указать выход из создавшегося положения», «Рецензия требует от автора оригинальности завязки, динамического развития действия, четких выводов – все это придает рецензии впечатляющую силу».

«Инвестигейтеры», - поясняют знатоки желтой прессы, - у себя на родине проводят исследования в комфортных условиях на грант от какого-либо фонда, в России при подготовке серьезного материала одновременно надо «гнать строчки», чтобы элементарно зарабатывать на жизнь. На западе

большинство расследований касаются вещей весьма прозаических, в России – тем коррупции, криминала, интимных отношений известных людей, звезд шоу-бизнеса, их личной жизни, нездорового интереса к смерти. Инвестигаторы на западе – больше исследователи, чем расследователи, у нас – наоборот».

Популярность у читателей расследований желтой прессы можно объяснить и нехваткой здоровой пищи для ума – злободневных, аналитических материалов на темы местной жизни. Между тем, для подмосковных журналистов многие из актуальнейших тем прямым текстом подсказаны в докладе губернатора Московской области Б.В. Громова «Итоги работы правительства Московской области за 2006 год, задачи на 2007 год и на среднесрочную перспективу до 2010 года». Например, борьба с «серыми» схемами выплаты заработной платы, с наполнением рынков контрафактной продукцией сомнительного качества, борьба за повышение эффективности и качества труда муниципальных служащих, активизацию инновационных процессов, доступное по ценам жилье, качественное образование и медуслуги, повышение конкурентоспособности предприятий, их экспортной ориентации, повышение благоустройства населенных пунктов, рост услуг в сфере бытослуживания, гостиничном и санаторно-курортном бизнесе, совершенствование адресной соцпомощи нуждающимся, повышение потребительской культуры населения и т.д.

Сотрудники желтой прессы как зенитцы ока охраняют друг от друга найденные ими или придуманные темы, в некоторых желтых газетах существуют специальные группы сотрудников, придумывающих липовые сенсации. Журналистам муниципальных газет ни от кого прятать темы не надо. Незачем и выдумывать нечто эдакое, потому что реальная жизнь ежедневно предлагает десятки интереснейших и важных для общества тем. Достаточно, например, с карандашом проштудировать доклад главы района об итогах (или прогнозах) социально-экономического развития муниципального района, и обозначенных там тем хватит с избытком на весь год. Почти каждый абзац такого доклада может подарить превосходнейшую тему для материала или даже для целой серии публикаций. А ведь любую из данных тем можно рассмотреть не только на уровне района, но и на уровне отдельного производства или трудового коллектива, отдельного руководителя, специалиста, рядового работника. И этой конкретной работы хватит и штатным корреспондентам, и внештатным авторам, и на 24-полосный еженедельник, и на 32, и на 40 полос. Давайте сравним «журналистское расследование» работника бульварной прессы (БП) и исследовательскую корреспонденцию (рейд) сотрудника качественной муниципальной газеты (МГ).

Цель деятельности: развлечение читателя (БП), способствование

социально-экономическому развитию района (МГ);

Характер публикации: сенсационный (БП), деловой (МГ);

Задача: разоблачение (БП), выявление проблемы (МГ);

Роль журналиста: герой-одиночка (БП), человек команды (МГ);

Форма сбора материалов: скрытая (БП), официальная (МГ);

Положение журналиста: под чужим именем, порой под фальшивым удостоверением часто несуществующих служб (БП), всегда под своим именем и удостоверением сотрудника газеты (МГ);

Действия журналиста: по личной инициативе и произволу (БП), коллективное, в рейдовой бригаде со старшим в группе официальным лицом, как правило, из администрации района или правоохранительных органов (МГ);

Назначение материала: вызвать ажиотаж, поднять шум (БП), способствовать принятию решения депутатской комиссией, администрацией района для исправления положения дел (МГ);

Отражение действительности: искаженное, с использованием фальсифицированных или неподдающихся проверке данных, впечатлений выдуманных свидетелей (БП), объективное, согласованное с другими участниками рейда (МГ);

Методы работы: неразборчивые, порой полукриминальные (БП), законопослушные, согласующиеся с этикой журналиста, Законом о средствах массовой информации (МГ).

Глава 21

Планирование работы

На бытовом уровне каждая хозяйка сталкивается с планированием домашней работы на каждом шагу. Во время уборки квартиры, например, сначала вытирают пыль, а потом моют пол, сначала купают детей, потом стирают белье. Планирование помогает нам упорядочить работу так, чтобы оптимизировать действия, не делать одно и то же дважды, не создавать себе дополнительных проблем. Но если в быту мы делаем привычные дела в автоматическом порядке, то есть на бессознательном уровне, не отдавая себе дополнительных команд («Сначала вытереть пыль, затем вымыть полы!»), не утруждая себя мотивировкой действий, потому что именно такой порядок мы усвоили от матери и потом повторяем сами уже много лет, то на производстве, сколько бы мы месяцев, лет, десятилетий или даже полвека ни проработали в одном и том же районе, в одной и той же газете, над планированием нужно думать.

Несмотря на то, что времена года повторяются, повторяются циклы сельскохозяйственных работ, не бывает двух одинаковых рабочих дней, недель, месяцев. Каждый год и квартал имеют свои особенности, задачи, цели, обстоятельства, возможности и т.д. Планирование в работе журналиста

играет жизненноважную роль. Оно напрямую связано с успехами в работе и творчестве, сохранением здоровья, временем, которое можно посвятить семье или личным делам. Потому что, если человек с выполнением своих производственных обязанностей постоянно не укладывается в рабочее время, то он и дома находится в состоянии стресса, плохом настроении, усталости, не успевает за время отдыха восстановить свои физические и нравственные силы, его организм истощается, приходят болезни, первые срывы, инфаркты с инсультами. Человек, успешно планирующий свою работу, успевает выполнить все взятые на себя обязательства, приходит домой с чувством удовлетворения, с готовностью включиться в насущные семейные дела, во время просмотра телепередач отдыхает, а не думает о производстве, успевает восстановить всю энергию, чтобы на следующий день с хорошим настроением и энтузиазмом приступить за работу.

Благодаря четкому планированию, выверенности своих действий, умению работать эффективно, то есть, не допуская неоправданных потерь рабочего времени, опытный журналист, как правило, пятидневную программу успевает выполнять за четыре дня, а то и меньше. Имея резерв в восемь рабочих часов, он без ущерба для своих дел в течение недели может выполнять дополнительные поручения редактора, ответственного секретаря (например, отдежурить по номеру, подготовить обзор газеты к летучке), встретиться со специалистом для беседы не для текущего материала, а для прояснения каких-то вопросов на перспективу, посетить важное мероприятие, побывать в рейде или на выездном заседании районной комиссии, наконец, может просто подольше поработать над заинтересовавшим его материалом или посмотреть, о чем пишут коллеги из соседних районов или центральных изданий. Умение работать эффективно, за один и тот же час успевать сделать в два раза больше, чем менее опытный или не заботящийся о своем творческом потенциале коллега, рождается от внимания к деталям, продуманности своих действий, способности сконцентрироваться на главном, доведения до автоматизма выполнения отдельных операций и т.п. Для того, чтобы четко спланировать свою работу, человеку надо знать, что и для чего он делает. Пчела, строя соты, не задумывается над смыслом выполняемых действий и их закономерностью. Пчела руководствуется инстинктом. Человеку для того, чтобы построить дом, надо сначала представить его воочию снаружи и внутри, продумать все детали. Газета, как правило, также имеет свою содержательную концепцию, которая, с одной стороны, определяется требованиями учредителя, с другой – интересами читателя, с третьей – возможностями журналистов.

Содержательная концепция газеты на практике выражается в планах работы на год, полугодие, квартал, на неделю, номер. В еженедельной газете недельный план совпадает с планом номера. В информационном агентстве

Шаховского района Московской области, выпускающем районный двадцатичетырехстраничный еженедельник «Шаховские вести», недельные планы заменены сводными индивидуальными редакционными заданиями, которые, как правило, основаны на предварительно собранных творческих планах журналистов, но могут и значительно корректировать их. Сводные информационные задания имеют вид таблицы с четырьмя колошками в первой из которых стоят номера заданий (обычно их пять), во второй обозначены подготавливаемая полоса, тема из сетевого графика, адрес, жанр, в третьей - планируемое время сдачи материала в секретариат (дата, часы, минуты), в четвертой - фактическое время получения материала секретариатом. За выполнение каждого информационного задания, будь то подготовка целевой полосы, отдельной информации, работа с информационной базой или внештатным автором, сотрудник несет дисциплинарную ответственность.

Введение информационных заданий позволяет не привязывать жестко недельные планы сотрудников к плану готовящегося к печати номера, то есть журналист часть материалов (как правило, оперативного характера) готовит на текущий номер, часть - на следующий. План номера - это самостоятельный документ для секретариата (ответсекретаря, верстальщиков, корректора), агента по рекламе, сотрудника, контролирующего выход официальных материалов муниципальных образований, публикуемых на основе договоров, в котором расписано тематическое содержание всех 24 полос. В отдельных редакциях, порой, общегазетный план представляет собой механическое объединение планов отдельных сотрудников, которые при выборе тем руководствуются собственными желаниями или представлениями о пользе или запросах читателя. Подобная практика свидетельствует о том, что либо учредитель не определил конкретных задач, стоящих перед редакцией, либо редакция не учитывает интересы учредителя с одной стороны и мнения, запросы читателей с другой стороны. Любой план - это всегда компромисс интересов, потому что интересы учредителя связаны с вовлечением редакции в процесс управления развитием региона, работы с общественностью, интерес читателей связан с полезной, любопытной и досуговой информацией, интересы журналиста продиктованы их склонностями, способностями, умениями и возможностями.

Нарушение этого баланса приводит к тому, что учредитель теряет интерес к своему изданию, так как не видит от него пользы, редакция становится для него обузой. Тираж падает или не растет из-за того, что газета неинтересна для читателя, сотрудники идут на работу как на барщину, если не имеют вдохновляющей цели деятельности. Наоборот, тщательно взвешенный по интересам сторон план всегда интересен для журналиста и с

производственной, и с творческой точки зрения.

Планирование в редакции строится либо по отраслевому принципу (сферам деятельности), либо по территориальному. Территориальное планирование применяется тогда, когда сотрудники закрепляются за одним или несколькими территориальными поселениями, и тогда журналист пишет на все темы местной жизни. При отраслевом планировании сотрудник закрепляется за конкретными отраслями экономики, секторами соцсферы, сторонами общественной жизни. Например, специализируется на темах по освещению деятельности сельскохозяйственных организаций, предприятий промышленности, транспорта, жилищно-коммунального хозяйства, связи, торговли, бытослуживания и т.д. В информационном агентстве Шаховского района Московской области сотрудники закреплены как за отдельными сферами социально-экономической жизни района так и за освещением соответствующих федеральных, областных, районных, поселенческих программ, а также приоритетных проектов. Например, один сотрудник ведет темы агропромышленного комплекса, жилищно-коммунального хозяйства и реализации соответствующих программ, другой - промышленности, строительства, предпринимательства и относящихся к ним программ. При осуществлении спецпроектов (освещение празднования на местах Дня Победы) сотрудники закрепляются за территориями поселений.

Исходя из участков работы, за сотрудником, как правило, закрепляются объекты сбора информации, то есть конкретные предприятия, учреждения, организации. За освещение деятельности и жизни этих коллективов журналист несет персональную ответственность. С учетом этой работы ему выплачивается премия. Исходя из обозначенных в трудовом договоре и должностных инструкциях тем, за сотрудником закрепляются те или иные полосы и рубрики. За своевременную сдачу в секретариат материалов для целевых полос и материалов под соответствующими рубриками журналист несет дисциплинарную ответственность. За выполнение этой работы он получает зарплату.

Для облегчения работы журналиста создаются сетевые графики и ежемесячные планы сдачи полос. Сетевой график представляет таблицу в первом столбце которой отмечается порядковый номер, а во втором - объекты информации (то есть конкретные предприятия, организации), относящиеся к данной тематике. Каждый последующий столбец посвящен определенной теме или рубрике. В клетке пересечения темы (вертикаль) и наименования предприятия (горизонталь) сотрудник отмечает номер газеты в которой вышел данный материал. Таким образом у журналиста и ответсекретаря (главного редактора) перед глазами всегда четкая картина освещения реализации данного направления программы и работы

конкретного производственного коллектива. Там, где подобная система отсутствует, бывают случаи, когда о предприятии, расположенном даже в районцентре, журналисты не вспоминают годами, теряя своих читателей и подписчиков. Месячный план полос разбит по номерам и кроме полос, задуманных для данного номера, указываются приходящиеся на данный период государственные и профессиональные праздники, знаменательные даты, важные события и мероприятия и прочее. Используя данный план редактор готовит план номера, а сотрудники - предлагают личные планы для получения информационных заданий на неделю.

Что такое тема? В переводе с греческого – это то, что положено в основу, то есть направленность содержания. Тема – это продукт описания, изображения, исследования, разговора. Это объект отражения, круг жизненных явлений, совокупность частей, основное содержание, рассуждение, основной мотив. Тематика есть совокупность тем, есть комплекс социально-политических аспектов большой проблемы или направления. Тематика – это темы одного общего направления в их взаимосвязи и единстве. Например, проблемы экономики, проблемы агропромышленного комплекса, проблемы соцсферы, проблемы деятельности общественных организаций. Тематических направлений закрепленной тематики в плане бывает достаточно, если они обеспечивают полный и всесторонний охват общественной жизни, дают ее достоверное отражение со страниц газеты.

Если газета за год осветила жизнь только пятой части основных промышленных или сельскохозяйственных предприятий района, хотя бы из тех, что регулярно отчитываются перед органами госстатистики, а о деятельности 80 процентов предприятий даже не обмолвилась крохотной заметкой, значит, газета совершенно недостаточно работает по данному направлению. Тематический план редакции – это комплекс тем, охватывающий явление в целом, а не случайный набор тем, который предпочитают освещать журналисты, исходя из своего любопытства.

Тематические направления не надо выдумывать, поскольку они являются отражениями сторон деятельности трудящихся. Например, из Послания Президента РФ Д.А.Медведева Федеральному Собранию 2009 года можно выделить следующие темы, актуальные для работы экономического отдела редакции:

- повышение производительности труда,
- реализация высокотехнологичных проектов,
- финансовое оздоровление предприятий,
- создание доступа россиянам к недорогим качественным отечественным товарам,
- модернизация и техническое обновление производственной сферы,

- развитие рынка идей, изобретений, открытий, способности общества находить и опираться на талантливых и критически мыслящих людей,
- переориентация экономики на реальные человеческие потребности,
- пять стратегических направлений технологической модернизации и т.д.

Производственный план журналиста отличается от плана работы соответствующего отдела администрации района тем, что направления работы хозяйственников берутся за основу, но освещает эту деятельность журналист своими специфическими формами и методами работы, своими способами и приемами. Здесь как раз и начинается журналистское творчество. Его задача не только осветить конкретную работу людей, но и сделать это интересным для читателя. Великий писатель Михаил Михайлович Пришвин (1873-1954), решив написать о кустарях-бабмачниках Талдомского района Московской области, чтобы утвердить себя на избранной теме, даже взял от руководства Госплана социальный заказ на создание соответствующего произведения. Взявшись за дело, писатель консультируется с виднейшими экономистами, этнографами, участвует в работе научно-практической конференции, непосредственно изучает жизнь и деятельность кустарей-бабмачников, переходя из одного дома кустика в другой и делая необходимые записи в блокноте.

«Путь исследования журналиста в моем опыте, - писал М.М. Пришвин, - сопровождается все время, с одной стороны, расширением кругозора до того, что в дело пускается все пережитое, прочитанное, продуманное, а с другой – поле зрения сужается исключительным вниманием, со страстью сосредоточенным на каком-нибудь незначительном явлении. И от этого почему-то чужая жизнь открывается почти как своя. И вот только это достигнуто, что твое личное как бы растворяется в чужом, то можно с уверенностью приступить к писанию, - написанное будет для всех интересно совершенно независимо от темы, Шекспир это или бабмачник». Решив написать о торфе, М.М. Пришвин сначала изучал проблему как ученый агроном с научной точки зрения, потом изучал представление о торфе крестьян, знакомился с их бытом, записывал сказки и легенды, обычаи, в третьей фазе подошел к торфу как страстный охотник. «После всех опытов, - писал М.М. Пришвин, - я почувствовал в торфе родную матерно и, когда понравилось, написал о нем повесть за одну неделю. И почти всякий читатель теперь скажет, что о торфе написано у меня не хуже, чем я писал о любви. Нужно и о торфе, и многих других нужных людям вещах писать как о любви. Всякий поэт в душе может сделать то же, если пропитательно и остро его внимание к жизни. Писать, как учил Грибоедов: «Пишу, как живу, и живу, как пишу».

И еще одно высказывание М.М. Пришвина, которое можно отнести к

соучастию журналиста в работе по социально-экономическому развитию района: «Вчера до конца понял себя в патриотическом творчестве, - писал М.М. Пришвин. - Моя жизнь - как ощущение русской души. Прогресс не может быть без «я», если я участвую, если от меня исходит, если я от себя что-то добавил в общую деятельность - это прогресс. Настоящее искусство как мина должно взрывать обстановку первичных положений, создавать условия для утверждения новых отношений, позволяющих работать более производительно».

Итак, журналист написал план основных направлений деятельности, который полностью охватывает главные направления реальных забот трудовых коллективов, соответствует разделам нацпроектов или программ социально-экономического развития. Теперь следует каждое направление или группу направлений отразить в журналистской рубрике, под которой и будут появляться в газете материалы, посвященные данным направлениям.

Рубрика - это раздел, подразделение, графа, подзаголовок тематического направления. Выражая тему, рубрика нередко выступает в роли лозунга. Рубрика - это элемент газетной навигации (путеводителя по страницам), она помогает читателю узнать содержание материала, его тему или адрес. Рубрика может быть не только буквенная, но и включать рисунок, иллюстрацию. Например, рубрики, посвященные 65-летию Победы в Великой Отечественной войне, газеты иллюстрируют орденом Великой Отечественной войны I степени или орденом Победы.

Итак, мы заносим в наш план, например, рубрику «Продовольственная безопасность России: производство молока» и тут же в скобках поясняем для себя, редактора, ответственного секретаря ее составляющие (материалы о повышении продуктивности скота, снижении себестоимости продукции животноводства, улучшении зооветобслуживания и содержания животных, повышении породности скота, сдаче скота высокими весовыми кондициями, а молока - высокой сортностью, нужной охлажденности, без посторонних примесей и запахов, улучшении работы с молодняком КРС, организация сбалансированного кормления и работы животноводов в стойловый период, обеспечении механизации производственных процессов на фермах, внедрении новой техники и технологий, обеспечении ферм квалифицированными кадрами, повышении их классности и профессионализма, внедрении прогрессивных систем оплаты труда, своевременной выдаче зарплаты, обеспечении комфортных условий труда работников, их отдыха, решения жилищной проблемы).

Вписав в план основные рубрики, затем определяют периодичность их появления в газете и, следовательно, количество материалов по данной тематике.

В зависимости от важности для развития экономики данной отрасли

или сферы деятельности одни рубрики появляются в газете-еженедельнике максимально часто (например, в период жатвы зерновых, когда одновременно идет и заготовка кормов, и подготовка почвы под озимый сев, и сам сев озимых, рубрика «На полях района» может появляться в каждом номере).

Рубрика «Продовольственная безопасность России: производство молока» в сельскохозяйственном районе молочной специализации может появляться в каждом втором номере еженедельника, то есть два раза в месяц. При этом в одном материале будут подводиться итоги работы животноводов за месяц, в другом читатель найдет рассказ о работе конкретной фермы, или лучшей доярки, или освещаться одна из тем по организации производства, например, замена устаревшего оборудования, строительство новых ферм, применение новых технологий.

Некоторые рубрики или полосы появляются раз в месяц, некоторые – раз в два месяца, некоторые раз в квартал. Темы, которые появляются в газете раз в год, раз в полугодие или три раза в год, уже считаются нерегулярными, случайными, и, как правило, не находят места в годовых, полугодовых и квартальных планах.

Составляя годовой план своей работы, журналист на первом этапе вносит в него все желаемые темы и необходимую для полноценного освещения данной деятельности периодичность. На втором этапе планирования журналист соотносит образовавшееся количество работы со своими возможностями. Например, если журналист готовит в номер еженедельника в среднем по 7 материалов (включая заметки), то за год, то есть 52 номера, он в состоянии подготовить 364 материала. Кроме того, научные исследования и практика газетной работы (газета Шаховского района в период перестройки совместно с учеными МГУ и упрполиграфиздатом Московской области несколько лет работала над темой «Организация работы редакции») подсказывают, что целесообразно планировать лишь 60 процентов журналистской работы, то есть ее основную, стержневую часть. Таким образом, журналист вносит в годовой план лишь 218 материалов или около 200. Практика работы показала, что некоторым сотрудникам удается планировать до 70 и даже до 80 процентов подготавливаемых за квартал материалов (за год подсчеты не велось), но это скорее исключение. Жизнь богата изменениями, и газете нужна определенная гибкость, чтобы иметь резерв для оперативного отклика на возникающие события.

