

НАСТОЛЬНАЯ КНИГА ЮВЕНИЛЬНЫХ РЕДАКЦИЙ

Яна Филина
Любовь Гризлюк



сургут, 2018

**ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ
ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ**

**БУ ВО ХМАО-ЮГРЫ «СУРГУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Яна Филина, Любовь Гризлюк

НАСТОЛЬНАЯ КНИГА ЮВЕНИЛЬНОЙ РЕДАКЦИИ

Сургут, 2018

Редактор: Гризлюк Л.В.,
член Союза журналистов РФ

Филина Я. А., Гризлюк Л. В. Настольная книга ювенильной редакции :
Практическое пособие: — Сургут: РИО СурГПУ, 2018 — 63 стр.

В данном практическом пособии Яна Филина, студентка 4 курса филологического факультета направления «Журналистика» БУ ВО ХМАО-Югры «Сургутский государственный педагогический университет» обобщила теоретический и практический материал выпускной квалификационной работы. Представленная в свободной форме, содержательная часть раскрывает особенности редакторской подготовки детско-юношеских изданий пресс-центров образовательных учреждений.

В качестве иллюстраций использованы изображения,
найденные через поисковую систему Yandex.ru

!Не для коммерческого использования

© Филина Я. А., Гризлюк Л. В.

© Сургутский государственный педагогический университет, 2018.

Содержание

Предисловие	5
Организация работы в ювенильной редакции	8
Структура редакции.....	8
Руководитель пресс-центра как главный редактор ювенильного издания.	14
Принципы взаимодействия с каждым сотрудником ювенильной редакции	17
Игра как способ постижения основ журналистской деятельности	22
Основы журналистской деятельности.....	25
Журналистская авторская деятельность.....	25
Принципы работы журналиста с источниками информации	27
Из чего состоит журналистский материал.....	30
Редакторская деятельность	37
Проектно-аналитическая деятельность	40
Правовые основы функционирования ювенильных редакций	42
Нормативные правовые акты о СМИ	42
Нормативно-правовые основы деятельности детского объединения дополнительного образования.....	54
Технические условия подготовки ювенильных СМИ	64

Предисловие

Дорогие читатели!

Вы держите в руках практическое руководство, посвященное организации работы в ювенильных редакциях*.

Ювенильные издания сегодня очень популярны, однако часто детско-юношеские редакции, трудящиеся над созданием своего СМИ, не могут функционировать должным образом из-за непонимания, как грамотно организовать работу редакции; ведь им нужно учесть все особенности образовательного процесса, с одной стороны, и специфику журналистской деятельности, с другой.

Мы представляем «Настольную книгу ювенильной редакции», где собраны советы по улучшению работы в ювенильном коллективе пресс-центра. Практическое руководство состоит из трех самостоятельных разделов, каждый из которых можно изучать отдельно от другого.

Надеемся, что практическое руководство поможет редакционному коллективу в подготовке вашего ювенильного издания.

Перед тем как вы приступите к изучению данного руководства, определимся с таким понятием, как «редакторская подготовка изданий».

Редакторская подготовка изданий — это комплекс различных видов деятельности, направленных на реализацию идейно-тематической концепции издания в соответствии с заданным типом, начиная от организационно-управленческих работ и заканчивая правкой материалов.

В определении есть два основополагающих понятия, которые заявляют специфику работы редактора: это *тип издания* и *концепция издания*.

Концепцией издания считается продуманная система и регламентированная стратегия, главная, руководящая идея, которую стремится реализовать учредитель при основании издания. Концепция

* Под ювенильной редакцией понимается коллектив детей и подростков, которые создают медиапродукт в рамках занятий в пресс-центре образовательного учреждения.