Таким образом, в годовом плане журналист оставляет лишь около 200 (218) материалов и приводит в соответствии с этой цифрой периодичность выхода отдельных рубрик, полос, в том числе за счет их полного сокращения, то есть вывода из плана. Остальные 146 материалов (364 минус 218),

составят материалы, которые возможно придется делать по социальному заказу Минпечати области, руководства района или городского и сельских поселений, руководителей отделов, служб, подразделений администрации, общественных организаций, читательских писем и звонков, личной инициативы журналиста.

В газете сельскохозяйственного района годовой план позволяет охватить комплекс работ всего сельскохозяйственного года, предусмотреть отражение всех основных сельскохозяйственных, производственных, общественно-политических кампаний (например – выборы в местные Советы, подготовку к юбилею Победы или годовщине освобождения района от немецко-фашистских оккупантов и т.п.), отмечаемые в районе профессиональные и государственные праздники, дни воинской славы, ожидаемые главные события года (например, ввод в строй спортивно-оздоровительного центра, нового завода, газификацию ряда населенных пунктов) и т.д.

Годовой план содержит все основные рубрики газеты и перечень всех основных газетных тематических полос. Годовой план имеет три колонки (порядковый номер рубрики, тема и ее расшифровка, периодичность выхода), по каждому отделу содержит примерный подсчет количества заявленных материалов.

Полугодовой план отличается от годового плана тем, что он более детально проработан. Он содержит не только основные, как годового плана, но и второстепенные рубрики. В нем появляются анонсы особо важных для газеты или журналиста материалов, адреса на уровне сельского поселения, определяется географический баланс основных материалов. Ведь газета по возможности должна равномерно освещать жизнь всех уголков района, а не сосредотачиваться на одном райцентре. В полугодовом плане выстраивается и отраслевой баланс материалов, чтобы не получилось так, что об автотранспортниках, железнодорожниках или строителях вспомнили лишь раз в год, да и то по случаю профессиональных торжеств.

Полугодовой план имеет пять колонок (порядковый номер рубрики, название темы с соответствующей данному периоду года расшифровкой, географическую зону, презентуемую отрасль (сферу), периодичность появления рубрики, полосы).

Квартальный план еще более детален по сравнению с годовым и полугодовым планами.

Составляя квартальный план, нужно помнить, что это документ строгой отчетности и за его выполнение придется отвечать в дисциплинарном порядке. Как полугодовой план делается на основе плана годового, так квартальный план делается на основе плана полугодия. То есть из полугодового плана в квартальный переписываются все полосы, рубрики,

география, отрасль с их большей конкретизацией. Если в годовом плане обозначалась рубрика, а в скобках давалась ее полная расшифровка, то в плане полугодия дается рубрика с расшифровкой тем для данного периода. В квартальном плане под рубрикой стоит уже не пояснение, а список тем предполагаемых материалов. Появляется и новая колонка, где указывается предполагаемый исполнитель или ответственный за подготовку материала, полосы, рубрики.

Итак, квартальный план еще более детализирован как по предполагаемому содержанию материала (теме), так и по географии, отрасли, по сравнению с полугодовым, здесь указан конкретный исполнитель (ответственный) за подготовку данного пункта плана. При подведении итогов выполнения квартального плана заслушиваются заведующие отделами, в случае необходимости – корреспонденты. При отчете допускается замена заявленных в плане материалов на схожие по сложности при наличии объективных обстоятельств. Учитываются регулярность выхода полос и рубрик, соблюдение отраслевого и географического разнообразия.

Недельный план – документ еще более строгой отчетности. Рубрика здесь уже не расшифровывается, но появляются рабочий заголовок материала, жанр, точный адрес (название предприятия), тема материала в соответствии с сетевым графиком, ответственный за подготовку материала. Поскольку в еженедельнике еженедельный план совпадает с планом номера, то указывается предполагаемая полоса, день, час и минуты сдачи материала. День, час и минуты сдачи материалов должны соответствовать заведенному в редакции графику подготовки, макетирования, верстке, вычитке, подготовке в печать полос и их выводу на кальку или отправки полос в типографию в электронном виде.

За невыполнение недельного плана следуют оргвыводы. Из благих намерений и прекраснорудных побуждений газету не сделаешь. Подготовка газеты это не только творческая, но и производственная деятельность. Для особого контроля за сбалансированностью освещения тем по географии и отраслям (сферам) на основании квартального плана делаются еще сетевые графики.

Сетевой график не имеет детальных расшифровок. Наряду с сетевыми графиками подготовки материалов, находящихся у корреспондентов (заведующих отделами), есть и сетевые графики размещения полос для секретариата. Сетевой график выхода и размещения в еженедельнике полос и рубрик представляет собой таблицу, в первом вертикальном столбце которой перечислены все рубрики (полосы), в ячейках верхней строки указаны порядковые номера газеты за текущий квартал.

квартал. В ячейках таблицы отмечено, на какой полосе в данном номере размещена данная рубрика (полоса).

В сетевом графике, учитывающем отраслевую (или географическую) направленность, в первой колонке идет перечень предприятий-объектов информации, в ячейках первой строки последующих колонок – перечень основных тем или рубрик, в сетках таблицы указываются номера газет, в которых появился данный материал. Подобные сетевые графики делаются в двух экземплярах. Один график является рабочим и находится у заведующего отделом, другой – контрольным, который находится у ответственного секретаря. Еженедельные летучки, как правило, начинаются с отчета заведующих отделами об исполнении плана за неделю. Анализируются причины срыва запланированных материалов, правомерность замен одних материалов на другие, определяются узкие места (например, проблемы с транспортом) и т.д. Как правило, ответсекретарь ведет журнал летучек и в протокольном порядке делает в нем все необходимые записи, которые затем лягут в основу приказов или распоряжений главного редактора. Протокол летучки, выполненный ответсекретарем, помимо ответсекретаря подписывает дежурный обозревающий номера (номеров - при трехразовом или многоразовом выпуске газеты за неделю). Вторым вопросом на летучке обсуждаются планы на предстоящую неделю. Третьим вопросом идет обзор газеты за определенный период (тематический, географический, жанровый, стилистический и т.д.). Четвертым и последующими вопросами становятся обсуждение иных сторон творческой жизни газеты или информгентства. В конце квартала проходят отчеты по исполнению квартального плана и обсуждается план на следующий квартал. В предпоследние рабочие дни заканчивающегося квартала утвержденный план на следующий квартал для руководства к действию поступает сотрудникам.

Некоторые разработки к годовому плану

В еженедельнике «Шаховские вести», выходящем на 24 полосах, в годовом плане числится 60 целевых полос, 20 из которых выходят раз в месяц и чаще (на номер приходится по пять основных полос). Если к полосам, выходящим не реже раза в квартал, достаточно общей концепции, то к основным полосам есть тематические разработки. Вот некоторые из них.

К полосе "Экономика и мы" существуют следующие постоянные темы:

Освещение работ по строительству дорог, объектов капитального строительства, жилья, в том числе индивидуального. Обеспечение устойчивого экономического развития, снижение дотационности, ликвидация диспропорций в экономическом секторе района, повышение уровня оплаты труда, улучшение социальности трудящихся (качество

жизни - соцпакеты), охрана труда, развитие предпринимательства, увеличение валового регионального продукта, промышленного производства, платных услуг, объемов розничной торговли, включение новых предприятий в систему социального партнерства, уменьшение количества убыточных производств, сокращение задолженности предприятий бюджетам всех уровней, а также дебиторской задолженности, банкротство и ликвидация убыточных предприятий, ликвидация задолженностей по заработной плате, повышение уровня зарплаты в реальном секторе экономики, отказ от серых схем выплаты заработной платы, перестройка психологии руководителей с целью роста инновационной составляющей, стабилизация цен на товары и услуги.

Повышение конкурентоспособности предприятий (новизна технологий, соответствие продукции лучшим мировым стандартам, экспортная ориентация продукции);

- ликвидация разрыва между экспортом и импортом, Закон МО "О Московских областных грантах", стимулирующий предприятия к внедрению новых технологий и типов продукции, сертификации товаров и результатов научно-технической деятельности;

- перестройка психологии руководителей, не обеспечивающих рост инновационной составляющей в деятельности предприятий, повышение требований к результатам их труда;

- развитие инфраструктуры (в т.ч. развитие энергетической базы, мощность электрических сетей, газоснабжение, дорожное строительство);

- развитие телекоммуникационных сетей, внедрение новейших технологий;

- новые подходы к системе обеспечения предприятий сырьем, комплектующими материалами, реализации продукции, логистика;

- организация новых промышленных и строительных предприятий, предприятий сферы услуг, развитие высокотехнологичных производств, минимизация использования неквалифицированного ручного труда;

- обеспечение занятости местным жителям, кооперация новых предприятий с предприятиями района и области, положительная динамика обновления основных фондов, выпуск инновационной продукции, повышение конкурентоспособности продукции, реконструкция предприятий, соответствие выпускаемой продукции лучшим мировым стандартам, внедрение новой технологии, удобство размещения предприятий, их эстетический и санитарный вид;

- интенсификация производства (рациональное и эффективное использование сырья, электроэнергии, топлива и ГСМ, культура производства, внедрение достижений передовых приемов труда, достижений науки и техники, сокращение простоев, максимальная загруженность

оборудования, рациональное использование рабочего времени), снижение себестоимости изделий, формы материального и морального стимулирования, укрепление производственной дисциплины, оптимизация структуры и штата предприятия. Система контроля за качеством выпускаемой продукции, соблюдение требований стандартов. Совершенствование технологии производства, рационализаторская работа, рассказ о работе экономического отдела предприятия, службы сбыта продукции и др. подразделений.

- управление предприятием, стили управления, социально-психологические проблемы управления, повышение квалификации кадров. Наставничество. Взаимовыручка. Владение смежными профессиями;

- работа предприятий связи и транспорта (перечень и качество оказываемых услуг, доступность услуг для населения, развитие средств связи и энергетики. Загруженность транспортных средств, модернизация транспорта, соблюдение расписаний и выходов на маршруты, работа эксплуатационной и ремонтной служб, качество обслуживания пассажиров.

Зарисовки, очерки, интервью о людях труда

Грани рабочего характера: отношение к труду, личные интересы, культурные запросы, рост общеобразовательного и профессионального уровня, материальное положение, отношение к общему делу, участие в управлении производством, смена поколений, молодое пополнение, наставничество, ветераны. Личные качества человека: опыт, квалификация, способности; высокая сознательность, представление о целях и задачах как личных, так и трудового коллектива, способность поддержать ценную инициативу, чувство ответственности за успех коллектива, материальная заинтересованность, отношение к моральным и материальным поощрениям, бережное отношение к технике, экономия ресурсов, соблюдение техники безопасности, рационализаторство, смелость и упорство при отстаивании своих взглядов и убеждений, умение грамотно организовать свой труд, упорство в достижении целей, овладение смежными профессиями, повышение профессионального мастерства, талант общения, любознательность, товарищество, взаимовыручка, участие в общественной жизни, повышение культуры личности, дисциплинированность, ориентация на высокий конечный результат, авторитет фирмы, умение грамотно и рационально использовать рабочее время, обязательность, ответственность за качество продукции, увлечения, семья, участие в воспитании детей. Какие проблемы на производстве волнуют: экономические, технические, технико-эстетические, морально-этические, уникальность жизненного опыта и человеческой судьбы.

Грани руководителя: организаторская работа по выполнению поставленных задач, развитию производства, поиску новых партнеров,

рышков сбыта, руководство производственными процессами, воспитательная работа, выработка новых управленческих решений, организация контроля за принимаемыми решениями. Внедрение новых технологий. Культурный и профессиональный уровень руководителя, увлечения, отдых. Повышение квалификации. Взаимодействие с профсоюзами, ответственность за охрану труда. Работа с коллективным договором. Отношение к порученному делу. Умение довести инициативу до конца. Умение определить задачи коллектива. Навыки непринужденного общения с людьми. Талант руководителя. Личный пример. Доскональное знание профессии. Сотрудничество с местным объединением предпринимателей и местными властями. Участие в социальных проектах по развитию родного края. Отношение к ветеранам производства. Участие в программах трудоустройства молодежи, выпускников учебных заведений, инвалидов, женщин, имеющих малолетних детей. Обучение кадров, в том числе через участие в конкурсах профмастерства.

Глава 22

О чем полезно знать

Из закона «О коммерческой тайне»

Статья 5 Федерального закона «О коммерческой тайне» от 29.07.2004 года № 98-ФЗ «Сведения, которые не могут составлять коммерческую тайну»

Режим коммерческой тайны не может быть установлен лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность, в отношении следующих сведений:

1) содержащихся в учредительных документах юридического лица, документах, подтверждающих факт внесения записей о юридических лицах и об индивидуальных предпринимателях в соответствующие государственные реестры;

2) содержащихся в документах, дающих право на осуществление предпринимательской деятельности;

3) о составе имущества государственного или муниципального унитарного предприятия, государственного учреждения и об использовании ими средств соответствующих бюджетов;

4) о загрязнении окружающей среды, состоянии противопожарной безопасности, санитарно-эпидемиологической и радиационной обстановке, безопасности пищевых продуктов и других факторах, оказывающих негативное воздействие на обеспечение безопасного функционирования производственных объектов, безопасности каждого гражданина и безопасности населения в целом;

5) о численности, о составе работников, о системе оплаты труда, об условиях труда, в том числе об охране труда, о показателях

производственного травматизма и профессиональной заболеваемости, и о наличии свободных рабочих мест;

6) о задолженности работодателей по выплате заработной платы и по иным социальным выплатам;

7) о нарушениях законодательства Российской Федерации и фактах привлечения к ответственности за совершение этих нарушений;

8) об условиях конкурсов или аукционов по приватизации объектов государственной или муниципальной собственности;

9) о размере и структуре доходов некоммерческих организаций, о размерах и составе их имущества, об их расходах, о численности и об оплате труда их работников, об использовании безвозмездного труда граждан в деятельности некоммерческой организации;

10) о перечне лиц, имеющих право действовать без доверенности от имени юридического лица;

11) обязательность раскрытия которых или недопустимость ограничения доступа к которым установлена иными федеральными законами.

Статья 10. Охрана конфиденциальности информации

1. Меры по охране конфиденциальности информации, принимаемые ее обладателем, должны включать в себя:

- определение перечня информации, составляющей коммерческую тайну;

- нанесение на материальные носители (документы), содержащие информацию, составляющую коммерческую тайну, грифа «Коммерческая тайна» с указанием обладателя этой информации (для юридических лиц – полное наименование и место нахождения, для индивидуальных предпринимателей – фамилия, имя, отчество гражданина, являющегося индивидуальным предпринимателем, и место жительства).

2. Режим коммерческой тайны считается установленным после принятия обладателем информации, составляющей коммерческую тайну, мер, указанных в части 1 настоящей статьи.

Из закона «О средствах массовой информации»

Глава I. Статья 2. Основные понятия

Закон РФ «О средствах массовой информации» в ст. 2 определяет, что под массовой информацией понимаются предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы;

под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, радио-, теле-, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации;

под периодическим печатным изданием понимается газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное название, текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год;

под журналистом понимается лицо, занимающееся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для редакции зарегистрированного средства массовой информации, связанное с ней трудовыми или иными договорными отношениями, либо занимающееся такой деятельностью по ее уполномочию.

Глава V. Права и обязанности журналиста

Права журналиста

Согласно статье 47 журналист имеет право:

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

Журналист пользуется также иными правами, предоставленными ему

законодательством РФ о средствах массовой информации.

Аккредитация

Статья 48 Закона РФ «О средствах массовой информации» определяет порядок аккредитации. Она гласит:

Редакция имеет право подать заявку в государственный орган, организацию, учреждение, орган общественного объединения на аккредитацию при них своих журналистов (лат. аккредитивус – доверительный, термин из международного права. Аккредитирование – процедура назначения представителя государства при какой-либо международной организации).

Государственные органы, организации, учреждения, органы общественных объединений аккредитуют заявленных журналистов при условии соблюдения редакциями правил аккредитации, установленных этими органами, организациями, учреждениями. Аккредитовавшие журналистов органы, организации, учреждения обязаны предварительно извещать их о заседаниях, совещаниях и других мероприятиях, обеспечивать stenogramмами, протоколами и иными документами, создавать благоприятные условия для производства записи.

Аккредитованный журналист имеет право присутствовать на заседаниях, совещаниях и других мероприятиях, проводимых аккредитовавшими его органами, организациями, учреждениями, за исключением случаев, когда приняты решения о проведении закрытого мероприятия.

Журналист может быть лишен аккредитации, если им или редакцией нарушены установленные правила аккредитации либо распространены не соответствующие действительности сведения, порочащие честь и достоинство организации, аккредитовавшей журналиста, что подтверждено вступившим в законную силу решением суда.

Аккредитация собственных корреспондентов редакций средств массовой информации осуществляется в соответствии с требованием настоящей статьи.

Обязанности журналиста

Согласно статье 49 Закона РФ «О средствах массовой информации» журналист обязан:

- 1) соблюдать Устав редакции, с которой он состоит в трудовых отношениях;
- 2) проверять достоверность сообщаемой им информации;
- 3) удовлетворять просьбы лиц, предоставивших информацию, об указании на ее источник, а также об авторизации цитируемого высказывания, если оно оглашается впервые;
- 4) сохранять конфиденциальность информации и (или) ее источника;

5) получать согласие (за исключением случаев, когда это необходимо для защиты общественных интересов) на распространение в средствах массовой информации сведений о личной жизни гражданина от самого гражданина или его законных представителей;

6) при получении информации от граждан и должностных лиц ставить их в известность о проведении аудио- и видеозаписи, кино- и фотосъемки;

7) ставить в известность главного редактора о возможных исках и предъявлении иных предусмотренных законом требований в связи с распространением подготовленного им сообщения или материала;

8) отказаться от данного ему главным редактором или редакцией задания, если оно либо его выполнение связано с нарушением закона;

9) предъявлять при осуществлении профессиональной деятельности по первому требованию редакционное удостоверение или иной документ, удостоверяющий личность и полномочия журналиста.

Журналист несет также иные обязанности, установленные законодательством РФ о средствах массовой информации.

При осуществлении профессиональной деятельности журналист обязан уважать права, законные интересы, честь и достоинство граждан и организаций.

Государство гарантирует журналисту в связи с осуществлением им профессиональной деятельности защиту его чести, достоинства, здоровья, жизни и имущества как лицу, выполняющему общественный долг.

Глава IV. Отношения СМИ с гражданами и организациями

Глава IV Закона РФ «О средствах массовой информации» посвящена отношениям средств массовой информации с гражданами и организациями.

Статья 38 определяет право на получение информации. В ней сказано: «Граждане имеют право на оперативное получение через средства массовой информации достоверных сведений о деятельности государственных органов и организаций, общественных объединений, их должностных лиц. Государственные органы и организации, общественные объединения, их должностные лица предоставляют сведения о своей деятельности средствам массовой информации по запросам редакций, а также путем проведения пресс-конференций, рассылки справочных и статистических материалов и в иных формах».

Статья 39 определяет запрос информации и гласит: «Редакция имеет право запрашивать информацию о деятельности государственных органов и организаций, общественных объединений, их должностных лиц. Запрос информации возможен как в устной, так и в письменной форме. Запрашиваемую информацию обязаны предоставлять руководители указанных органов, организаций и объединений, их заместители, работники пресс-служб, либо другие уполномоченные лица в пределах их

компетенции».

Статья 40 посвящена отказу и отсрочке в предоставлении информации. В ней сказано: «Отказ в предоставлении запрашиваемой информации возможен, только если она содержит сведения составляющие государственную, коммерческую или иную специально охраняемую законом тайну. Уведомление об отказе вручается представителю редакции в трехдневный срок со дня получения письменного запроса информации. В уведомлении должно быть указаны:

1) причины, по которым запрашиваемая информация не может быть отделена от сведений, составляющих специально охраняемую законом тайну;

2) должностное лицо, отказывающее в предоставлении информации;

3) дата принятия решения об отказе. Отсрочка в предоставлении запрашиваемой информации допустима, если требуемые сведения не могут быть представлены в семидневный срок. Уведомление об отсрочке вручается представителю редакции в трехдневный срок со дня получения письменного запроса информации. В уведомлении должны быть указаны:

1) причины, по которым запрашиваемая информация не может быть предоставлена в семидневный срок;

2) дата, к которой будет представлена запрашиваемая информация;

3) должностное лицо, установившее отсрочку;

4) дата принятия решения об отсрочке».

Статья 41 посвящена конфиденциальной информации. В ней сказано: «Редакция не вправе разглашать в распространяемых сообщениях и материалах сведения, предоставленные гражданином с условием сохранения их в тайне. Редакция обязана сохранять в тайне источник информации и не вправе называть лицо, предоставившее сведения с условием неразглашения его имени, за исключением случая, когда соответствующее требование поступило от суда в связи с находящимся в его производстве делом».

Трудовой договор и должностная инструкция

До начала демократизации советского общества в 1986 году КЗоТ (Кодекс закона о труде - республиканский систематизированный законодательный акт, регулирующий трудовые отношения рабочих и служащих на территории союзной республики, в РСФСР принят 09.12.1971) на многих предприятиях и редакциях жил сам по себе, а трудовые коллективы с начальством сами по себе. Доказательством этому являются отдельные приказы, которые можно найти в архивах и записи в трудовых книжках, некоторых ветеранов. Когда мы в газете Шаховского района Московской области при поддержке факультета журналистики МГУ и упрполнграфиздата Московской области начали работать над темой

“Организация работы редакции” образцы хотя бы каких-нибудь должностных инструкций собирали почти со всей страны. В большинстве редакций их не было вообще, а там, где они были, состояли из двух-трех-пяти абзацев. Поэтому нам пришлось писать их по учебникам теории и практики печати, методичкам и справочникам журналиста. Зато качество документов оказалось таким, что и спустя почти два десятилетия они превосходили методический материал, рассылаемый тогда институтом печати, который представлял перечень квалификационных требований к работникам... издательств. Хотя к тому времени существовали уже и справочники-классификаторы по профессиям и специальностям и типовые инструкции и их образцы, утвержденные постановлением Минтруда РФ от 21 августа 1998 г. № 37, а также “Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих” (в редакции постановления Минтруда России от 21 января 2000 г. № 7”). При организации ГУ МО “Информационное агентство Шаховского района Московской области”, занимающегося выпуском районной газеты “Шаховские вести”, этот опыт был использован. Но следует сразу сказать, что требования к трудовому договору и должностным инструкциям меняются. Подчас редакции вносят или вышестоящие или контролирующие организации рекомендуют внести какие-то изменения. Поэтому то, что мы предлагаем вниманию читателя не есть ни образец, ни пример, ни рекомендуемая форма, ни даже действующие или действовавшие в информагентстве документы, но лишь то, что может встретиться в жизни, к чему возможно надо быть готовым, если вы собираетесь трудоустроиться в редакцию.

ТРУДОВОЙ ДОГОВОР №

г. от

Редакция газеты, именуемое в дальнейшем “Редакция”, в лице главного редактора, действующего на основании Устава Редакции, с одной стороны, и гражданин (ка), именуемая в дальнейшем “Работник”, с другой стороны, заключили настоящий договор о нижеследующем:

1. ПРЕДМЕТ ТРУДОВОГО ДОГОВОРА

1.1. Работник принимается в Редакцию для выполнения работы в отделе в должности корреспондента с окладом

1.2. Работнику устанавливается испытательный срок - три месяца. При неудовлетворительном результате испытания работодатель имеет право до истечения срока испытания расторгнуть трудовой договор с Работником, предупредив его об этом в письменной форме не позднее чем за три дня с указанием причин, послуживших основанием для признания этого Работника не выдержавшим испытание. Если Работник выдерживает

испытание и продолжает работу, настоящий трудовой договор считается заключенным.

1.3. Работа по настоящему договору является для Работника основной.

1.4. Работник обязан приступить к работе с года.

1.5. Настоящий трудовой договор вступает в силу с момента подписания его обеими сторонами, но не позднее дня, когда работник приступил к выполнению возложенных на него настоящим Договором обязанностей.

2. ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

2.1. Работник подчиняется непосредственно главному редактору Редакции, выполняет поручения заведующего отделом и ответственного секретаря.

2.2. Работник обязан:

2.2.1. Выполнять следующие должностные обязанности:

- Исполняет распоряжения и приказы главного редактора.

- Иные должностные обязанности, предусмотренные должностной инструкцией, а именно:

2.2.2. Добросовестно исполнять порученную ему работу; соблюдать правила внутреннего трудового распорядка редакции; соблюдать трудовую дисциплину; выполнять установленные нормы труда; соблюдать требования по охране труда и обеспечению безопасности труда, противопожарной безопасности, действиям в чрезвычайных ситуациях; бережно относиться к имуществу работодателя и других работников; а также к имуществу, закрепленному за зоной его ответственности.

2.2.3. Незамедлительно сообщать Работодателю, либо непосредственному руководителю о возникновении ситуации, представляющей угрозу жизни и здоровью людей, сохранности имущества работодателя; обеспечивать выполнение Конституции Российской Федерации и федеральных законов (в том числе Закона РФ "О средствах массовой информации", ФЗ "О рекламе", Закон РФ "Об авторском праве и смежных правах") в интересах граждан Российской Федерации; соблюдать Правила внутреннего трудового распорядка и порядок работы со служебной информацией, хранить редакционную и коммерческую тайну.

2.2.4. Составлять план своей работы на неделю, квартал, год, сетевой график, исходя из закрепленных тем, подтем и объектов информационного обеспечения, палитры газетных жанров, заявку на фотоиллюстрирование предполагаемых к изданию материалов и создание фототеки по закрепленной за ним тематике. Передавать планы, графики, заявки на утверждение главному редактору. Работать по утвержденным главным редактором планам, графикам, стараясь добиться их максимального выполнения. В случае невозможности подготовки материала, включенного в недельный план издания, стараться заменить его сходным или последующим

к исполнению по сетевому графику и перспективному плану.

2.2.5. Составлять и пополнять информационную базу по профильным объектам информации, своевременно обновлять общередакционную информационную базу по закрепленной тематике и объектам информации.

2.2.6. Сбирать информацию, готовить к публикации в изданиях, выпускаемых Редакцией, журналистские и другие материалы по закрепляемой за Работником тематике (перечню главных направлений деятельности и главных тематических направлений), подготавливать иные материалы по заданию главного редактора.

2.2.7. При этом ежемесячная норма подготавливаемых работником материалов составляет строк в переводе на стандартную газетную строку из ... знаков. В каждый из подготавливаемых номеров газеты Работник обязан сдать минимум ... материалов, из числа входящих в еженедельный производственный план (информзадание), утвержденный главным редактором. Соблюдать жанровое разнообразие подготавливаемых материалов.

2.2.8. Работник обязан готовить материалы внешних авторов, письма, официальные материалы, отчеты, выступления должностных лиц, посещать мероприятия, относящиеся к закрепленной тематике, в том числе проходящие в выходные и праздничные дни, а также за пределами нормированного рабочего дня.

2.2.8. Посещать находящиеся на территории района предприятия, организации и учреждения, деятельность которых связана с освещаемыми Работником темами и направлениями. Выезжать в служебные командировки.

2.2.9. Владеть смежными профессиями, навыками обслуживания редакционной техники, входящей в зону его ответственности.

2.2.10. Работник обязан принимать участие в сборе рекламы, распространении изданий Редакции, проведении альтернативной подписки.

2.2.11. Работник обязан способствовать созданию на работе благоприятного делового и морального климата, воздерживаться от действий, нарушающих творческую атмосферу в коллективе, мешающих иным работникам Редакции исполнять свои служебные обязанности.

2.2.12. Соблюдать установленные в Редакции Правила внутреннего трудового распорядка, добросовестно относиться к исполнению своих должностных обязанностей и должностной инструкции.

2.2.13. Беречь имущество Редакции, не разглашать информацию и сведения, являющиеся редакционной и коммерческой тайной.

2.2.14. Соблюдать требования по охране труда, технике безопасности и производственной санитарии.

2.3. Редакция обязуется:

2.3.1. Предоставить Работнику работу в соответствии с условиями настоящего трудового договора. Редакция вправе требовать от Работника выполнения обязанностей (работ), не обусловленных настоящим трудовым договором, только в случаях, предусмотренных законодательством о труде РФ.

2.3.2. Обеспечить безопасные условия работы в соответствии с требованиями Правил техники безопасности и законодательства о труде РФ.

2.3.3. Выплачивать премии, вознаграждения в порядке и на условиях, установленных в Редакции, оказывать материальную помощь с учетом оценки личного трудового участия Работника в работе Редакции в порядке, установленном Уставом Редакции и "Положением о выплатах надбавок и премий, материальной помощи, выплате за совмещение профессий и исполнении обязанностей временно отсутствующего работника и иных выплатах, предусмотренных законодательством Российской Федерации, осуществляемых в пределах экономии фонда оплаты труда работникам Редакции".

2.3.4. Осуществлять социальное страхование Работника от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний.

2.3.5. Ознакомить работника с требованиями охраны труда и Правилами внутреннего трудового распорядка.

2.3.6. При нарушении работодателем установленного срока выплаты заработной платы, оплаты отпуска, выплаты при увольнении, других выплат, причитающихся работнику, работодатель обязан выплатить их в соответствии с установками и рекомендациями региональной инспекции по труду и межотраслевым трехсторонним соглашением.

3. РЕЖИМ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ

3.1. Работнику устанавливается пятидневная рабочая неделя продолжительностью 40 (сорок) часов, с ненормированным рабочим днем в режиме гибкого рабочего времени, выходными днями являются суббота и воскресенье.

Работа Редакции в выходные и праздничные дни в режиме полного рабочего дня производится только по причине производственной необходимости с письменного согласия работника и компенсируется в порядке, установленном законодательством РФ, регулирующим трудовые отношения. Порядок компенсации определяется "Положением о выплатах надбавок и премий, материальной помощи, выплате за совмещение профессий и исполнении обязанностей временно отсутствующего работника и иных выплатах, предусмотренных законодательством Российской Федерации, осуществляемых в пределах экономии фонда оплаты труда работникам Редакции".

3.2. Труд Работника в должности, указанной в п. 1.1 договора,

осуществляется в нормальных условиях.

3.3. Работнику ежегодно предоставляется отпуск продолжительностью 28 календарных дней. Отпуск за первый год работы предоставляется по истечении шести месяцев непрерывной работы в Редакции.

В случаях, предусмотренных трудовым законодательством РФ, по просьбе Работника отпуск может быть предоставлен до истечения шести месяцев непрерывной работы в Редакции.

Отпуск за второй и последующие годы работы может предоставляться в любое время рабочего года в соответствии с очередностью предоставления ежегодных оплачиваемых отпусков, установленной в Редакции.

Извещение работника об убытии в очередной отпуск не позднее, чем за две недели до начала отпуска производится доведением под роспись до работника графика отпусков.

3.4. По семейным обстоятельствам и другим уважительным причинам Работнику, по его заявлению, может быть предоставлен кратковременный отпуск (до одного месяца) без сохранения заработной платы.

3.5. При работе за компьютером (набор и правка материала, просмотр снимков и т.п.) Работник обязан использовать индивидуальные технические перерывы протяженностью пять минут через каждый час работы на ПК и проводить самомассаж глаз и производственную гимнастику.

3.6. При длительной работе на ПК (более двух часов за сеанс) Работник обязан использовать общередакционные технические перерывы с 11.00 до 11.10 в первую половину дня и с 16.00 до 16.10 во вторую половину рабочего дня (после общередакционного часового перерыва на обед с 13.00 до 14.00).

3.7. Работник несет ответственность за ущерб, причиненный Работодателю его виновными действиями (бездействием), в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации о труде.

4. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

4.1. В случае неисполнения или ненадлежащего исполнения Работником своих обязанностей, указанных в настоящем договоре, нарушения трудового законодательства РФ, Правил внутреннего трудового распорядка Редакции, а также причинения Редакции материального ущерба, он несет дисциплинарную, материальную и иную ответственность согласно действующему законодательству РФ.

4.2. Редакция несет материальную и иную ответственность согласно действующему законодательству РФ. В случаях, предусмотренных в законе, Редакция обязана компенсировать Работнику моральный вред, причиненный неправомерными действиями Редакции.

4.3. Работодатель имеет право:

4.4. требовать от работника добросовестного выполнения работы, обусловленной настоящим договором; требовать от Работника соблюдения

правил внутреннего трудового распорядка и иных локальных нормативных актов, издаваемых Редакцией; поощрять Работника за добросовестный труд; привлекать Работника к дисциплинарной ответственности в случаях совершения им дисциплинарных проступков.

5. УСЛОВИЯ О РЕДАКЦИОННОЙ И КОММЕРЧЕСКОЙ ТАЙНЕ

5.1. Работник обязан:

- не разглашать без разрешения главного редактора (не передавать третьим лицам и не раскрывать публично) редакционную тайну Редакции, ставшую ему известной в связи с исполнением своих трудовых обязанностей, а также личную служебную и общую информационную базу редакции, в том числе ее отдельные фрагменты;

- сохранять информацию, составляющую коммерческую тайну тех организаций, с которыми Редакция имеет деловые отношения;

- выполнять относящиеся к работнику требования приказов, инструкций и положений по обеспечению сохранности редакционной тайны;

- не использовать информацию, составляющую редакционную тайну, для занятия другой деятельностью, которая может нанести ущерб Редакции;

- в случае попытки посторонних лиц получить от работника информацию, составляющую редакционную и коммерческую тайну Редакции, незамедлительно известить об этом соответствующее должностное лицо;

- незамедлительно сообщать соответствующему должностному лицу Редакции об утрате или недостатке носителей информации, составляющей редакционную и коммерческую тайну, удостоверения, пропусков, ключей от редакции, кабинета, сейфа и о других фактах, которые могут привести к разглашению редакционной и коммерческой тайны Редакции, а также о причинах и условиях возможной утечки информации, составляющей редакционную и коммерческую тайну;

- в случае увольнения все носители информации, составляющей редакционную и коммерческую тайну Редакции (документы, рукописи, дискеты, флэш-карты, распечатки, изделия и др.), которые находились в распоряжении работника в связи с исполнением им служебных обязанностей во время работы в Редакции, передать соответствующему должностному лицу Редакции.

К редакционной тайне относятся любые сведения о готовящихся к выходу материалах, стадии их готовности, дате выхода в свет, лицах, готовящих данные материалы, организациях, принимающих участие в подготовке материалов, должностных лицах организаций, принимающих участие в подготовке материалов, их служебных и домашних телефонов, адресов и т.д.

К редакционной тайне относятся тайны псевдонимов, источников

информации, сама информация, полученная от третьих лиц или передаваемая Редакции, или данному сотруднику как должностному лицу Редакции, и т.д.

6. ОСОБЫЕ УСЛОВИЯ

6.1. Ежемесячное премирование производится с целью материального стимулирования работников к достижению высоких результатов в работе за счет профессионального мастерства, ответственности и исполнительности, своевременного и добросовестного исполнения своих должностных обязанностей. Основными показателями премирования являются

- а) результаты работы сотрудника,
- б) успешное, добросовестное и ответственное исполнение работником своих должностных обязанностей и поручений редактора;
- в) инициатива и творческий подход к решению поставленных задач и др.

Конкретный размер премии работнику устанавливается на основе индивидуальной оценки качества его труда и личного вклада в выполнении задач, стоящих перед отдельным работником. Выплата материальной помощи к отпуску производится один раз в календарном году на основании личного заявления работника в размере, исходя из фактически отработанного времени. При определении суммы материальной помощи к отпуску в расчет принимается должностной оклад работника на день осуществления выплаты.

6.2. Условия настоящего трудового договора носят конфиденциальный характер и разглашению не подлежат.

6.3. Условия настоящего трудового договора имеют обязательную юридическую силу для сторон. Все изменения и дополнения к настоящему трудовому договору оформляются двусторонним письменным соглашением.

6.4. Споры между сторонами, возникающие при исполнении трудового договора, рассматриваются в порядке, установленном действующим законодательством РФ.

6.5. Во всем остальном, что не предусмотрено настоящим трудовым договором, стороны руководствуются законодательством РФ, регулирующим трудовые отношения.

6.6. Договор составлен в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу, один из которых хранится в Редакции, а другой - у Работника.

6.7. Срок действия договора: с по г.

7. Дополнительные соглашения сторон:

7.1. Работник принимается в качестве владеющего профессиональными навыками.

7.2. На период освоения закрепленной тематики в первый месяц работы месячная норма в строках работнику не фиксируется, во второй месяц

работы устанавливается в размере 50 процентов нормы, в третий месяц - 75 процентов нормы при равном с другими работниками праве на получение денежных вознаграждений, предусмотренных для данной категории работников локальными правовыми актами.

7.3. При большом количестве официальных и иных материалов норма Работника может засчитываться по материалам, сданным в секретариат в отчетный период.

7. АДРЕСА И РЕКВИЗИТЫ СТОРОН

Редакция: _____ Работник: _____

ПОДПИСИ СТОРОН

Главный Редактор _____ Работник: _____

Дата _____ Дата _____

С Правилами внутреннего трудового распорядка, "Положением о выплатах надбавок, премии по результатам работы, материальной помощи, выплатах за совмещение профессий и исполнение обязанностей временно отсутствующего работника и иных выплатах, предусмотренных законодательством Российской Федерации, осуществляемых в пределах экономии фонда оплаты труда работникам Редакции" ознакомлен

Дата, подпись работника

УТВЕРЖДЕНА
приказом главного редактора
редакции газеты
от №

ДОЛЖНОСТНАЯ ИНСТРУКЦИЯ № корреспондента

Данная должностная инструкция разработана и утверждена в соответствии с нормами Трудового кодекса РФ и иными нормативными актами, регулирующими трудовые правоотношения.

I. Общие положения

1.1. Корреспондент относится к категории специалистов.

1.2. На должность корреспондента назначается лицо, имеющее высшее профессиональное или высшее специальное образование, без предъявления требований к стажу работы, или среднее специальное образование, способности к журналистской деятельности и сотрудничавшее со средствами массовой информации в качестве общественного корреспондента или по договору.

1.3. Назначение на должность корреспондента и освобождение от нее производится приказом главного редактора Редакции.

1.4. Корреспондент осуществляет свою деятельность на основании законов и иных нормативных правовых актов Российской Федерации, субъекта Федерации, Устава и трудового договора.

1.5. Корреспондент подотчетен в своей деятельности заведующему отделом, ответственному секретарю, главному редактору.

II. Классификационные требования

2.0. Корреспондент должен знать:

2.2. Основы редакционно-издательской работы.

2.3. Порядок разработки графиков и планов редакционных и производственных процессов изданий.

2.4. Грамматику и стилистику русского языка. Авторское право.

2.5. Порядок подготовки рукописей к сдаче в производство. Методы редактирования журналистских и официальных материалов, писем граждан, информационных и нормативных материалов, редакционной обработки цифр, формул, символов, иллюстраций, составления справочного аппарата издания. Отечественные и зарубежные достижения науки и техники по освещаемой тематике.

2.6. Основы экономики, организации труда и трудового законодательства.

2.7. Правила и нормы охраны труда.

2.8. Корреспондент подчиняется заведующему отделом и главному редактору, а в порядке координации работ, выполнения утвержденных главным редактором планов - ответственному секретарю Редакции. Корреспондент выполняет постоянные и временные поручения главного редактора Редакции в рамках своей производственной деятельности и уставной деятельности Редакции в целом. На время отсутствия корреспондента (болезнь, отпуск, пр.) его обязанности исполняет лицо, назначенное в установленном порядке. Данное лицо приобретает соответствующие права и несет ответственность за качественное и своевременное исполнение возложенных на него обязанностей.

III. Должностные обязанности

3.1. Корреспондент обязан:

соблюдать Устав Редакции;

своевременно, в требуемом объеме и в установленные сроки, обеспечивать редакцию проверенной и достоверной информацией;

выезжать на места для освещения событий, готовить собственные публикации в различных газетных жанрах;

редактировать авторские материалы, вести постоянный поиск новых тем;

работать с письмами населения, готовить по ним ответы, проводить журналистские исследования по профильной тематике;

постоянно пополнять личную и общередакционную информационную базу по закрепленным объектам информации, готовить справки и другие служебные документы, вести тематическое досье, составлять подборки, рубрики, готовить их для печати, выпускать в соответствии с утвержденным графиком;

обобщать материалы внештатных корреспондентов, оказывать им творческую помощь;

принимать участие в формировании редакционной политики, разработке перспективных и текущих планов редакции;

уметь работать на компьютере, пользоваться электронной почтой, Интернетом, иметь навыки фотографирования, ксерокопирования и скачивания;

перепроверять достоверность сообщаемой им информации; удовлетворять просьбы лиц, предоставивших информацию, об указании на ее источник, а также об авторизации цитируемого высказывания, если оно оглашается впервые; сохранять конфиденциальность информации и (или) ее источника; получать согласие (за исключением случаев, когда это необходимо для защиты общественных интересов) на распространение в средствах массовой информации сведений о личной жизни гражданина от самого гражданина или его законных представителей; при получении информации от граждан и должностных лиц ставить их в известность о проведении аудио- и видеозаписи и фотосъемки; ставить в известность главного редактора о возможных исках и предъявлении иных предусмотренных законом требований в связи с распространением подготовленного им сообщения или материала; отказаться от данного ему главным редактором или редакцией задания, если оно либо его выполнение связано с нарушением закона; предъявлять при осуществлении профессиональной деятельности по первому требованию редакционное удостоверение или иной документ, удостоверяющий личность и полномочия журналиста.