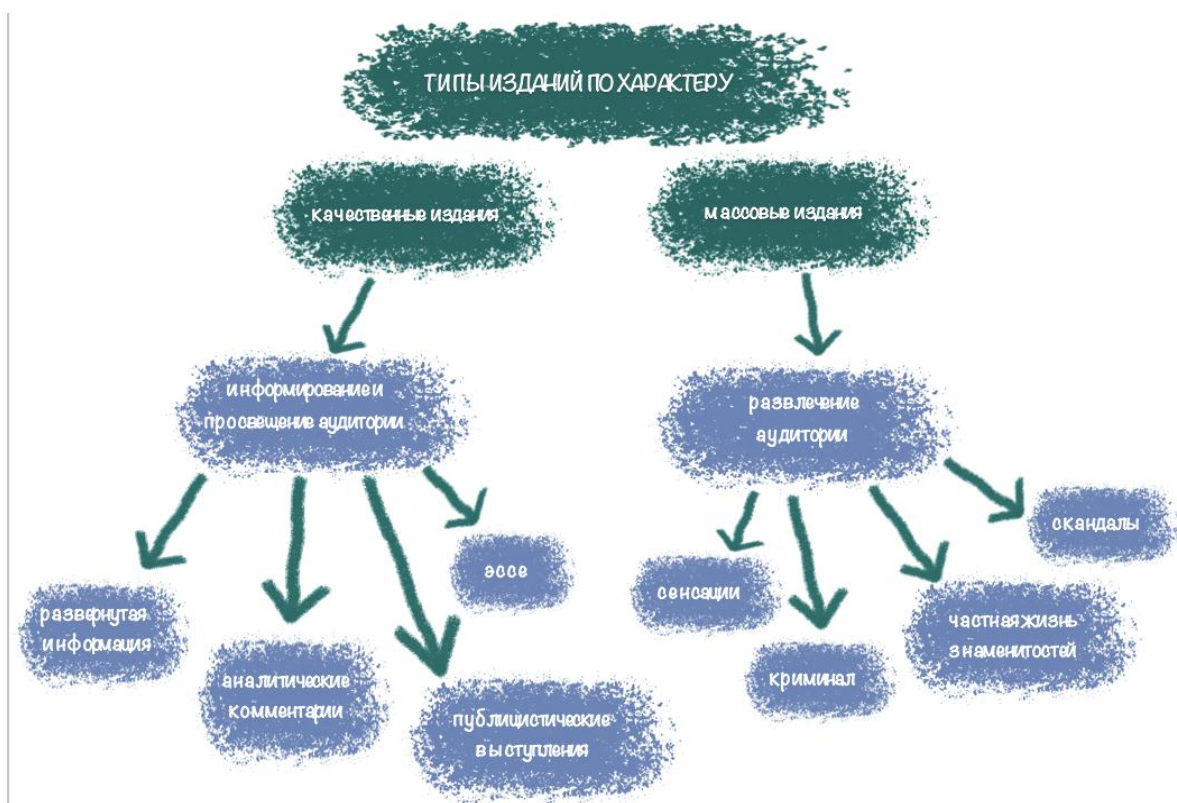
выражается в цели. Иначе говоря, определить концепцию издания можно, задав вопрос «*каким должно быть наше СМИ?*».

Тип издания определяется по разным признакам. Это аудитория, учредитель, целевое назначение издания, регион распространения, издательские характеристики (периодичность выхода, тираж, формат, объём издания), характер издания (качественное, массовое, смешанный тип).

Так, **качественные** издания (они так называются потому, что работают на аудиторию с определенным набором качеств. Например, издание для школьников, углубленно изучающих тот или иной предмет, можно назвать качественным) отличаются аналитичностью, спокойным тоном изложения, достоверностью фактов и надежностью мнений. Наоборот, СМИ **массовые** (то есть распространяющие информацию сразу для всех, пытающиеся угодить одновременно всем читательским вкусам) транслируют новости, которые отличаются развлекательной манерой подачи информации.

Смешанный тип, соответственно, образовался в результате объединения качественного и массового типов.

По аудитории издания делятся на специализированные и «для всех и обо всем».



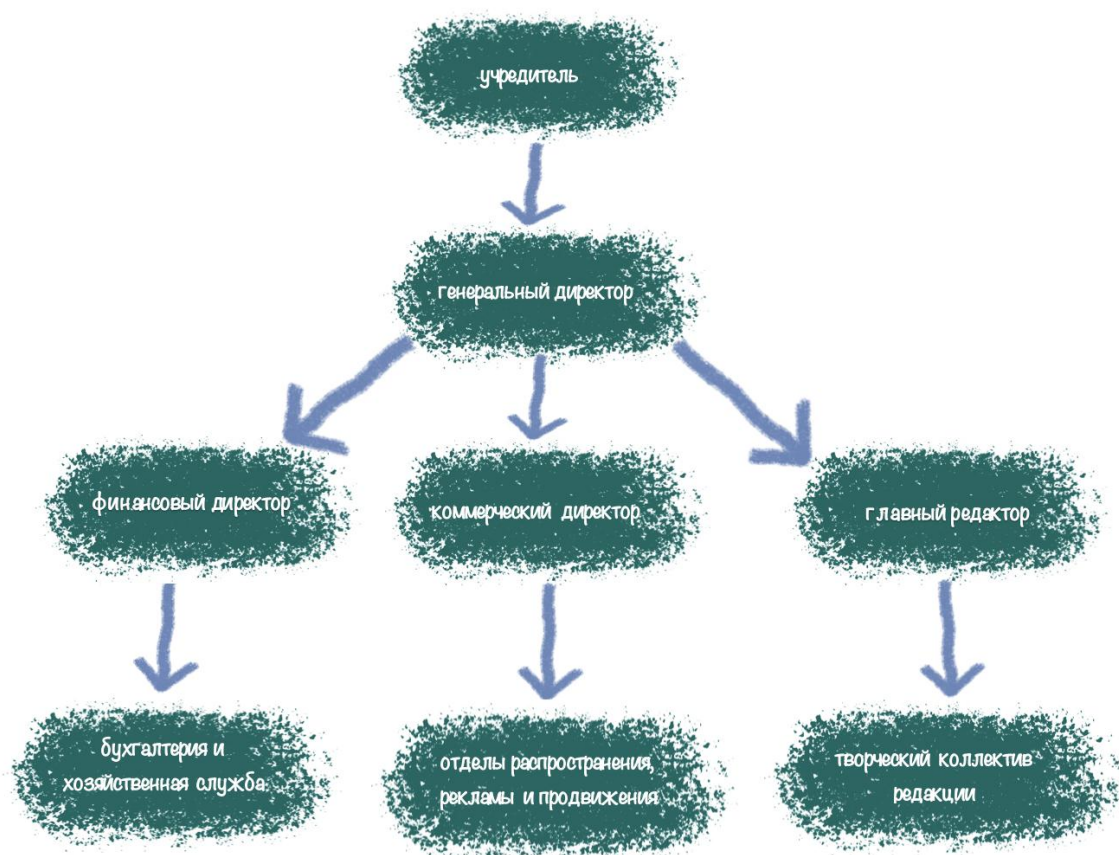
Формирование концепции влияет не только на определение типа издания, всех его особенностей, но и на программу деятельности ее редакции, на выбор целевой аудитории издания. Концепция издания является основой разработки ее модели — как содержательно-тематической, так и композиционной и графической.