3.2. Корреспондент несет также иные обязанности, установленные законодательством Российской Федерации о средствах массовой информации, в том числе по сохранению редакционной и коммерческой тайн.

3.3. При осуществлении профессиональной деятельности корреспондент обязан уважать права, законные интересы, честь и достоинство граждан и организаций. Государство гарантирует корреспонденту, как журналисту в связи с осуществлением им профессиональной деятельности защиту его чести, достоинства, здоровья, жизни и имущества как лицу, выполняющему общественный долг.

3.4. Не допускается использование установленных Законом о печати

прав журналиста в целях сокрытия или фальсификации общественно значимых сведений, распространения слухов под видом достоверных сообщений, сбора информации в пользу постороннего лица или организации, не являющейся средством массовой информации.

3.5. Запрещается использовать право журналиста на распространение информации с целью опорочить гражданина или отдельные категории граждан исключительно по признакам пола, возраста, расовой или национальной принадлежности, языка, отношения к религии, профессии, места жительства и работы, а также в связи с их политическими убеждениями.

3.6. Корреспондент обязан обеспечивать общество достаточным объемом информации прежде всего о районе, на территории которого распространяется газета, доступной и понятной массовому потребителю, всем социальным категориям и слоям населения, исходя из сбалансированности журналистских материалов по тематике и жанрам; освещать события экономической, политической, духовной и культурной жизни района и области в рамках своего участия в утвержденных главным редактором редакционных планов, графиков и профильной тематики.

3.7. Участвовать в подготовке, производстве и выпуске периодического печатного издания - газеты и распространении ее продукции; производстве и выпуске других средств массовой информации Редакции, издании и распространении их продукции.

3.8. Способствовать увеличению количества рекламы и качества информационно-рекламных услуг.

3.9. Корреспондент проверяет по первоисточникам правильность написания приводимых цитат и цифровых данных, употребления и написания имен, отчеств, фамилий, должностей, названий населенных пунктов, марок машин и иной техники, единиц измерения, оформление справочного аппарата издания, соответствие приводимых символов обозначениям, установленным стандартами. Совместно с авторами и лицом, обеспечивавшим фотосъемку, рассматривает иллюстративные материалы и передает заведующему отделом или ответственному секретарю (в их отсутствии - главному редактору) для своевременного изготовления газеты.

3.10. Корреспондент составляет план своей работы на неделю, квартал, год, сетевой график, исходя из закрепленных тем, подтем и объектов информационного обеспечения, палитры газетных жанров, составляет заявку на фотонллюстрирование предполагаемых к изданию материалов и создание фототеки по закрепленной за ним тематике. Передает планы, графики, заявки на утверждение главному редактору. Работает по утвержденным главным редактором планам, графикам, информзаданиям, стараясь добиться их максимального выполнения. В случае невозможности

подготовки материала, включенного в недельный план издания, старается заменить его сходным или последующим к исполнению по сетевому графику и перспективному плану.

IV. Права

Корреспондент имеет право:

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

- выходить с предложениями по улучшению деятельности Редакции;
- участвовать в подготовке и принятии решений в соответствии с должностными инструкциями;
- принимать участие в деятельности журналистских производственных совещаний в агентстве (летучек);
- повышать свою квалификацию, в том числе на организуемых Союзом журналистов семинарах, и т.п.

V. Порядок пересмотра должностной инструкции

Должностная инструкция подлежит пересмотру в связи с изменением внутренней структуры Информационного агентства, перераспределением

обязанностей между руководством и работниками агентства, изменением штата подразделения.

Главный редактор: (подпись)

С настоящей должностной инструкцией ознакомлен:

Подпись работника _____ И.О. Фамилия

" ____ " _____ 200__ г.

Должностная инструкция разработана в соответствии с постановлением Минтруда РФ от 21 августа 1998 г. № 37 "Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих" (в редакции постановления Минтруда России от 21 января 2000 г. № 7).

Критерии профессионализма

В учебном пособии "Практическая журналистика" кандидат филологических наук, преподаватель факультета журналистики МГУ, зам. редактора отдела газеты "Новые Известия" А.В. Колесниченко (Колесниченко А.В. Практическая журналистика: Учебное пособие. М.: Изд-во Московского университета, 2010) формулирует следующие 10 критериев профессионализма работы журналиста, многие из которых актуальны, подсчитываемы и полезны для использования и в муниципальной газете.

Эффективность работы журналиста в значительной мере поддается количественным измерениям, отмечает А.В. Колесниченко. Есть показатели, которые позволяют как определить, кто лучше или хуже работает, так и оценить профессиональный рост журналиста. Эти показатели напрямую увязаны с экономикой издания, потому что любую полосу можно перевести в человеко-часы с соответствующей их оплатой.

К десяти важнейшим показателям профессионализма журналиста относятся следующие:

1. Скорость написания материалов

Измерить можно время, затрачиваемое как на работу над материалом в целом, так и по отдельности на сбор информации и собственно написание текста. Чем опытнее журналист, тем меньше выполняет он лишних операций. При сборе информации он задает по возможности только те вопросы, ответы на которые пойдут в материал.

Начинающие же авторы, как правило, собирают огромное количество информации, из которой затем в статью может не пойти 90-95 процентов.

Высококвалифицированный журналист изначально представляет себе, как будет выглядеть материал, и не тратит время на написание тех частей, которые явно не войдут в ее окончательный вариант.

Экономия времени также достигается за счет работы без черновиков, когда журналист сразу же пишет статью в том или почти в том виде, в каком она будет опубликована.

2. Количество "провальных" материалов

Основной характеристикой профессионала в любой сфере деятельности является стабильность качества. Профессионал в любом случае выполнит работу с качеством не ниже определенного уровня, тогда как любитель может в одном случае сделать все на "отлично", а в другом - на "неудовлетворительно". Эта нижняя граница и является показателем профессионализма, когда оцениваются самые худшие материалы конкретного журналиста и по ним определяется надежность сотрудника, гарантия того, что он подготовит кондиционный текст при нехватке времени, по незнакомой теме и при плохом самочувствии и настроении.

Оценивая же худшие материалы конкретного сотрудника за различные периоды времени, можно определить, в какой мере повышается его профессионализм.

3. Время, необходимое на редактирование текстов данного журналиста и количество вносимых исправлений

Этот показатель очень легко зафиксировать. Достаточно сравнить время, которое редактор тратит на правку материалов различных сотрудников, чтобы понять, кто из них работает лучше, а кто - хуже. Фиксируется количество вносимых исправлений и их доля в общем объеме текста.

Журналист может сам оценить свой профессиональный уровень, если сравнит сданный редактору текст с тем, который опубликован. Чем меньше у них отличий, тем выше профессионализм журналиста, его пригодность для работы именно в этом издании.

4. Срывы графиков сдачи материалов

Речь идет о количестве случаев, когда журналист не смог сдать текст к назначенному времени, которое еще называют дедлайном (от англ. deadline - предельный конечный срок). Чем выше уровень профессионализма, тем точнее журналист умеет рассчитывать время, необходимое для каждой операции при написании текста, и тем ниже вероятность того, что к назначенному времени текст не будет готов.

Срыв дедлайна - один из самых серьезных проступков в журналистской работе. В некоторых редакциях больших газет за это наказывают штрафом, причем весьма внушительным, например доллар за минуту задержки. Если сотрудник систематически запаздывает со сдачей текста, есть смысл подумать о его замене.

5. Глубина предлагаемых тем

Профессионализм журналиста определяется количеством противоречий и конфликтов, которые он замечает в освещаемой сфере, примеров рациональной и эффективной работы, выполнения реализуемых в районе программ. Поэтому нередко в одной и той же ситуации кто-то

жалуется на отсутствие тем, а кто-то - на их избыток и невозможность осветить сразу все.

Этим же отличаются статьи дилетанта и профессионала. При достижении определенного уровня журналист переходит в эксперты по определенной тематике, которой он владеет, как никто другой.

6. Широта контактов

По этому показателю оцениваются связи журналиста с источниками информации. Они выражаются как в личном знакомстве журналиста с пиюсмейкерами (поставщиками информации) и возможности получить информацию о деятельности определенного предприятия, учреждения, организации, так и в наличии "нужных" телефонов; что позволяет оперативно связаться с соответствующими должностными лицами и получать необходимый материал. При этом ценятся именно прямые контакты с пиюсмейкерами.

7. Количество незамеченных тем

"Просос" - так на журналистском сленге называют пропуск темы сотрудником, ответственным за определенный участок работы, когда материал на данную тему выходит в конкурирующем средстве массовой информации.

В некоторых редакциях больших газет за "прососы" штрафуют, то есть вычитают у журналиста определенную часть зарплаты или отменяют премию. Для предотвращения "прососов" существует процедура "контрольных звонков", когда журналист в обязательном порядке регулярно общается с определенным количеством пиюсмейкеров, узнавая, что у них нового. Также играет роль способность журналиста предугадывать развитие событий в своей сфере ответственности, думать "на шаг вперед", что позволяет ему задавать правильные вопросы и получать нужную информацию.

8. Количество "ударных" материалов

Здесь учитываются выделяющиеся из общего ряда материалы. Это может быть и важная новость, о которой журналист узнал первым и написал раньше конкурентов, и репортаж или аналитическая статья и т.п. при условии, что эти материалы вскрывают ранее неизвестную сторону события и приводят к неожиданным выводам. И если начинающий журналист в основном занят написанием "рядовых" материалов, то с ростом квалификации журналист начинает давать все больше "ударных" текстов, на которые потом ссылаются другие СМИ и которые формируют имидж издания.

9. Отсутствие ошибок в статьях

Здесь имеется в виду как добросовестная проверка фактов, изложенных в материале, так и правильное написание имен, должностей, географических

пазваний и т.д. Хотя ошибки в журналистской работе неизбежны из-за постоянной нехватки времени и часто физической невозможности проверить информацию, их минимизация свидетельствует об уровне профессионализма, когда журналист интуитивно чувствует, где может быть ошибка, и уделяет дополнительное внимание проверке именно этой информации.

10. Умение писать сложные тексты

Этот показатель характеризует умение журналиста работать в "сложных" жанрах, таких, как специальный репортаж, аналитическая статья и т.д. Если короткую или расширенную информацию, либо репортаж с мероприятия может написать после небольшой подготовки практически любой журналист, то деловую корреспонденцию, аналитическую статью, либо очерк способен написать далеко не каждый. Наличие таких материалов в арсенале журналиста показывает его профессиональный уровень, а положительная динамика их доли в общем количестве текстов, написанных данным автором, свидетельствует о его профессиональном росте.

Оценка по описанным выше показателям, отмечает А.В. Колесниченко, может проводиться как в оперативном режиме, когда к примеру, в течение одной-двух недель фиксируются все действия сотрудника, а затем определяется его текущий профессиональный уровень, так и путем заполнения специальной анкеты по каждому из сотрудников, где указывается оценка в баллах по соответствующему пункту. Процедуру оценки рекомендуется повторять с периодичностью в 3-6 месяцев, так как именно такое количество времени необходимо для усвоения новых навыков и качественного скачка в работе. Регулярная оценка также будет дополнительным стимулом для повышения журналистами своего профессионального уровня и улучшения качества работы.

Практика муниципальных и районных газет показывает, что даже выпускники факультета журналистики МГУ (не говоря уже о выпускниках педагогических вузов) не могут сразу войти в ритм "районки". С каждым новым сотрудником нужно работать индивидуально, шаг за шагом исправляя недостатки и сохраняя сильные стороны. Процесс выращивания сотрудника до профессионального уровня занимает иногда год, иногда более двух лет, а совершенствование способностей и вовсе не имеет временных рамок. Все зависит от желания новичка научиться, его интереса к человеку труда и его делу. Каждый квартал перед молодым сотрудником надо ставить конкретные и реально достижимые задачи и совместно бороться за их выполнение.

Глава 23

Производственная тема в газете

Как известно, после массовых выступлений рабочих на шелкоткацких

фабриках во французском городе Лионе в 1831 и 1834 годах, вызвавших их тяжелым положением, в западной печати до сих пор не принято писать на производственные темы. Этому правилу следуют и все наши желтые, бульварные и так называемые массовые, познавательные газеты.

В нынешних муниципальных еженедельниках Подмосковья публикация на производственную тему редкая гостья. Для примера мы взяли 6 тридцатидвухполосных, 9 двадцатичетырехполосных, 14 шестнадцатиполосных газет различных муниципальных образований за один из летних месяцев 2009 год. В тридцатидвухполосных газетах из 192 исследованных полос, 106 были заполнены собственными материалами, но на них удалось найти всего 6 материалов производственной тематики. В двадцатичетырехполосных полосных газетах из 216 исследованных полос 117 были заполнены собственными материалами, из которых лишь 9 материалов относились к производственной тематике. В шестнадцатиполосных газетах из исследованных 224 полос 122 были заполнены собственными публикациями, но лишь 6 материалов были на темы производства. Из выявленного 21 материала - более половины являлось очерками и зарисовками о ветеранах, трудовых династиях, носили краеведческий характер и лишь остальные материалы рассказывали о буднях предприятий.

При повторном анализе десяти двадцатичетырехполосных газет за декабрь 2009 года и январь 2010 года было выявлено, что на 240 полосах собственной информацией были заполнены соответственно 93 и 111 полос, т.е. 38,7 и 46,2 процента от общей площади. На них были размещены соответственно 183 и 236 собственных материалов из которых производственную тематику отражали три материала в декабре (1,6 процента от общего количества) и 19 материалов в январе (8 процентов от общего количества).

Возвращение на страницы "районки" производственной темы дело весьма хлопотное и не простое, требующее известной мобилизации сил журналистов, но кроме нас эту работу никто не осилит. Любое движение начинается с организации общественного мнения на местах, повседневной и систематической работы. Тем более, что после многолетнего увлечения общесоциальными, общекультурными, общедосуговыми темами нас на производстве уже и не сильно ждут. Предпринимательское сообщество в целом ныне весьма настороженно относится к визиту на предприятие районного журналиста.

Между тем у аспектов, затронутых в Послании Президента РФ Д.А. Медведева Федеральному Собранию в 2009 году, явственно обозначается и общая составляющая - работа по воспитанию качественной рабочей силы.

Областные правительства ведут ее давно. В Московской области,

например, традиционно отмечаются Праздники труда, профессиональные праздники, которым предшествуют конкурсы на звание лучшего по профессии, на областном, районном уровнях, в поселениях чувствуются лучшие труженики, трудовые династии. Но и эта деятельность во многих газетах отражается лишь в информации или кратких отчетах с торжеств.

Через десять лет из производственной сферы уйдет то поколение работающих, что было воспитано при советской системе. Старшим (то есть с функциями наставника) на рынке труда станет поколение, которое в свое время имевалось потерянным (идеалы прежнего общества ушли вместе с эпохой, а новые ценности еще осознались), следом пойдет поколение рыночной формации периода кризисов и дефолта, когда добросовестный труд дивидендов тоже не приносил. Вполне может быть, что эти люди, несмотря на все призывы, без активной поддержки общественного мнения не найдут в себе сил адекватно реагировать на вызовы времени. Сигналом тому может послужить российская сборная по футболу образца 2009 года и олимпиада в Ванкувере. Вроде все у спортсменов было: и отличная база, и достойное финансирование, а результата нет.

Семье и школе, в том числе новой и умной, где происходит первичная социализация человека, помощь сейчас оказывается. Но не менее важной является и вторичная социализация, когда индивид уже во взрослой жизни общие нравственные установки преобразует в конкретные направления и методы деятельности, отношение к труду. Чем сильнее влияние общества, тем четче мотивировка, осознанней нравственные идеалы.

Известно, что фундаментом индустриального, а затем постиндустриального общества Западной Европы и Северной Америки стал протестантизм, протестантская этика и, наконец, культура, выросшая из этой почвы и закреплявшая из поколения в поколение такие черты личности как трудолюбие, бережливость, расчетливость, честность, активность, рационализм.

В СССР воспитание нового человека начали с чистого листа, полного разрушения предшествующего культурного фундамента и воспроизводящих его институтов. Отсутствие естественных начал компенсировалось воздействием государственной пропагандистской машины. Производственная тема окружала каждого со всех сторон, была главнейшей в работе общественных организаций, СМИ, литературе, кинематографе, театре, изобразительном искусстве.

Ныне все мы знаем, чем пичкают нас массовая (бульварная или полубульварная) пресса, радиостанции, телеканалы, кино, театр и т.д.

Несмотря на все метаморфозы рыночной экономики районные газеты, связанные с муниципальными заказами, в своей совокупности остаются самой массовой структурой, обладающей наиболее широкой аудиторией и

способной оказать значительное влияние и на формирование гражданского общества, и качественной рабочей силы, и общенациональной культуры. Причем в отличие от телевидения, радио, интернета, чья специфика заключается в информировании и внушении, качественные районные газеты разъясняют и убеждают, то есть оставляют более глубокий след в сознании аудитории.

Было мнение, что производственная тема делает газету скучной. Жизнь опровергла эти опасения. Читатель экономической тему принял, предприниматели, специалисты, рядовые работники соскучились по вниманию прессы. Отдельные бизнесмены даже готовы оплатить публикацию. По анализу комплекта двадцатичетырехполосных номеров газеты «Шаховские вести» за первое полугодие 2009 года выявлено, например, что из общего количества 624 полос 359 (56 процентов) были заняты собственным материалом. Из 1102 материалов 296 (26,8 процента от общего количества собственных материалов) посвящены экономической теме, в том числе 152 материала (13,7 процента) имеют производственную тематику.

Из общего количества материалов на производственную тематику 37,5 процента посвящены проблемам сельского хозяйства, 25 - жилищно-коммунального хозяйства, 23 процента - промышленности и строительству, 14,5 процентов - транспорта, связи, энергетики и охраны труда. Наиболее часто используемыми жанрами являются корреспонденция - 38,1 процент от общего количества материалов, информация - 31,6 процента, зарисовка - 20,5 процента, интервью - 6,6 процента. Обзоры и отчеты представлены в единичных экземплярах. Средний размер зарисовки на производственную тему (включая фотоиллюстрации) - 170 строк, корреспонденции (включая фотоиллюстрации) - 180 строк, информации - 36 строк.

Главное - что журналисты наладили контакт с предпринимателями, у обеих сторон есть взаимопонимание и желание сотрудничать, в том числе в подготовке рекламы, области информационного обеспечения деятельности предприятий и т.п. Возрождение отечественной экономики, осуществление планов социально-экономического развития муниципалитетов, реализация нацпроектов невозможны без всестороннего освещения этой работы муниципальными газетами в целях регулярного информирования местного сообщества и создания условий для гражданского контроля исполнения программ и проектов.

Глава 24

Из практики выживания районных и городских газет

(по материалам альманаха «Российская пресса: от «А» до «Я». Копилка опыта региональных журналистов и редакторов (редактор-составитель В. Касютин, гл. редактор журнала «Журналистика и медиарынок», секретарь

Союза журналистов России). М.: Изд-во Союза Журналистов России»,
2010)

Родовые функции газеты

- Раньше я думала, что моя миссия – рассказывать жителям нашего города интересные новости. Получив по внутриредакционному распределению рубрику «СМС-жалобы», я поняла, что есть еще кое-что важное в моей работе – помогать решать проблемы читателей, - рассказывает 23-летняя зам.глав.реда гродской газеты, дипломированный специалист по издательскому делу и редактированию.

Замечательно, что человек на практике освоил две газетные функции, но в реальности их гораздо больше. Профессионалу полезно всегда держать это в памяти, чтобы видеть все поле потенциальной деятельности. Особенно если на повестке дня стоит задача выживаемости издания или повышения его конкурентоспособности.

Любая качественная газета имеет следующие **родовые группы функций** (обязанностей, назначений, характера деятельности, исполнения, осуществления):

информационно-коммуникативные (путь сообщения, общения, форма налаживания контактов) - получение и распространение сведений о наиболее важных для граждан и органов власти событиях, фактах, прецедентах, явлениях, опыте экономической и производственной деятельности, организации услуг и бытослуживания, деятельности соцслужб и соцпомощи гражданам;

идеологические - выстраивание системы взглядов и ценностей, определение подходов к пониманию и оценке окружающего, позволяющих ориентироваться при взаимодействии с другими людьми, группами, общностями, социальными институтами, оперировать такими понятиями как справедливость, добро и зло, гражданственность, патриотизм, честь, достоинство;

непосредственно-организаторские – мобилизация аудитории на достижение определенных целей, выдвижение суждений, оценок, рекомендаций, советов, призывов, требований к деятельности социальных институтов (властных в том числе) и должностных лиц на предмет выполнения ими своих обязанностей перед обществом, организация акций, клубов, сообществ;

контрольные – ход исполнения различных программ, обещаний должностных лиц и т.д.;

регулятивные – управление, согласование, приведение в порядок через формирование и воздействие общественного мнения. Через этого рода деятельность в первую очередь реализуется особый властный ресурс СМИ (СМИ как «четвертая власть»);

интегративные (консолидирующая, объединяющая) – объединение на основе общих традиций и ценностей, симпатий и антипатий граждан разных стран, людей разных вероисповеданий, политических пристрастий, национальностей, культур, социальных ролей, статусов, материального положения, понимание положения другого, формирование основы для диалога, социального общения, помощь в реализации социальных ролей, социального общения, возможность общения с семьей, друзьями, обществом и т.д.;

культуроформирующие – создание образцов поведения, утверждение норм, совокупности способов и приемов человеческого общения, стандартов взаимодействия (интеракций), распространение элементов одной культуры на другие, содействие всестороннему развитию человека, укрепление связи поколений, трансляция социальных ценностей и традиций;

рекреативные (восстановительные) – способствование интересному проведению досуга, отдыха, получению удовольствий, восстановлению сил, приятного проведения досуга, снятия напряжения, укрепление душевного покоя, равновесия, развитие интеллекта, мышления, повышение эстетического уровня, уход от действительности и т.д.;

рекламно-справочные – способствование удовлетворению бытовых и иных утилитарных запросов аудитории и интересов, информация о товарах, услугах, образе жизни и поведения, социальная реклама и т.д.

Каждая из этих групп функций, в свою очередь также имеет определенные составляющие.

Например, **идеологическая группа** включает в себя функции

политические,
экономические,
исторические,
правовые,
философские,
религиозные (атеистические)
мировоззренческие
формирование общественного мнения и т.п.

Культуроформирующая группа включает в себя следующие функции:

просветительская,
образовательная,
учебная,
духовная,
этическая,
эстетическая,
художественно-культурная,
научно-техническая и т.п.

Также расшифровку имеют и прочие названные функции.

Кроме того, отдельные исследователи выделяют такие функции как контактная, справочно-консультативная, обзорная, аналитическая, документирования, коммулятивная (накопление и хранение социально-значимой информации), перформативная (журналистские расследования), когнитивная (формирование социальных знаний, их интерпретация и переоценка), моделирующая (формирование моделей мира, в т.ч. виртуальной и недостоверной), семиотическая (формирование новых языковых смыслов, слов, выражений) и т.д.

Исследователи также обращают внимание на то, что функции редко выступают в чистом виде, но чаще всего предстают в сочетании, смешении друг с другом, поскольку в жизни любая журналистская работа, текст многофункционален, пусть даже и при доминировании одной из функций.

Забываясь о выживании, развитии, процветании издания, и даже найдя свой путь, свою нишу, изюминку, фишку, полезно помнить, держать в уме весь ряд основных функций газеты, чтобы не сделать работу односторонней, не забыть главные (закрепленные в Уставе вашего СМИ) предназначения газеты, возможные иные успешные пути деятельности и постоянно удерживать максимально широкую аудиторию читателей, учредителей, деловых партнеров, потенциальных потребителей и населения в целом.

Использование информационно-коммуникативных функций

«Смоленская газета» - информация о работе промышленных и сельхозпредприятий, ремонте дорог.

«Правда Севера» Архангельск – освещение жизни села.

«Реклама, Бизнес Якутии»: читатель отдает предпочтение местной информации, а не выловленной из Интернета. Что происходит, осуществление социально-экономических программ, в каком магазине ниже цены и т.д.

«Сорочинский вестник» Оренбургская обл.: вести летопись своего времени, сохранить как можно больше сведений о том, что было вчера и сегодня.

«Слабое море» МУП Слюдянский район Иркутской области: на первой полосе 7-8 новостей, анонсы, 4-5 фотографий. Рубрики: «История наших читателей», «Молодежное окно», «Звери и люди» (о природе юга Байкала). Есть спецтелефон для СМС-ок. Люди сообщают новости и свои истории, грустные и поучительные.

«Уездная жизнь» Никифоровский р-н Тамбовской обл.: серьезные материалы о районной жизни, хорошо иллюстрированные. «Газета для людей мыслящих». Актуальность содержания, аналитика, информационная насыщенность, смелость и конструктивность в критике. Перепечатки редки, Интернетом не злоупотребляют.

«Свободный курс» ИД «Алтапресс»: всестороннее освещение тем местной жизни, писать о том, что думаешь, свободное независимое суждение.

Набор точек зрения журналистов и оппонентов, оригинальность взгляда. Газета для единомышленников.

6 ТВК и Кироволайн: людям важны двор, город, страна, область, мир. По этому шаблону и делаются новости. Чем ближе новость к человеку, тем она интереснее.

«Свободские курапты» Кировская область: Единственная газета в городе, которая по-взрослому работает с новостями. В каждом номере по 15 новостей, дизайн приближен к западной страничке Интернет.

«Придопье» г. Цимлянск, Ростовской обл.: Зачем вы пишете про урожай, сколько засеяно? В Америке этого нет.

Да, но у нас другая жизнь. Много пенсионеров. Им интересно, какой урожай, как обстоят дела в других районах. Эффективен ли, востребован ли в России крестьянский труд.

«ПРО город Киров»: миссия - сообщать различные новости. Деньги за новость, благодарность на страницах газеты, брендовый подарок (блокнот, ручка, майка с символикой газеты, подписка на три месяца). На планерках ведется подсчет позволивших, обратившихся, приславших письма в редакцию, анализируются темы сообщений. Опросы читателей: ваша главная новость за неделю.

«Саров» Нижегородской области: в каждом номере аналитические материалы по различным темам общественной жизни, экономики, соцзащите, культуре и т.д. Полемические заметки.

«Аспект» г. Куйбышев, Новосибирская обл.: местные новости читают 81,6 процента читателей, расширили сеть пьюсмейкеров. Статьи о местном самоуправлении читают 50 процентов читателей, 76,3 процента аудитории следят за освещением социально-экономических тем.

Новости каждого поселения, каждому городу - по странице. Обеспечение населения достоверной и оперативной информацией, справедливое освещение злободневных проблем, больше мнений читателей о наблевшем.

Использование идеологических функций

«Вперед» Устюжнинский район Вологодская обл. – гражданский ликбез: «Как принимается бюджет, как расходуется бюджет, как и за что голосуют депутаты.

«Новочеркасские ведомости» - городская Доска почета на газетной полосе.

«Клипская неделя» Московской области: бесплатная самокупаемая газета. Конкурс – «Человек месяца» для граждан, сделавших что-то значимое для города. Голосование по СМС и на сайте.

192 В. Дюдин. Жанры в муниципальной газете

Использование непосредственно-организаторских функций

«**Огни Кубани**» Краснодарский край – акция «Сердечка стук» - сбор игрушек для детей-сирот детского отделения горбольницы, акция «Доброе дело не крикливо» сбор для сирот детских вещей, памперсов, гигиенических средств. Акция «Чужих детей не бывает – способствование усыновлению детей-сирот или установлению опеки над ними.

«**Увимская газета**» Удмуртия – помощь в приобретении компьютера для ребенка-инвалида

«**Северный край**» Ярославль – места для бездомных женщин в доме социальной адаптации для бездомных

Томская обл., г. Парabelь редакция АНО поход во власть редактора газеты – депутатство в Совете депутатов района.

«**Пульс**» Северное Приморье – свой депутат в Совете депутатов (редактор), организация своего турагентства.

«**Новочеркасские ведомости**» - юридическая помощь читателю – образцы заявлений в различные органы.

«**Колос**» Песчанский район – акция: подарки в детдом и дом престарелых, погорельцам. Дни подписчика.

«**Туапсинские вести**» - бедствующей многодетной семье – корову.

«**Чадю**» г. Чита – школа юнкоров, праздник детства по школам, акция: «Детство без наркотиков», «Семейная летопись». Тренинг для юнкоров. Конкурс «Вперед, юнкоры». Страницы: «Партийные вести», «Домовенок», «Школа 2010», «Трибуна детства», «Письмопоша».

«**Шахтинские известия**» - соцпроект «Преодоление», обобщил 169 семей, имеющих детей больных церебральным параличом, выбрали 6 нуждающихся в поддержке. Узнали их мечты, нашли спонсоров. Подарки – от ноутбука до репетиторов для подготовки в вуз.

Проекты: совместно с центром занятости «Работа», с РОНО – в Год учителя «Код учителя», постоянный проект «Жизнь без наркотиков», улучшение уроков физкультуры «Подъем переворотом», спецвыпуск для молодежи «Поколение НЕКСТ»

«**Земляки**» - частная бесплатная городская газета. Акции: борьба против несанкционированных свалок, против задержек с выплатой зарплаты. Акции отдай старый мобильник (компьютер) нуждающимся. Акция «Доброе сердце» (старые вещи нуждающимся – в газете публикуется их список). Акция «Чистый воздух» (в детсад выбирается одна из комнат, в которую на деньги спонсоров устанавливаются специальные растения, очищающие воздух. Детей учат ухаживать за ними. Детсад 2 месяца выбирают читатели, голосованием на сайте. Газета освещает результаты голосования еженедельно.

«Грани» Новочебоксарск Чувашия: орг. прямых линий с мэром города, пред. заксобрания. С депутатами («Тяжела ты шапка депутата»), юристом («Не согласен с увольнением?»), С ГАИ («Дороги, парковки, штрафы»), с медиками («О лекарствах», с ожидающим ребенка «Что вас волнует, мамы?»). О теме прямых линий объявляют за месяц. Каждый журналист ведет свою тему. Тематические спецвыпуски – ответы на письма и вопросы читателей.

«Якутск вечерний» - проведение референдума «Нужен ли городу памятник Сталину». Организация дискуссии. Отдать голос «за» или «против» можно было по звонку в редакции, поставив подпись на листе, проголосовав на сайте, заполнив анкету. Еженедельная публикация результатов опроса и голосования. В опросе приняло участие 30 тыс. горожан, 75 процентов которых высказалась против установки памятника. Тираж газеты 59 тыс. на 238 тыс. чел. населения.

«Змеиногорский вестник» АНО, Алтай: клуб усыновителей, консультационный пункт юридической и психологической помощи, гранты, акции: «Буренку в каждый двор», «Поедем жить в деревню», «Молодой специалист», дискуссионный клуб «Мы работаем вместе». При обсуждении проблемы обязательно публикуются все точки зрения. Акция «Я хочу к маме!» - способствовали усыновлению 150 детей. Клуб родителей-опекунов, родительский совет, программа поддержки трудных семей.

«Родная земля» Нижегородская обл.: выездные общественные приемы в селах района с участием должностных лиц администраций. Выявление «Человека года» по письмам, коллективным обращениям, звонкам. Акции по усыновлению детей-сирот.

«Сорокинский вестник» Оренбургская обл.: акция – «Благоустройство жилых зон».

«Слободские куранты» Кировская область: цикл круглых столов. Вопросы собираются заранее. Круглые столы каждый месяц при содействии власти. Хотели отказаться от этой формы работы, но читатель завалил звонками.

«Деловой Петербург» (тираж 25 тыс. экз.): раздел для молодежи (20-25 лет) «Некст». Задача – расширить молодежную аудиторию не менее чем до 10 процентов, привлечение молодых предпринимателей и студентов, рассказ о них, формирование предпринимательской экосистемы. Материалы в газете и на сайте, интересные истории, советы, бизнес-идеи, консультации (как пройти собеседование, составить бизнес-план, азы делового общения), справки, бизнес-идеи.

Награждение молодых предпринимателей (дипломы, статуэтки), проведение научно-практических конференций, реклама банковских услуг, справочник молодого предпринимателя с адресами и телефонами молодых,

перешел товаров и услуг их фирм, тренинги, деловые игры. Полгода раскачивали аудиторию. Коммерсанты делятся опытом с молодежью.

Использование контрольных функций

«**Благодарненские вести**» Ставропольский край – материал с погранзаставы, где служат земляки с фотографиями вояков.

«**Трэвл-Дизайн**» - вымирание мещерских деревень, хищническое истребление лесов – исполнение программы поддержки сельского хозяйства.

«**Спасские вести**» Рязанская обл. – контроль ремонтных работ по восстановлению городской канализации.

«**Пульс**» Северное Приморье – рейды с участковыми, дежурство в приемном покое больницы.

«**Новочеркасские ведомости**» - запросы газеты по громким фактам.

«**Вечерний Крестотурьинск**» Свердловской области – гл. редактор и шеф. Редактор -депутаты гордумы. Контроль расходования средств бюджета, злободневные вопросы должностным лицам из администрации. 70 тыс. населения. Бессилье против думского большинства, хотя в кулуарах с журналистами соглашались многие. Отписки, полуответы, наигранная приветливость чиновников.

«**Родная земля**» Нижегородская обл.: прямые линии, круглые столы на темы правопорядка. Контроль за обеспечением больных лекарственными средствами, предоставление социальных льгот воякам-афганцам.

«**Слабое море**» МУП Слюдянский район Иркутской области: контроль за обеспечением честных выборов. Криминал, рвущийся во власть не прошел, но сжег здание редакции после проигрыша на выборах. Задержали бомжа, якобы бросившего бутылку с зажигательной смесью. Потом выпустили за его невменяемостью. Дело замяли.

«**Придопье**» г. Цимлянск, Ростовской обл.: разъяснение специалистов как самому пенсионеру посчитать, какие льготы у инвалидов, которых в районе 3 тыс. чел.

Использование регулятивных функций

«**Увимская газета**» Удмуртия – борьба с рейдерством, круглый стол по поводу трехкратного увеличения налога на имущество.

«**Тверская жизнь**» - отстаивание права местных жителей на прибрежную зону, огороженную забором частного, судьба книг закрытой библиотеки. Привлечение областной прокуратуры на предприятие, на котором женщинам платили зарплату в размере меньше установленного минимума.

«**Новочеркасские ведомости**» - фотофакты и фотообвинения

«**Туапсинские вести**» - Защита прав трудящихся – консультации по трудовым договорам, слово бастующим, тема нравственных отношений между работодателем и работником, тема индексации зарплат,

ксерокопирование публикаций.

«**Наш край**» г. Миллерово, Ростовская обл.: акция «Наш край» на стороне читателя – борьба с выбросами печистот в речку местным заводом.

«**Славное море**» МУП Слюдянский район Иркутской области: акция помощи голодающим в Байкальске, требующим выплаты зарплаты. Журналисты фиксировали события на фото, обеспечивали информационную поддержку, были посредниками в отношениях с прокуратурой, милицией и хозяином предприятия. Через 7 суток задолженности по зарплате были погашены.

«**Слободские курапты**» Кировская область: то, что читатель приходит в редакцию в поисках истины в последней инстанции, знак того, что рейтинг местной прессы по-прежнему высок. Газета как общественная трибуна для урегулирования проблем.

«**ПРО город Киров**»: СМС-жалобы и ответы должностных лиц, ликвидация недостатков. Обратная связь с читателями и избирателями. Клад новостей, оценок, мнений, комментариев, база информаторов (сохраняя тексты жалоб и телефоны, можно ими воспользоваться через некоторое время).

«**Саров**» Нижегородской области: площадка для общественных дискуссий на острые местные темы.

«**Знамя шахтера**» г. Новошахтинск, Ростовская обл.: газета позиционируется как народная «Мы работаем для вас!», по пятницам еженедельно выходит рубрика «Мимо факта не пройдем» - дежурство журналиста по городу, выезд по сигналу читателя, фотофакты и подбор комментариев к ним. По купонам полоса «Голос читателя» по письмам (на полосе печатается специальный купон. Анализ позитивных и негативных писем.

«**Кораблинские вести**» Рязанская обл.: газета – барометр общественных настроений. Борьба за чистоту лесов и населенных пунктов, территории, устранение недостатков в благоустройстве городских улиц и дорог, разрешение противоречий между районной и городской властью. Без внимания власти не остается ни одно критическое выступление.

Использование интегративных функций

Журнал «Хулиган» Республика Тыва «Клуб «кому за 60» - связь поколений (взгляд молодого человека)

Корпорация «Радио» Брянск – моя родословная

«**Земляки**» - частная бесплатная городская газета: сбор наказов от населения для составления экологической городской программы.

«**Змеиногорский вестник**» АНО, Алтай: акция по объединению нескольких территорий (в ее рамках – «Горячая линия», сбор предложений в концепцию развития территорий).

«Сорочинский вестник» Оренбургская обл. Круглые столы, разные точки зрения на вопрос.

«Слободские курапты» Кировская область: редакция как общественная организация неравнодушных людей, организующая единомышленников на проведение выставок, автопробега, раздачу георгиевских ленточек, чемпионата города по спринту.

«Аспект» г. Куйбышев, Новосибирская обл.: «Нашел проблему – подай ее по-доброму», собери заинтересованных лиц, организуй обсуждение, найди выход. Покажи правдиво кто есть кто.

Использование культуроформирующих функций

«Вятский край» - серия публикаций «7 чудес Вятки», конкурс достопримечательностей края, более 30 публикаций, 60 адресов памятников истории и культуры, более 300 откликов.

«Сельская трибуна» п. Кильмезь Кировской обл. Экспедиция газеты по дальним деревням. История деревень, проект длительностью в три года, история храмов, сбор экспонатов для местного музея. Цикл материалов «Мой род».

«Пульс» Северное Приморье – объяснение новых терминов

«Благодаренские вести» Ставропольский край – публикация житейских историй с моралью.

«Правда Севера» Архангельск – рассказ о семье староверов

«Красное Прикамье» Сарапул Удмуртия – сохранение истории родного края, двухголичный проект «Сарапул – единственный в России» - две полосы каждую неделю по истории города, конкурс старых фото, история храмов, конкурс школьных сочинений, фотоконкурс «Наш ребенок», «Летопись края пишем сами», «Любимые места любимого города» - фотоконкурс с рассказами.

«Наш край» г. Миллерово, Ростовская обл.: газета в газете «Муха» для молодых, рассказы о современных исполнителях, культуре проведения свободного времени и т.д.

«Угличе поле» г. Углич Ярославской области, 30 тыс. население, 5100 тираж. В качестве приложения 2 раза в год историко-краеведческий альманах, выросший из тематической странички.

«Природа Алтая». Выросла из районной до межрайонной газеты «Природа Кулунды», а потом и краевой благодаря долгосрочному проекту детских экспедиций по 50 чел. юные историки, краеведы, журналисты, экологи. За 17 дней на автобусах и пешком до 5 тыс. км. по Алтаю. В группе сопровождения врач, милиционер, учитель, руководитель экологической организации, журналист. Экологическое воспитание и просвещение. Гранты, родители, спонсоры (депутаты жертвуют свое месячное жалование), краевая целевая программа. Акции 12 лет. Помню путешествия – подготовка к нему

– освещение турслетов, мероприятий школ, библиотек, домов культуры, музеев, центров детского творчества, детсадов. Стержневая линия газеты, патриотическое воспитание, краеведческая работа, составление местного «Золотого кольца» и туристических маршрутов.

«**Сорочинский вестник**» Оренбургская обл.: постоянная страница «Земляки наши славные» краеведческого характера.

«**Саров**» Нижегородской области: издание информационно-просветительского приложения «Саровская пустынь» (история, краеведение, поэзия, проза).

«**Вперед**» г. Троицк Челябинской обл.: конкурсы «Родом из парода» о народных традициях, обычаях, земляках, их печальной судьбе, «Человек года» о лучших по профессии – 10 номинаций. Бесплатные консультации в Дни подписчика в пунктах подписки юристов, врачей, работников соцслужб и пенсионного фонда.

«**Знамя шахтера**» г. Новошахтнск, Ростовская обл.: выпуск детской газеты. Задача – сделать ее безубыточной: привлечение рекламы, спонсоров, школа южков (15-20 человек), конкурсы, анкеты.

Использование рекреативных функций

«**Пульс**» Северное Приморье – тренинги в редакции для сотрудников и постоянных авторов, игра в пейнтбол, два кубка имени газеты для победителей в популярных видах спорта. Ночь в чате вместе с дочерью-подростком. Прыжки с парашютом редакционным коллективом.

«**Голос Железнодорожника**» - клуб друзей районки, мнения, фото, обзор сайта, печатная версия Интернет-страницы, школа мультимедийной журналистики для читателей и посетителей сайта газеты.

«**Новочеркасские ведомости**» - фотоконкурсы «Наш ребенок», «Уютный дворик», «Сильная женщина», «Сам себе папарацци», купоны на розгрыши: чайники, тостеры, блендеры.

«**Колос**» Песчанский район – романы с продолжением, наш мобильный корреспондент – СМС-сообщения, поздравления.

«**Шахтинские известия**» - народные конкурсы Кроссворд (ответы по СМС, лучшим призы – 3 рекламных строки (48 знаков) бесплатно. Детские снимки «Радость моя», викторины по краеведению. Доска почета физруков. Конкурс «Расскажу о своем любимце (кошке, собаке, попугайчике)». Конкурс любителей поэзии, социального плаката «Взгляд молодых».

«**Земляки**» - частная бесплатная городская газета: народные конкурсы: мистер и мисс месяца из присылаемых фотографий, фотолетопись, «Маленькие проказники», «Мои животные», «Что бы это значило?». Все фотографии выставляются на сайте, где за них голосуют. Конкурс «До и после» из парикмахерских, конкурс анекдотов от гаишников. На день рождения газеты – городской праздник, спонсоры которого потом

упоминаются в газете и на сайте, размещаются их фотографии. На площади бауер. Концерт самодеятельных артистов. Акция «Небосвод желаний»: купили 1000 шаров, к каждому прикрепили по листку из блокнота. При покупке просили написать желание, а потом по команде ведущего отпустить в небо.

«Единство» Павловский район Краснодарского края – 4 полосное приложение «У газетного киоска» - дайджест прессы. На прибыль от него ежегодно можно покупать новые «Жигули». Рубрика: «О чем пишет кубанская пресса».

«Родная земля» Нижегородская обл.: клуб «Среди цветов», сборники рекомендаций «Копилка советов» ежемесячное приложение к газете, сборники стихов местных поэтов, ежемесячный разворот «Молодое поколение» при котором действует СМС-чат, «Теплый очаг» для многолетних семей, «Открытое сердце» для одаренных детей. Конкурсы «Мисс района», «Мисс очарование» снимки участниц, представленные в газете, голосование по СМС (до 500 сообщений), на финальном театрализованном представлении реклама газеты, паряды, снятые из газетных полос.

ООО «Костромская народная газета»: перепечатка мелодрам, детская страница, советы садоводам, сканворды, женские и мужские истории, звезды ТВ.

«Сорочинский вестник» Оренбургская обл.: конкурсы «Мисс Сорочанка», «Своими руками», «Диковина на грядке», спортивные праздники на приз газеты. Акции «Наши таланты», «Мы – за здоровье».

«ПРО город Киров»: развлекательные конкурсы. Подсчет участников. Разная аудитория: «Моя прекрасная дача», «Авто, которые нас удивили», «Улицы города», «Мой дворик», «Признание в любви». Призы от 1000 руб., представляемые спонсорами. Городская мода: сколько стоит паряд Кировчанки. Уличная съемка жителей.

«Вперед» г. Троицк Челябинской обл.: Акции «Мы – близнецы» (поиск близнецов, раскрытие их талантов, награждение победителей, гала-концерт в РДК. «Встречаем Деда Мороза» (на лучшую сказку, загадку, историю, плакат. Лучшие работы печатаются на страницах газеты, получают призы), «Эй, дивись, парод!» (поиск «чудиков» и рассказ о них, выставка поделок), «Охотники за улыбками (1 апреля), «Пять дней у руля» (журналисты по очереди на неделю занимали кресло главного редактора, поиск резервов, новых идей), конкурсы частушек, презентации новых магазинов, предприятий.

«Клиская неделя» Московской области: бесплатная самокупаемая газета. Народные конкурсы: детского рисунка «Миллиция, с которой мы дружим», «Добрый доктор из поликлиники по месту жительства» (спонсоры

– коммерсанты, управление здравоохранения, частные клиники) особое внимание хронически болеющим детям и детям-инвалидам. Награды – наборы для творчества, энциклопедии для детей. Мисс «Клипская неделя», 2 фотографии, рассказ о себе, полезные умения и способности. Спонсоры покупали подарки, а газете перечисляли такую же сумму за возможность рекламы со сцены (Дивиди плееры, абонементы в солярий и салоны красоты, косметика, вещи, аксессуары, по погодине подарки). «Зимняя сказка» - конкурс фотографий. Свой сайт, голосование за лучшие работы. «За что читатели любят Диму Бирана» награда – билет на концерт заезжего артиста. Билеты детям-инвалидам.

Использование рекламно-справочных функций

Томская обл., г. Парабель редакция АНО заключила договор с администрацией района на информационное обслуживание, в том числе на публикацию официальных документов.

«**Пульс**» Северное Приморье - пар-акции газеты на массовых гуляньях и праздниках (украшенный редакционный автомобиль, баннер, столик, быстрая лотерея (путевка в Китай), розыгрыши призов, организация подписки, сувениры для детей, конкурсы, викторины, фирменные футболки, календари, свой мегафон, использование местной радиосети, поздравления от газеты в ходе праздника.

«**Красное Знамя**» Удмуртия, г. Глазов – Хорошо спланированная акция приносит прибыль. При организации подписной кампании – призы (турпутевки в Санкт-Петербург, видеокамеры, принтеры, телевизоры, футболки, кружки, пакеты с логотипами газеты, растяжки, плакаты, баннеры). Плясали вместе с пародом на «Газетном разгуляе», льготная подписка к 9 мая, на День огурца (местный праздник), конкурсы – кто больше съест огурцов, кто больше затолкает огурцов в трехлитровую банку – награды: полугодовая подписка. Живая газета – по страницам завтрашнего выпуска, Аукционная выпечка: булка «Сенсация», бутерброд «Репортажный», чебурек «Статейный», пирог черничный «Очерковый» и т.п. Конкурсы семейных фотографий, конкурсы детских рисунков «Я рисую мэра», велоралли трехколесных велосипедов «Красный флажок», выставка-продажа семян, акция – каждому подписчику – мороженное в подарок, самодеятельные артисты – частушки про газету. Акция – газетный тотализатор на соревнованиях по хоккею, мини-футболу, волейболу.

Купоны – угадай счет игры, фамилию игрока (№), забившего шайбу.

Туринры по шашкам и шахматам на приз газеты. Выезд по деревням и селам вместе с агитбригадой для активизации подписки. Призы лучшим сельским распространителям – комплекты постельного белья, подушки, полотенца. Читательские конкурсы на лучшее признание в любви – приз – романтический ужин в ресторане. За лучший гвоздевой материал квартала –

премия в оклад. На заработанные средства редакция оплачивает путевки в дома отдыха, детские лагеря, доплачивает пенсионерам ежемесячно по 300 рублей, родителям – 500 руб. на ребенка. Собственная подписка и доставка – договоры с райпо, библиотеками, крупными предприятиями. На предприятиях, школах, детских садах, культурно-образовательных учреждениях – кредитная подписка.

«**Новочеркасские ведомости**» - подписка на месте по звонку, через киоски «Роспечати», премия лучшему подписчику, доставка газеты через офисы.

«**Колос**» Песчанский район – дни подписчика – много призов, лотереи, музыка, поздравления лучшим почтальонам, доставка газеты через офисы – 5,5 тыс экз.

«**Наша Пенза**» - областная газета. Новая схема работы рекламных агентов вдвое увеличивающая результат: телефонный справочник в газете. Выпускается круглый год. Полоса А3 разбивается на 9 модулей 11,5 на 8,5 см. каждый из которых является самостоятельным и озаглавлен соответствующей буквой: А, Б, В...

(А – адвокаты, Б – банки, К – компьютеры, оргтехника. Н – недвижимость, О – окна, С – страхование). Модули-странички публикуются по мере их заполнения.

«**Слободские куранты**» Кировская область: Призы при подписке – шубы из натурального меха, пластиковые окна.

«**Аспект**» г. Куйбышев, Новосибирская обл.: рекламные акции «Подарок первокласснику» (пакет с канцтоварами школьникам из неблагополучных семей – 120 штук), «Новогодняя радость» (для детского приюта подарки и игрушки), «А у нас – день рождения!» (дети-сироты из школы-интерната, поздравления в газете, размещение фото и краткой информации о ребенке), «Первый день рождения», «Я – родился!» (для всех родителей и родственников, готовых заплатить за фото, поздравление и информацию), «Благотвори!» (совместно с жетсоветом, сбор вещей для нуждающихся).

Финансово-хозяйственная деятельность, оформление, редполитика

«**Пульс**» Северное Приморье – аренда помещения в центре города. Представительский евроремонт (40 процентов материалов – по бартеру за рекламные услуги). Приемщицы объявлений обязаны быть приветливыми (три месяца не улыбалась клиентам – уволили). Отказ от индивидуальных кабинетов. Все в одном зале.

Журнал «Здоровье» И.Дом Приложение к основному изданию «Худеем правильно» - для клиентов со средним достатком, «Не болей» - дешевый выпуск, «Из жизни долгожителей».

Информация трех уровней: для специалистов, для всех, для интересующихся. Правка материалов в верстке на полосе. Материал автора и

материал на полосе два разных продукта. На полосе сокращаются длины ради дизайнера, либо наоборот, дописывается ради весомости. Современный дизайнер должен помогать читателю читать, а издателю – продавать. Текст делится на куски: основной текст - синопсис, комментарий, статистика (графика – информация в зрительном образе), фото. Практика линейки четырех продуктов: основное издание (то, что кормит сейчас), восходящая звезда (то, что будет кормить завтра), черная лошадка (ожидаемый успех 50 на 50), пробный шар (пилотный проект).

«Красное Знамя» Удмуртия, г. Глазов – изучение рынка информационных услуг. Эффективно ли большие деньги вбухивать в призы, путевки, романтические ужины? Да! Ведь в конкурентной борьбе важно быть всегда на слуху, важно, чтобы бренд газеты всегда связывался с положительными эмоциями. По форме МП, по город последние 15 лет помощи не оказывает. Газета на полной самоокупаемости. Акция «Идем в народ»: растяжки, баннеры, плакаты, видеоскраны, ТВ, радио, кружки и пакеты с логотипом газеты. Живая газета «Кафе «У Калшны». За 4 часа подписали 300 подписчиков. Население города 100 тыс. чел. Тираж: вторник, среда – 8500 (4 полосы), четверг – 16 полос полноцвет 9500, суббота – 8 полос приложение «Калшна красная» - 9500 экз., среда – приложение 8 полос бесплатных объявлений «Красная цена». Творческие конкурсы среди журналистов на лучшую идею помера, на лучшую публикацию. 5 лет проект «Специальный корреспондент» подготовка звездного материала в номер четверга (социальная статья, журналистское расследование). Награда лучшего материала за квартал – в размере оклада.

«Амурская земля»: 16 полос (8 своих), модульная верстка, штат: редактор-директор, корреспондент-зам ред., корреспондент-фотокорреспондент, бухгалтер-офис-менеджер, рекламный агент-промоменеджер, оператор компьютерной верстки-системный администратор, менеджер по распространению, водитель-мастерской, корректор по вызову 2 дня в неделю, курьер-распространитель.

«Биржа» Нижний Новгород – сеть изданий «Биржа+Карьера», «Биржа+авто», «Биржа+Дом», «Биржа+финансы», «Биржа+торговый ряд», 7 руб. 40 полос. Рубрики: «Человек и его дело», «Стиль жизни», «Лишнее время», «Прагматика», «Как заработать учителю?», «Где учить своего ребенка?», призы на подписке: кружки, майки, ручки, лототрон. Конкурсы для читателей.

«Вперед» г. Батайск 32 полосы, 270 руб. на полгода, розница в магазинах по 10-20 экз. Конкурсы «ребенок с кошкой», «Ребенок в школе», «Самая красивая свадьба», «Мой город». Штат: было 13 чел. стало 35 плюс 44 доставщица. Надо звучать везде. Баннер повесить, раздать что-нибудь.

«Вечерний Северодвинск» – приложения «Народные рецепты»,

«Завалника», «Пенсионерская правда»

«Наша газета» Омская обл. – на подписке лотерея, призы телевизор, холодильник, пылесос, стиральная машина, мешок сахара, мешок муки. Сувениры: календари, ручки, зажигалки, блокноты, футболки, бесплатно старые номера газет. Издание брошюр, печать визиток, бланков, литприложений. Помощь в составлении и оформлении рекламы, выпуск календарей А4 с фотографиями города. Поздравления Татьян-предпринимателей. В магазинах указатели – здесь можно купить нашу газету, продают в каждом магазине от 50 до 150 газет. Магазины – лидеру продаж приз – торт, шампанское, сувениры, наборы конфет, фотографии в газету лучших продавцов газет. Декада бесплатных частных объявлений и поздравлений. Увеличили прибыль со 128 тыс. в 2002 году до 5 миллионов в 2009 г.

Добротный сайт помог увеличить прибыль от рекламы на 20 процентов. Тираж подняли с 3 тыс. экз до 10 тыс.

«Шахтинские известия» - тираж 14 тыс. средний возраст сотрудников 35 лет. Из 20 сотрудников 5 мужчин. Редколлегия: редактор, зам. редактора, выпускающий и технические редакторы, зав. отделом корреспондентов. Писущие: 4 штатных, несколько непечатных корр. 3 дизайнера, 2 менеджера по подписке, 2 корректора, бухгалтерия, ответ.сек. Есть сайт как самостоятельный проект.

«Земляки» - частная бесплатная городская газета. Тир. 35 тыс экз. 30 сотрудников. Приложения «Кстово», сайт «Все Кстово. Ру» Проект «Собери свой телефонный справочник» - полоса делится на шесть тематических модулей, посвященных одной теме: пластиковые окна, детсады, такси, школы и т.д. Преимущество – можно не по алфавиту, а по степени собранности информации. 24 полосы, около 60 материалов. Рекламный отдел 7 сотрудников. Тематическая реклама. В трех номерах перед 1 сентября подборки «Школьный базар», такие же подборки к Новому году, 8 марта, 23 февраля и т.д. бесплатные советы от рекламодателей, рекламные модули магазинов, салонов красоты. Поздравления с Днем учителя от амбициозных рекламодателей. Бонусы для постоянных рекламодателей: программа «Надежный партнер», дающая право на 10 процентную скидку в течении 3-х месяцев. Бесплатная социальная реклама от детсадов, приюта, учителей, почетных граждан, участников ВОВ. Собственная служба доставки, оптимальный штат (ответсек-верстальщик, главред-журналист, корреспондент – администратор сайта, корректор – ведущий газетных конкурсов и т.д.). Оптимизация платы за аренду помещения редакции (не надо бояться переезжать). Торговля с типографией. Бартер с рекламодателя (оргтехника, услуги связи, автозапчасти, мебель и т.д.). Торговаться со всеми (связистами, арендодателями, рекламодателями).

Расширение раздела частных объявлений: 1 знак – 2 рубля (в помере до 300 объявлений). Приучение населения поздравлять друг друга с праздниками. Создание базы данных рекламодателей (Easy Clients) Использование дополнительных возможностей общения с клиентами: профпраздники, дни рождения фирм, общегородские или госпраздники, новые газетные акции. Организация лоточных продаж газет. Розыгрыши призов среди подписчиков, бесплатная (за счет спонсора) подписка от депутата, руководителя фирмы и т.д.

«Единство» Павловский район Краснодарского края. На 64 тыс. чел населения тираж 10321. В каждом номере 3-4 острые публикации. Коэффициенты по жанрам: повышающие от 2 до 5, понижающий до 0,5.

12 полос. 80 селькоров, от которых за год поступает 1100 писем. Фото: групповые на 3-4 колонки, портреты – на 1-1,5 колонки. Областной грант на выпуск спортивной полосы. В распоряжении сотрудников 2 автомобиля (иномарки). Применение цветной печати равноценно 4 дополнительным ч\белым полосам. Доп. Объем – доп.реклама, а что дает цвет, к которому читатель быстро привыкает?

«Усть-Катавская педеля» Челябинской области АНО: участок по оказанию типографских услуг, ксерокопирование, издание справочников, книжек местных авторов, покупали бумагу, разрезали ее и снабжали предприятия. Договора на информационное обслуживание предприятий и организаций. Сообщения о свадьбах, списки умерших. Нас. 30 тыс. тираж 4 тыс. альтернативная доставка. Лишь 10 процентов – почта. Продажа газет в торговых точках эффективнее чем через киоски «Роспечати» Свой сайт (2 тыс. посетителей), форум., детская электронная газета «Бум», через сайт общение с земляками, живущими в других странах и континентах. Субсидии покрывают 10 процентов расходов.

«Змеиногорский вестник» АНО, Алтай: АНО, 24 стр. еженедельник, штат 24 человека, в т.ч. 12 журналистов. Тир. 5300, плюс «ТВ-Змеиногорск» (4 раза в неделю) и сайт. Свои соцпрограммы по развитию территорий, на которые редакция получает гранты. В каждой газете – тема номера – проблемный или критический материал.

«Родная земля» Нижегородская обл.: своя доставка, продажа по магазинам, через редакцию 300 экз., общественные распространители за бесплатную подписку несут газету в свои коллективы или в деревню.

«Нап край» г. Миллерово, Ростовская обл. На 74 тыс. населен. 12 тыс. экз. Служба доставки – 20 курьеров. Призы среди подписчиков. Долгонгающие романы печатали. Обзвоны жителей, анкеты.

ООО «Костромская народная газета». Тир. 35 тыс. экз. Трехлетний мониторинг читательских пристрастий. Фокус-группа из 200 чел. еженедельно анкеты с вопросами, оценка полос по 10 бальной шкале, лучшие

материалы полосы и номера. Выше оцениваются материалы о местных знаменитостях, разоблачения, областные новости, материалы про звезд эстрады и кино. 32 полосы плюс тетрадка в 8 полос, где собрана развлекаловка.

«Реклама, Бизнес Якутии»: линейка из нескольких продуктов – «Реклама. Бизнес Якутии», «Якутск вечерний», «Она плюс», местные вкладки в «Комсомолку» и «Московский комсомолец». Всего 7 изданий недельным тиражом 200 тыс. экз. Своя типография, книжное издательство. Население около 1 млн. чел. оказание консультационных услуг, выпуск туалетной бумаги, производство оград на могилы, делают печати и штампы. Ассоциация «Все для вас» - 45 изданий. Вместо плача – действие. Побочное дело, чтобы выручало редакцию. Самостоятельное развитие рекламного рынка. Печать рекламы в кредит. Благодаря помощи газеты создан не один десяток предприятий с более чем 200 рабочими местами. В «Якутске вечером» 8 журналистов, переходят на ежедневный выпуск. 7 рублей пятничной номер. В каждом номере полоса рекламы. Зарплаты до 30 тыс., по нагрузка большая. Чтобы выжить, газетам нужно покрывать доходами от рекламы хотя бы 50 процентов общих расходов.

«Сальская степь» медиагруппа Ростовская обл. Газеты «Сальская степь», «Провинциальный базар», «Городок в Сальской степи», «Евразия-Сальская степь», телеканалы, радио, рекламная газета, типография. В качестве подарка для подписчиков – календари на мелованной бумаге, брошюра «Новогодние рецепты». База подписчиков на платформе 1С, 5 человек безработных со службы занятости (программа общественные работы), видел каждый подписчик. 10 тыс. подписчиков. Постоянным подписчикам 10 процентная скидка. Собственная скретч-карта (экспресс-оплаты как для мобильного телефона) печатают сами. Купил карту в магазине, зашел на сайт газеты, активизировал, доставщик на этой же неделе доставляет очередной номер.

«Диалог» г. Камышин Волгоградской обл. 125 тыс. население 21 тыс. тираж. 24 полосы в неделю. Оборот 5,5 млн. руб., окупаемость 75 процентов. Выход на самоокупаемость возможен при повышении рекламных расценок, оптимизации тиража до 16 тыс. экз. (отказ от льготной подписки). Печатают газету сами. 500 тыс. экз. в месяц формата А3 всего за 20 тыс. руб. Стоимость бумаги дотируется бюджетом (60 процентов областной, 40 – местный). Полоса верстается без макетов по модулям по американской практике. В штате 5 журналистов. Редактор читает материалы после выхода их в свет, исполняя обязанности коммерческого директора и менеджера. Каждый журналист творческую работу делает за полдня, а вторую половину дня подыскивает рекламу на свою полосу. Рекламодатели дают рекламу под конкретного автора, чтобы она появилась рядом с его материалом - «гвоздем номера» (т.е. первая полоса и место в ТВ программе оценивается

рекламодателями ниже). Журналисты крепкие, лауреаты областных и российских премий. Рекламы на 10 тыс. руб. в каждом номере. Кв. см. стоит 6 руб. Собственная доставка обходится в 26 руб. на полгода. Журналисты работают интенсивно, но имеют за то возможность на отдых ездить в Париж, Виу, Берлин, Скандинавию. Город поделен на доставочные участки. Доставщиков развозят принадлежащие машины. Доставщики обеспечены почтальонскими сумками. В селах газету доставляют культработники.

Подпиской занимаются те же доставщики. Самая дешевая цена подписки – авансовая, за 4 месяца до начала получения газеты. 70 процентов доставки – город. В селе только по центральным усадьбам. Активная рекламная политика.

«Сорочинский вестник» Оренбургская обл. Нас. город – 30 тыс., р-н 18 тыс. Тираж 7 тыс. экз. Есть модель издания и концепция газеты. Каждая тема номера имеет комментарий специалиста, должностного лица, 5 мнений читателей с фотографиями. На первой странице – «Читатель о главном» за неделю. Рубрики: «Точка зрения», прямые линии. 24 полосы в неделю. Нештатных авторов около 100 чел.

«Славное море» МУП Слюдянский район Иркутской области: ТВ, радио, газета – объединенная редакция. Договор на информационное обслуживание с местной властью (100 тыс. в квартал). Сократили количество корреспондентов с 4 до 1. Работают практически без выходных. Организуют внештатников и юнкоров. Стали лауреатами Всероссийского конкурса Союза журналистов. 24 полосы А3: сначала готовятся рекламные полосы, потом платные материалы, полоса писем читателей, потом – все остальное. Зарплаты по белой схеме, за 2009 год налогов более 500 тыс., подотчетны КУИ (коммущество), КЭФ (комитет по экономике и финансам, налоговой инспекции. В редакции есть ризограф. Значительная часть тиража реализуется через распространителей (накидывают на номер 3 рубля), продают в 98 точках района. Реальная подписная цена – 360 руб. за 6 мес. Нас. р-на 45 тыс. жителей. Из-за дороговизны отказались от услуг почты по доставке газеты из типографии в областном центре до города.

«Уездная жизнь» Никифоровский р-н Тамбовской обл.: «частная» газета (учредитель ООО «Агро-Пресс» корпорации сахарных заводов). 3 журналиста (ред, зам-фотокор, ответсек-верстальщик) на еженедельник из 12 полос А3 (8 полос собствен. инф.), тираж 1500 экз. 500 подписчиков, остальное – в розницу. Нас. р-на 20 тыс. чел. Матобеспечение качественное – все что необходимо (мебель, диктофоны, фотокамера, средства связи). Продажей газеты занимаются школьники, оформленные через центр занятости. Каждому платят по 700 руб. за 3 недели (служба занятости больше, газета – меньше). Заключение договоры с электронными библиотеками страны. Информацию берут, платят в долларах. В планах

выход газеты на межрайонный уровень.

«Свободный курс» ИД «Алтапресс»: чтобы выжить продавали акции пирамид, шли шапки. Рекламное приложение «Купи-продай». Сейчас компания издает 12 изданий, общий разовый тираж более 320 тыс. экз.: газеты общего содержания, деловые издания, сайт в Интернете, оазвлекательные издания, радиостанция, два гляцевых журнала. Собственная полиграфическая база, которая печатает 17 изданий. Газету должно делать максимальное количество людей разных взглядов. В 1995 году ИД обанкротил местную «Роспечать» и создал свое подразделение на ее основе, распространяя более 300 наименований газет и журналов, более 350 торговых точек. Служба подписки – более 70 процентов корпоративных изданий, 12 процентов частных лиц, 17 филиалов распространения. Полный цикл производства. Свои здания, оборудование, сеть распространения. При ИД школа практической журналистики совместно с Алтайским госуниверситетом (журналистика, реклама, связь с общественностью, дизайн).

6 ТВК и Кировонлайн: частный телеканал в кабельной сети, аудитория 90 тыс. чел. Обеспечение прямого трансляции событий из 2000 точек города. Вещание 24 часа в сутки. Прямые эфиры главных городских праздников. Штат телеканала – 1 сотрудник. Все остальные – по договорам (нижеперы, операторы, музыкальные студии, рекламные агентства, социальная сеть Кировнет – 100 тыс. сообщений в месяц. Своя редакция новостей на базе сайта. На новость по 500 комментариев. Новостная лента с блогами губернатора. Новости города и области. Чтобы новость приносила деньги она должна попасть в новостные агрегаторы (Яндекс, Гугл). Рынок прямых эфиров. На форуме многое вынесено на уровень клиент-клиент. Место нахождения кадров не играет для сайта никакой роли. Люди сами обслуживают свои потребности, делятся информацией и находками, клипами и т.д. Модераторам новостей, работающим на общественных началах, редакция за 5 лет не заплатила ни копейки. Никто специально не занимается рекламой, но прибыли в три раза больше, чем пужко на оплату журналиста, пускают на дизайн и техподдержку.

«Слободские куранты» Кировская область: г. Слободской и р-н, нас. – 80 тыс. Тираж 5,5 тыс., прибыль выросла вдвое до 2209 тыс. руб. Единственная платная газета на три полноцветных бесплатных. В учредителях местная администрация. Слоган: «Слободские куранты» – единственная официальная газета твоей малой родины». Собственная FM-радиостанция (ответсекретарь сам подбирает новости, работает со звуком). Новости четыре раза в день семь дней в неделю. Информацию дублирует газета. Анонсы газетных материалов. Месячный бюджет программы – 9 тыс. руб. Есть веб-сайт.

«Придопье» г. Цимлянск, Ростовской обл.: город 34 тыс. населения, тираж 6800 экз., своя подписка и доставка. Два сайта. Расположены в здании бывшего РК КПСС – выиграли тендер, а в гараже РК КПСС открыли свою типографию. Печать книг, бланочной продукции, газеты из других районов.

«Саров» Нижегородской области – частное издание. Рекламных изданий регистрируется в 10 раз больше, чем общеполитических. Еженедельник. 28 полос. Тираж 7 тыс. Распространение сам город Саров и юг Нижегородской области. Чем лучше в профессиональном смысле работает газета, тем хуже она живет (все силы на создание незаказных материалов). Раз в две недели подборки читательских писем с последующими откликами (подбирать надо такие материалы, на которые читателю захотелось бы ответить). Ряд социальных тем освещаются по грантам, либо по договорам с областной и местной властью. Гражданско-правовой проект «Гражданин» по заказу Агентства по печати и СМИ области. Договор с Заксобранием на освещение его деятельности.

«Вперед» г. Троицк Челябинской обл.: население города 84 тыс., района – 32 тыс. тираж газеты – 4 тыс. экз., выпуск выходного дня «Троицкая ярмарка» – 14 тыс. экз. Своя типография.

Своя доставка, своя подписка. Отдел распространения – ведущий отдел в газете. Напоминания подписчикам о сроке окончания подписки. База данных. 300 открыток ветеранам Отечественной войны. Телефонные приглашения подписаться на газету. Подписка на дому. Опросы причин прерывания подписки, выездные дни подписчика, в т.ч. и на селе, подписка на предприятиях. Конкурсы среди доставщиков и продавцов (распространителей) газеты. Акции: «Подпишись сам и подпиши соседа». Подарки активным подписчикам: цветные календари, брошюры полезных советов, стихов местных авторов, кулинарных рецептов, полезных советов, застольных песен, дисконтные карты сотрудничающих с редакцией магазинов с правом скидки на покупки и услуги, розыгрыши редакционной лотереи (призы: холодильник, телевизор, стиральная машина и т.д.). Информационная поддержка социальных и спортивных городских мероприятий.

«Клипская неделя» Московской области: бесплатная самокупаемая газета. В главных городских учреждениях и магазинах 20 стоек. Бесплатную подписку можно оформить по телефону.

«Знамя шахтера» г. Новошахтинск, Ростовская обл.: нас. 113 тыс. тираж 14 тыс. экз. Служба альтернативной доставки – 2/3 тиража (9700 экз.), остальное (3300 экз.) – почта. Отмечают лучших почтальонов. 95 процентов тиража – по подписке. Территория города большая, в службе доставки 2 автомобиля и 42 доставщика. Оплата – сдельная, выше, чем на почте, хотя работают 3 раза в неделю (газета выходит восьмиполосником 3 раза в

неделю). Доставщики доставляют и другие газеты, с редакциями которых «Знамя шахтера» (муниципальная газета) заключила договоры, а также областные и центральные газеты, квитанции, листовки и т.д. Служба доставки безубыточна. Цена номера на полугодие 294 руб., на почте – 315 руб.

Администрация города дает много (на 800 тыс. руб.) официоза, оплачивают на четверть, т.е. на 200 тыс. руб. Контроль половины рекламно-печатного рынка, но отдельная рекламная газета не пошла, все хотят видеть рекламу в основной газете.

«Аспект» г. Куйбышев, Новосибирская обл.: независимая газета, переход к газете как бизнес-проекту. Рекламный отдел, прайс-лист. Повысили значительно (в два раза) стоимость подписки, сократили тексты, улучшили дизайн. В кризисный 2009 год увеличили тираж. 24 полосы еженедельника готовят 15 сотрудников. Улучшили качество печати. Стали давать больше и выразительные снимки. Воспитывают журналистов с нуля. Через 3-5 лет они уезжают в областной центр, на смену им приходят другие. В штате главред, шеф-редактор, три журналиста. Все посещают семинары, тренинги, участвуют в различных проектах. Своя доставка, в т.ч. по предприятиям. 160 точек распространения, все продуктовые магазины, 4 продавца с рук. 2 экспедитора на личном транспорте. Летом газету продают школьники по акции «Лучшему продавцу – сотовый телефон» (10-20 ребят).

Глава 25

Стандарты журналистской деятельности

Стандарты (технические требования) к различным видам журналистской деятельности необходимы для унификации и стандартизации продуктов труда, обеспечения единообразия продуктов труда разных людей на страницах одного издания, тождественных подходов к одним и тем же проблемам, обеспечения приоритета одному из нескольких допустимых вариантов. Стандарты выполнения отдельных операций основываются на опыте предшествующих поколений газетных работников, помогают соблюдать общепринятые или прописанные в законах требования к созданию предпечатного макета издания.

Стандарты

(технические правила)

ГУ МО «Информационное агентство Шаховского района Московской области»

Стандарты структуры материала

К обязательным элементам структуры материала относятся:

- 1) формат (жаур);
- 2) баннер (суперрубрика-титул для полосного материала);
- 3) варианты заголовка (не менее 3), дающие привлекательное, яркое,

правдивое представление о содержании материала;

4) подзаголовок – краткое изложение сути, основной мысли материала (для большого материала);

5) лид-апоис, вводка (лиды прямые – сообщаются важнейшие аспекты события (для информации) и затяжные – передающие атмосферу материала (для прочих жанров); размер: не более 30 слов или 5 строк или 200-250 знаков. Если больше – следует убрать прилагательные и парения. Лид должен ответить на 3-4 основные вопроса: кто, что, когда, где (варианты: почему, как, откуда знаем); лид не должен состоять из цитаты – только косвенная речь, а цитата приводится во втором или последующих абзацах;

6) биллборд – установочный первый абзац текста;

7) подзаголовки главок – не меньше трех, не больше семи в материале более 200 строк (1/3 полосы);

8) абзацы (около 7 предложений в каждом);

9) врезка (вытяжка, выноска) – не повторяющиеся в тексте факты, биография, вытяжка из материала (если материал более 100 строк или одной страницы);

10) иллюстрация (динамичная, неофициальная, портрет);

11) подпись к иллюстрации (цитата персонажа, вытяжка из текста, биографический момент;

12) информационная поддержка (инфографика – цифры, которых нет в тексте, совмещенные с картинками, графиками в виде пирамидок. Чек-лист, цифра, выдержки из документов, инструкция, статистика, контактная информация, апоис, реакция. Допниформация: для справки, кстати сказать, на заметку, это интересно и т.д.);

13) киккер – последний абзац текста. Не жалеть времени для последнего предложения, фразы, которые столь же важны, сколь и удачный заголовок.

Киккер загоряет в мозг читателя главную идею текста.

Стандартные требования при создании заголовка материала

Заголовок (не менее трех вариантов)

Заголовок – первое слово автора в общении с читателем.

Заголовок должен объяснить читателю, о чем материал, основную мысль, идею текста.

Заголовок должен побудить к прочтению материала.

Заголовок должен ясно передавать суть события, соответствовать содержанию, предвосхищать его.

Не противоречить содержанию.

Быть простым и оригинальным, по возможности указывать на значение, характер, степень важности события.

Быть коррективным по отношению к событию (герою) и написанным в хорошем вкусе, соответствовать стилю и тону материала.

Заголовки бывают номинативные (неполное предложение: «Перпатое хозяйство») и предикативные (полное предложение: «Состоялся фестиваль физической и духовной культуры учащихся воскресных школ Московской области»). Предикативные заголовки – исключение.

Приветствуются модификации устойчивых выражений («Учительница строгого режима»), парадоксальное сочетание («Обострение стабильности»).

Отвергаются банальности и штампы.

Плохой заголовок есть плод пренебрежения к предварительному обдумыванию и планированию материала.

Плохой заголовок есть пренебрежение к читателю и газете.

Стандартные требования при подготовке текста материала

Основные правила подготовки текста

1 материал – 1 тема.

1 предложение – 1 мысль. Мысль должна быть закончена.

1 предложение – не больше 15 слов. Не следует продолжать предложение, когда мысль понятна. Чем короче и яснее – тем лучше. Если какое-то слово можно сократить – уберите его.

1 абзац – 1 аспект события. Не следует продолжать абзац, если главные стороны аспекта раскрыты. Если деталь можно выбросить – уберите ее.

Следует начинать с главного, а не с деталей. Главное должно быть понятным до перехода к деталям происшедшего.

Факт предпочтительнее комментария.

Активный залог (журналист написал статью) предпочтительнее пассивного (статья, написанная журналистом).

Старайтесь использовать глаголы действия. В изложении должна присутствовать интрига, удерживающая внимание читателя.

Ситуации описываются через известные и понятные картины.

Яркость языка обратно пропорционально яркости темы. Любая высокопарность воспринимается читателем как предвзятость или проплаченность (продажность) журналиста. Любая мысль и идея может быть передана просто.

Не следует злоупотреблять однородными членами предложения (не больше 4)

Надо корректно использовать архетипы (вещные сюжеты)

Не использовать:

парения при глаголе (быстро побежал);

качественные прилагательные (богатый человек);

субстантивы (отглагольные существительные на -ние): рисование, движение, делание;

повторяющиеся слова (даже однокоренные слова должны отстоять друг

от друга не менее чем на 20 строк в газете (6 колонок) или 200 знаков или 4 строки текста оригинала на листе);

присоединенные глаголы (принять участие, вынести решение);

словосочетания и обороты из бюрократического обихода (зачастую 5-6 абзацев бюрократического текста соответствуют двум-трем предложениям нормальной литературной речи);

пространные цитаты должностного лица (250-300 слов, сказанных экспромтом или подготовленных спичрайтерами порой соответствуют 5 словам нормальной литературной речи). Ради 2-3 ключевых слов необязательно цитировать весь абзац выступления должностного лица или передавать всю его речь;

бесмысленные слова (очевидно, очень, некоторый, в значительной степени, своеобразный и т.д.);

иностранные слова, названия, марки машин и техники, если есть русскоязычные аналоги или соответствующие русские названия.

Понятия следует употреблять реже образов, термины еще реже понятий, категории еще реже терминов

Осторожно использовать метонимию (изображение предмета через его часть: «лес поет»).

При создании материалов недопустимы:

пулевые (из банальных устойчивых словосочетаний, пословиц, поговорок, лозунгов и т.д. непонятно что подразумевающие) шаблонные заголовки;

двойные заголовки (объединяющие сразу два аспекта);

комментарийные заголовки к информационным материалам;

цитатные заголовки (кроме интервью, очерка, зарисовки);

в заголовках - сложные синтаксические конструкции;

удаление в заголовках друг от друга связанных между собой слов;

пулевые (непонятно что подразумевающие) подписи к снимкам;

вода в текстах, речевая избыточность;

отсутствие четкого формата материала и его структуры;

отсутствие главной темы и мысли;

стандартные речевые формулы чиновников (канцеляризмы), дежурные слова, штампы, технологизмы;

петочное словоупотребление;

повторы слов: даже однокоренные слова должны отстоять друг от друга не менее чем на 10 строк или 200 знаков;

нарушение грамматических норм;

логические ошибки.

Написание числительных:

не от пяти до 15, а от 5 до 15 (человек);

не 14 000 рублей, а 14000 рублей; не 6 миллионов 202 тысячи рублей, а

6202 тысячи рублей.

Стандартные требования при подготовке информации

Новость (информация)

Информация должна быть ясна по мысли, точна по языку, стройна по композиции, лаконична по изложению. Следует включать факты (конкретные явления, события, решения) неизвестные читателю, а не личные предположения.

Должна отвечать на вопросы читателя (кто? что? где, когда? (варианты последнего или дополнительного вопроса как? почему? с какой целью, кто в выигрыше?), а не вызывать новые вопросы.

Сообщаемые детали и оценки должны быть конкретны, а не абстрактны.

Каждое слово должно работать и быть необходимым для изложения сути происшедшего, не давая ему оценок и бессмысленных определений типа «серьезная опасность», «неподтвержденные слухи».

Не должно быть лишних слов и оборотов вроде «общезвестно, что...», «не приходится сомневаться в том, что...», «следует отметить, что...». Все лишнее – отсекается.

Излагается только суть явления без третьестепенных деталей и уточнений, без включения бабальностей (не следует в июле сообщать, что на дворе – лето, у школьников канюкулы, что лето – пора отпусков).

Используется активный залог вместо пассивного (депутаты обсудили вопросы, а не вопросы были обсуждены депутатами).

В информации может присутствовать краткая оценка общественного значения события.

Информация для полосы «Папорама новостей» должна быть размером 20-25 строк или 460 знаков.

Стандарты написания

(подробнее материал размещается в памятке корректора)

ЧИСЛА, ЗНАКИ, СОКРАЩЕНИЯ

1. Века обозначаются римскими цифрами.
2. Предложение с цифр не начинается.
3. Инициалы друг от друга пробелом не отделяются, но отделяются от фамилии, напр. В.Н. Бошляков.
4. Нарращение (буквенное падежное окончание) используется в записи порядковых числительных: ученик 11-го класса; 1-й вагон из центра; 5-й уровень сложности; занять 2-е и 3-е места; в начале 90-х годов. Нарращение должно быть однобуквенным, если последней букве числительного предшествует гласный звук: 5-й (пятый, пятой), 5-я (пятая), и двухбуквенным, если последней букве числительного предшествует согласный: 5-го, 5-му.

«Ученик 3-го класса» – это порядковое числительное. Поэтому «го» ставится. «1-е место», «Они заняли 3-е место» – порядковое числительное, по-

тому «е» (нарращение) ставится! «Ребенок 4 лет», «Мальчик 12 лет» – это количественное числительное. Поэтому никакие нарращения (4-х, 12-ти) НЕ ставятся.

НО! ЗАПОМНИТЬ! В морской тематике «ранг» пишется только цифрой и без нарращения: «Капитан 1 ранга», «Капитан 3 ранг» и т.д. – «го» НЕ пишется.

1 сентября – это порядковое числительное. Но если после цифры следует название месяца, то «го» НЕ пишется. «1-го, в понедельник, мы ходили...» – это порядковое числительное. Но названия месяца нет, поэтому следует нарращение «го». «2009 года» – если есть слово «года», то нарращение НЕ пишется (2009-го года, 2009-й год – это неправильно!). «В 2009 году произошли следующие события...» – это правильное написание! «2009-го» – если слова «год» нет, тогда нарращение пишется (2009-й, 2009-го...) – «2009-й» обозначает следующими событиями...»

5. Международный стандарт обозначения времени, принятый и в России – через двоеточие: 18:00.

6. Для обозначения крупных чисел (тысяч, миллионов, миллиардов) используются сочетания цифр с сокращением тыс., млн., млрд., а не цифры с большим количеством нулей.

7. Слово “вуз” пишется маленькими буквами, РОНО – большими.

8. В некоторых аббревиатурах используются и большие, и маленькие буквы, если в их состав входит однобуквенный союз или предлог. Напр.: КЗоТ – Кодекс законов о труде; МиГ – Микоян и Гуревич (марка самолета).

9. Спецкор, собкор, фотокор, корчет, замглавы – пишем в одно слово и без точек внутри.

Имена собственные в нарицательном смысле – «маншловы», «чичиковы» – всегда с маленькой буквы.

10. И т.д., и т.п., т.е., т.к., т.п. – всегда пишется без пробелов.

11. Между номером (№) и цифрой (5) – всегда ставится пробел: № 5, № 10, № 12. **НО!!! №№5 и 8.**

12. 20-процентный (между цифрой и словом – всегда дефис без пробелов). Между цифрами ВСЕГДА ставится ТИРЕ (без пробелов): 1–2, 3–5, 25–80, 125–200, 15%–20%, 35–40%, 75,8–80,1%, (знак % не отделяется) 7–8 см, 15–18 см, 29–35 км и т.д. (см и км – отделяются).

Цифры включительно до 10 (десяти) пишутся словами! «Пять лет длилась эта война...», «Почти четыре дня они ничего не ели» и т.п.

ПРАВИЛЬНО: 33,5 года. 33,5 лет – неправильно!

ПРАВИЛЬНО: «150-я годовщина» или «150-летие».

ПРАВИЛЬНО: «По три золотые медали» – (так как «медаль» – женского рода). За последние два года. За первые пять месяцев. За ближайше пару веков – окончание «ИЕ», потому что – перед За последние четверть века –

числительным! За последние полстолетия.

«За две последние недели» – потому что «неделя» – это женский род.

«За два последних года» – (год – мужской род).

ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ НАЗВАНИЯ

1. Вместо «Чехия» пишется «Чеченская республика».
2. В Конституции РФ прописан вариант «Республика Тыва».
3. Правильно писать Шарм-эль-Шейх.
4. Правильно писать сектор Газа.
5. Употребляется только «с Украины/на Украину».
6. Правильно: в г. Нижнем Новгороде, в городе Москве, в г. Санкт-Петербурге, в городе Владивостоке, в Видном, из Видного, но: в городе Видное, из города Видное; в Великих Луках.
7. Топонимы славянского происхождения на -ов(о), -ев(о), -ин(о), -ын(о) традиционно склоняются: в Остапкинне, в Переделкинне, к Строгину, в Новокосинне, из Люблина.
8. В названии типа «Москва-река» склоняются обе части: Москвы-реки, Москве-реке, Москву-реку, Москвой-рекой, о Москве-реке.

МАЛЕНЬКИЕ/БОЛЬШИЕ БУКВЫ И КАВЫЧКИ

1. Названия высших выборных учреждений зарубежных стран обычно пишутся с маленькой буквы. Например: риксдаг, кнессет, конгресс США, бундесрат, сейм и т. п.
2. Первое слово выборных учреждений временного или единичного характера в исторической литературе пишут с большой буквы. Напр.: Временное правительство (1917 г. в России), Генеральные штаты, Государственная дума, III Дума.
3. С большой буквы пишутся названия стран света, когда они употребляются вместо геогр. названий. Напр.: народы Востока (т. е. восточных стран), Дальний Восток, страны Запада, Крайний Север.
4. В названиях республик РФ все слова пишутся с большой буквы. Напр.: Республика Алтай, Кабардино-Балкарская Республика, Республика Северная Осетия.
5. В названиях важнейших международных организаций с большой буквы пишутся все слова, кроме служебных. Напр.: Общество Красного Креста и Красного Полумесяца, Организация Объединённых Наций (ООН), Совет Безопасности ООН.
6. В названиях зрелищных учреждений (театры, музеи, парки, ансамбли, хоры и т. п.) с большой буквы пишется только первое слово, а также собственные имена, входящие в название. Напр.: Государственный академический Большой театр России, Центральный академический театр Российской армии, Московская государственная консерватория им. П. И. Чайковского, Государственная оружейная палата.

7. Не заключаются в кавычки названия фирм, компаний, банков, предприятий, представляющие собой сложносокращенные слова и аббревиатуры, если нет родового слова: ЛУКОЙЛ, Газпром, РЖД, НТВ. При наличии родового слова написанное кириллицей название заключается в кавычки: компания «ЛУКОЙЛ», ОАО «Газпром», ОАО «РЖД».

8. Первое слово и собственные имена в полных официальных названиях партий и движений пишутся с большой буквы. Напр.: Всероссийская конфедерация труда, Союз женщин России и т.д. и т.п. (Стандарты правописания можно локализовать в памятке корректору).

Порядок обозначения

1. Сначала следует должность, потом наименование организации, потом инициалы, потом фамилия (первый заместитель министра сельского хозяйства и продовольствия Правительства Московской области В.Н. Бошляков)

Стандартные требования при вычитке материалов и полос

Американский журналист и писатель Рой Питер Кларк выявил 27 видов вычитки материала.

В ходе каждой из вычиток проверяется один из аспектов.

Необходимо последовательно (в ходе специальной отдельной читки) обязательно проверить главные из них:

- правильность имен, отчество, фамилий и должностей, названий учреждений (в материале, кроме информации, вначале дается официальное (полное) название учреждения, затем идут его краткие названия);
- правильность географических названий и места действия;
- правильность показателей и иных данных;
- правильность цитат, названий литпроизведений, имен литгероев и персонажей; наименований наград, программ, мероприятий;
- наличие изложения иной точки зрения (если в материале излагается позиция одной из сторон, например жалоба в звонок дежурному по номеру);
- ясность выражения главной мысли, темы, соразмерность частей материала;
- наличие заключения, подписи;
- согласование слов в предложении;
- орфографическую правильность текста и других частей материала;
- пунктуационную правильность текста и других частей материала;
- правильность переносов;
- соблюдение формата (жапра);
- появление второго (нежелательного) смысла.

Завершение работы по вычитке материала (текстов) сотрудник заверяет своей подписью на оригинале материала или полосы.

Заключенный материал отличается от черновика тем, что в заключенном материале не должно быть более трех всевозможных ошибок на листе. Если

четыре и более ошибок на листе, то такой материал возвращается автору на доработку. Если более двух ошибок на листе при повторной сдаче, или правка сделана несвоевременно, материал может быть засчитан как переданный с вытекающими дисциплинарными последствиями.

При вычитке номера корректору, дежурному по номеру, дежурному редактору также необходимо обратить внимание на присутствие выходных данных, обязательных по Закону «О средствах массовой информации»

Обязательные выходные данные периодического печатного издания:

- 1) название издания;
- 2) учредитель (соучредители);
- 3) фамилия, инициалы главного редактора;
- 4) порядковый номер выпуска и дата его выхода в свет, а для газет - также время подписания в печать (установленное по графику и фактическое);
- 5) индекс - для изданий, распространяемых через предприятия связи;
- 6) тираж;
- 7) цена, либо пометка "Свободная цена", либо пометка "Бесплатно";
- 8) адреса редакции, издателя, типографии.

Сообщения и материалы информационного агентства должны сопровождаться его названием.

Если средство массовой информации не освобождено от регистрации, то в выходных данных указывается также зарегистрировавший его орган и регистрационный номер.

Оптимальные форматы текстов: Информация, повесть, хроника (5-20 строк), заметка (15-30 строк); отчет (от 60 строк – краткий, до 200 строк и более – полный, стенографический); интервью (120-240 строк); опрос, включая пять фотографий - 200 строк; аналитический комментарий, репортаж (100-160 строк); корреспонденция (80-160 строк); аналитическая корреспонденция, журналистское расследование, статья (150-240); комментарий (40-160 строк); рецензия (120-180 строк); аналитическое обозрение, зарисовка (70-140 строк); очерк (180-450 строк); фельетон (80-160 строк); круглый стол (200-500 строк); прямая линия (300-500 строк).

Система действующих планов и графиков подготовки материалов

К основным документам редакции относятся: сводный тематический план полугодия, план подготовки полос на полугодие, дедлайны сдачи полос на полугодие, информационные задания на неделю.

Формирование информационных заданий

Предложения журналистов по формированию информационного задания должны подаваться в секретариат до 12 часов понедельника. При отсутствии предложений журналиста информационные задания формируются редакцией по принятым в редакции нормам. Утвержденные информационные задания выдаются журналисту не позднее 14 часов понедельника.

Распоряжением директора-гл. редактора информационные задания могут быть изменены или дополнены сверх принятых минимальных норм, что учитывается при начислении премии.

Нормы подготовки материалов

За рабочую неделю по подготовке очередного номера с 14 часов понедельника одной недели до 12 часов понедельника следующей недели журналист обязан подготовить минимальную норму материалов, состоящую из трех материалов в разных жанрах с фотоиллюстрациями для целевой профильной полосы плюс один материал с фотоиллюстрацией для общей полосы плюс три информации для полосы «Панорама новостей». Целевая полоса может готовиться либо по стандартному макету, либо по индивидуальному и предварительно утвержденному заданию, в т.ч. предложенному журналистом. В таком случае количество материалов зависит от задания.

Хронометраж и дедлайн

На подготовку стандартного материала информационной группы жанров отводится от полутора до трех часа рабочего времени журналиста. На сбор и написание трех информации выделяется три часа. За рабочий день журналист должен подготовить либо один материал, либо три информации. При этом четыре часа оставляются на непредвиденные ситуации и составляют скрытый резерв времени для подготовки более сложных материалов, либо подготовки дополнительных материалов сверх стандартного минимального информационного задания по заданию редактора или лица его замещающего. Обработка письма не требующего проверки, выступления (самоотчета) должностного лица на 80-150 строк не должна превышать 30-60 минут для материала на спортивную тему, 60-90 минут - на темы образования, культуры, правопорядка и т.д. Журналист обязан рационально использовать рабочее время, еженедельно обновлять информационную базу, поддерживать связь с информаторами, повышать качество подготавливаемых материалов и их сложность, тематическое и географическое разнообразие, еженедельно заполнять сетевые графики, использовать профильные целевые районные программы, освещать реализацию инициатив.

Срывы дедлайнов

Речь идет о количестве случаев, когда журналист не смог сдать текст к назначенному времени, которое еще называют дедлайном (от англ. deadline — предельный конечный срок). Срыв дедлайна — один из самых серьезных проступков в журналистской работе. В некоторых редакциях за это наказывают штрафом, причем весьма внушительным, например доллар за минуту задержки. А если сотрудник систематически запаздывает со сдачей текста, есть смысл подумать о его замене.

Ответственность за нарушение дедлайнов

За несвоевременное выполнение работ сотрудник несет дисциплинарную

ответственность, согласно трудовому кодексу РФ.

Критерием ненадлежащего исполнения трудовых обязанностей является исполнение обязанностей не в полном объеме и за пределами сроков, отведенных для этого, вследствие чего результат действий не соответствует первоначальной цели исполнения. Несвоевременность исполнения должностных обязанностей предполагает опоздание или задержку выполнения задания.

Ответственность за нарушение стандартов (технических правил)

Нарушение стандартов ГУ МО «Информационное агентство Шаховского района Московской области» является нарушением технологической дисциплины, за которые сотрудник несет ответственность в дисциплинарном порядке. К неисполнению или ненадлежащему исполнению работником трудовых обязанностей без уважительных причин относится, в частности, нарушение требований законодательства, обязательств по трудовому договору, правил внутреннего трудового распорядка, должностных инструкций, положений, приказов руководителя, технических правил (стандартов) и тому подобное.

Постоянные элементы газеты

1. Устойчивая интерактивная связь с читателями (полосы или рубрики «Дежурный по номеру», «Читатель – газета», и т.п. с четким и крупным обозначением телефона и сайта дежурного по номеру, а также возможностью отправить SMS-сообщение. 2. Контроль за действительностью выступлений. Наличие рубрик «Меры приняты», «Возвращаясь к напечатанному», «По следам наших выступлений», «Спрашивали – отвечаем» и т.д. 3. Наличие критических материалов под рубриками: «Острый сигнал», «Фотообвинение» с краткими, живыми, образными, ироническими, сатирическими комментариями по поводу и т.п. 4. Наличие разнообразных (из разных сфер жизни) новостей (новостных блоков). 5. Публицистичность, наличие постановочных, злободневных материалов. 6. Разнообразие жанров (репортаж, малый очерк, фельетон, эссе, аналитическая корреспонденция и т.д.). 7. Наличие инфографики. 8. Эффективность и насыщенность коммуникативного моста «народ – газета – власть – газета». 9. Наличие акций «SOS», «Помоги слабому, нуждающемуся» – пенсионеру, инвалиду, ветерану, больному, одинокому. 10. Доверительность тона издания, наличие публикаций под рубриками «Исповедь», «Откровенный разговор», «Разговор по душам», «Житейская история» и т.п. 11. Совершенствование верстки, стиля издания, современный дизайн полос. 12. Яркие фотоснимки. 13. Броская первая полоса. 14. Наличие постоянных полос «Губерния», «В Мособлдуме». 15. Современное обновление сайта издания. Создание и оперативное ведение электронной версии газеты.

Предпосылки разработки сравнительной журналистики как самостоятельного направления общей журналистики

Воспитав в журналисте базовые, основополагающие творческие и профессионально-этические принципы необходимо экипировать его соответствующим теоретическим багажом и практическими навыками его использования. Ведь средство массовой информации, в котором журналисту предстоит работать может не только соответствовать заложенным у журналиста принципам и способствовать их реализации, но и быть нейтральным к ним, а то и вовсе агрессивным. И если в больших городах журналист имеет воз-

возможность пойти газету, чья концепция соответствует его убеждениям, то в небольших городах, а тем более в муниципальных районах сделать это невозможно. И тогда встают два пути: либо изменить принципам, либо пойти такие формы и наполнения контента, которые помогут не изменяя себе, создавать информационный продукт, устраивающий работодателя. Ведь принципы журналиста инконным образом не ограничивают выбор содержания и формы творчества.

Один из журналистов центральной газеты свидетельствует:

- Готовил материалы традиционным способом (то есть, пользуясь жанровой системой), и они с трудом доходили до полосы, так как жанровая система предполагает выражение авторской позиции, что видимо редакцию не всегда устраивало. Освоил Британскую модель (вместо информации стал готовить «несочные часы», вместо статей пьюс-фиче и т.д.) – стали печатать почти в каждом номере, потому что там авторская позиция скрыта за фактом, комментариями экспертов и очевидцев. Затем у редакции сменился собственник, и Британская модель создания текстов из желательной стала обязательной, а авторитарно-либертарианская модель окончательно превратилась в либертарианскую. Состав сотрудников редакции почти полностью обновился, а автор пошел на повышение, не изменяя при этом ни своим принципам, ни своему читателю и по-прежнему далеко не всегда соглашаясь с позицией редакции. Учитывая что российская пресса 20 лет находится в процессе перемен и этот процесс еще будет продолжаться несколько десятилетий пока общество не консолидируется вокруг общей национальной идеи, есть все предпосылки к тому, чтобы в рамках общей журналистики создать новое направление журналистики сравнительной, подобно тому как в политологии появилась ветвь сравнительной политологии. Заботясь о нравственном здоровье журналистов необходимость вооружать их знаниями сравнительной журналистики, научить одно и то же событие отражать, если требуется, как в цельном восприятии (жанровая система), так и в сегментарном (Британская модель), как с авторитарных (государственных) позиций, так и с либертарианских (с приоритетом интересов личности) и с позиций журналистики социальной ответственности (гражданских, общественных). А для этого следует описать как методологии, так и технологии создания контента каждой из систем в одном учебном пособии. Это будет долгожданным вкладом теоретической науки в практику.

**При подготовке к зачетам и данному пособию использовалась
следующая основная литература:**

- Ахмадуллин Е.В. Основы теории журналистики, Ростов н/Д Феникс, 2009,
Бакулаев Г.Н. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. М.: Аспект-Пресс, 2010,
Васильева Л.А. Делаем новости. М.: Аспект-Пресс, 2003,
Ворошилов В.В. Журналистика. М.: КноРус, 2009,
В помощь начинающим журналистам. М.: Правда, 1965
Газетные жанры. М.: Политгиздат, 1971
Газетные жанры. М.: Политическая литература, 1976
Горохов В.М. Методы журналистского творчества. М.: МГУ, 1982
Деловая журналистика, сборник М.: МедиаМир, 2012,
Инджиев А.А. Универсальный справочник начинающего журналиста. Ростов-на-Дону, 2007
Интернет-СМИ: Теория и практика. М.: Аспект-Пресс, 2010
История печати: Антология: Т. III. М.: Аспект-Пресс, 2008
Кайда Л.Г. Эссе: стилистический портрет М.: Флинта: Паука, 2008
Колесниченко А.В. Практическая журналистика. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010
Корконосенко С.Г. Основы журналистики, М.: Аспект-Пресс, 2009,
Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста, М.: Аспект-Пресс, 2010
Лазутина Г.В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества, М.: Аспект-Пресс, 2012.
Лобков Д. Как заработать на сенсациях. М.: ИТ ПРЕСС, 2006
Мельник Г.С., Виноградова С.М. Деловая журналистика. СПб.: Питер, 2010
Проблематика СМИ. М.: Аспект-Пресс, 2008
Проблемы жанров в журналистике. Л.: ЛГУ, 1968
Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. М.: Аспект-Пресс, 2007
Прохоров Е.П. Правовые и этические нормы в журналистике. М.: Аспект-Пресс, 2007
Районная газета. М.: Советская Россия, 1968
Самарцев О.Р. Творческая деятельность журналиста. М.: Академпроект; Гандеамус, 2009
Свитич Л.Г. Введение в специальность: Профессия: журналист. М.: Аспект-Пресс, 2008
СМИ в меняющейся России: коллективная монография М.: Аспект-Пресс, 2010
Татаршова Л.Е. История русской литературы и журналистики. XVIII в. М.: МГУ, 1982
Теория и практика советской периодической печати. М.: Высшая школа, 1980.
Тертычный А.А. Аналитическая журналистика М.: Аспект-Пресс, 2010
Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М.: Аспект-Пресс, 2002
Технология новостей от Интерфакса, М.: Аспект-Пресс, 2011.
Цешости современного общества и СМИ, М.: факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2012

Оглавление

Глава 1	
Муниципальная газета в системе средств массовой информации	3
Глава 2	
Для чего необходимо знание газетных жанров	6
Глава 3	
Истоки жанров	8
Глава 4	
Информационные потребности, ожидания, жанр	11
Глава 5	
Частота использования жанров	14
Глава 6	
Об идеальных образцах	20
Глава 7	
Информационные жанры : заметка, информация, новость, хроника	21
Глава 8	
Отчет	30
Глава 9	
Репортаж	35
Глава 10	
Интервью	42
Глава 11	
Аналитические жанры	51
Глава 12	
Отзыв и рецензия	57
Глава 13	
Статья	62
Глава 14	
Письмо	70
Глава 15	
Художественно-публицистические жанры	75
Глава 16	
Очерк	81
Глава 17	
Сатирические жанры	95
Глава 18	
Эссе	106
Глава 19	
Британская модель	115
Глава 20	
Жанры и время	146
Глава 21	
Планирование работы	151
Глава 22	
О чем полезно знать	164
Глава 23	
Производственная тема в газете	185
Глава 24	
Из практики выживания районных и городских газет	188
Глава 25	
Стандарты журналистской деятельности	209

Дюдни В.Н. Жанры в муниципальной газете (Практическое пособие для начинающих журналистов муниципальных общественно-политических районных и городских газет). – Тверь: Изд-во "ВТ-ПРЕСС", 2010.
Корректура и верстка автора.
Подписано в печать с готовых диапозитивов 28.04.2010
Формат 60X84 1/16. Гарнитура Петербург. Печать офсетная. Бумага офсетная. Усл. печат. л. 12,0 Тираж 400 экз.
Заказ № 5072
Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленных диапозитивов.
ISBN 978-5-87049-739-6
"ВТ-ПРЕСС"
г. Тверь, ул.Брагина, 6А, оф. 301
Издательство "ОАО "Тверская областная типография"
Отпечатано в "ОАО "Тверская областная типография"
170100, г. Тверь, Студенческий пер., 28
С исправлениями и дополнениями в PDF версию 2013 год



Дюдин Владимир Николаевич,
заслуженный работник печати
Московской области,
редактор шаховских районных
газет «Путь Октября»,
«Шаховские вести», муници-
пальной информационной
компания «Шаховские вести»,
альманаха «Провинциальные
хлопоты», член Союза журна-
листов РФ, преподаватель
социологии.

Окончил факультет журнали-
стики МГУ им. М.В.

Ломоносова и отделение жур-
налистики Российского соци-
ально-политического институ-
та (позднее МГСУ при
Минтруда РФ), участник
Всероссийских научно-прак-
тических конференций по
журналистике при факультете
журналистики МГУ.

В 1995 году редактируемая им
муниципальная газета
«Шаховские вести» фондом
«Евразия-Центр» была при-
знана одной из лучших в
Центральной России.