От концепции издания зависит многое. Например, организация работы редакционного коллектива, о которой пойдет речь в первом разделе практического руководства. Во второй части представлены азы журналисткой деятельности по трем основным направлениям. В третьей части собраны основные нормативные документы, регулирующие правовую и образовательную деятельность ювенильных редакций.

В добрый путь!

Структура редакции

СМИ — это, по сути, предприятие. Во главе предприятия стоит его собственник. Это может быть один человек или коллектив собственников, как частных, так и представителей государственных или общественных структур. В печатных СМИ собственника называют издателем. Он отвечает за функционирование своего предприятия, за прибыльность его



деятельности, определяет общую информационную и рекламную политику СМИ.

Непосредственно управляет предприятием генеральный директор. За работу каждой службы отвечает ее руководитель. За информационную часть — главный редактор или режиссер. За рекламу — директор по рекламе/коммерческий директор. За финансы — финансовый директор и т. д.

Процесс подготовки и выпуска издания во многом зависит от особенностей функционирования творческого коллектива.

Под творческим коллективом подразумевается редакция издания как «объединение граждан, осуществляющие производство и выпуск средства массовой информации». У этого коллектива есть общие цель и задачи, которые и определяют их характер и особенности.

Редакционный коллектив СМИ — это профессионально-творческая, организационно-производственная и экономическая структура, которая определяется главным редактором — ее руководителем.

Гуревич С. М. определяет редакцию как *трудовой коллектив*, в котором сотрудники выполняют задания руководства. Во-первых, он создан для подготовки и выпуска периодического издания (будь то печатная пресса, программа на ТВ/РВ или же Интернет-СМИ) и удовлетворения потребности аудитории в информации. Во-вторых, в составе редакционного коллектива трудятся специалисты, которые обладают необходимыми для подготовки и выпуска издания знаниями, умениями и навыками.

Конечно же, редакция периодического издания является и *творческим коллективом*, который создает журналистский литературный продукт.

Редакция СМИ представляет собой также *производственный коллектив*, «результатом деятельности которого является духовная продукция — определенное количество знаний, сведений, представленных в форме журналистской информации, а также ее материальные носители». Как и любой производственный коллектив, редакция СМИ работает согласно производственному плану и подчиняется четкому графику выпуска материалов, которые аудитория должна получать в определенное время.

При определении структуры редакционного коллектива редактор опирается на его состав и величину, а также на тип издания и его аудиторию.

«Оптимальная структура редакции должна способствовать управлению всеми ее подразделениями и их безотказной деятельности. Это возможно лишь, во-первых, при наличии — как в любой функционирующей системе — центра управления коллективом. Во-вторых, при обеспечении свободного притока в редакцию информации, без которой невозможно как

управление ее коллективом, так и деятельность его звеньев. И, в-третьих, при наличии в редакции прямой и обратной связи между всеми ее подразделениями и сотрудниками. Прямой связи — сверху вниз — от редактора, редколлегии, ответственного секретаря, генерального менеджера в отделы, к корреспондентам, техническим и коммерческим работникам — в виде планов, приказов, распоряжений, заданий и т.п. И обратной связи — снизу вверх — из отделов, технических и коммерческих служб в секретариат, редколлегию, главному редактору, генеральному менеджеру — информация о выполнении планов, решений и заданий и встречные предложения».

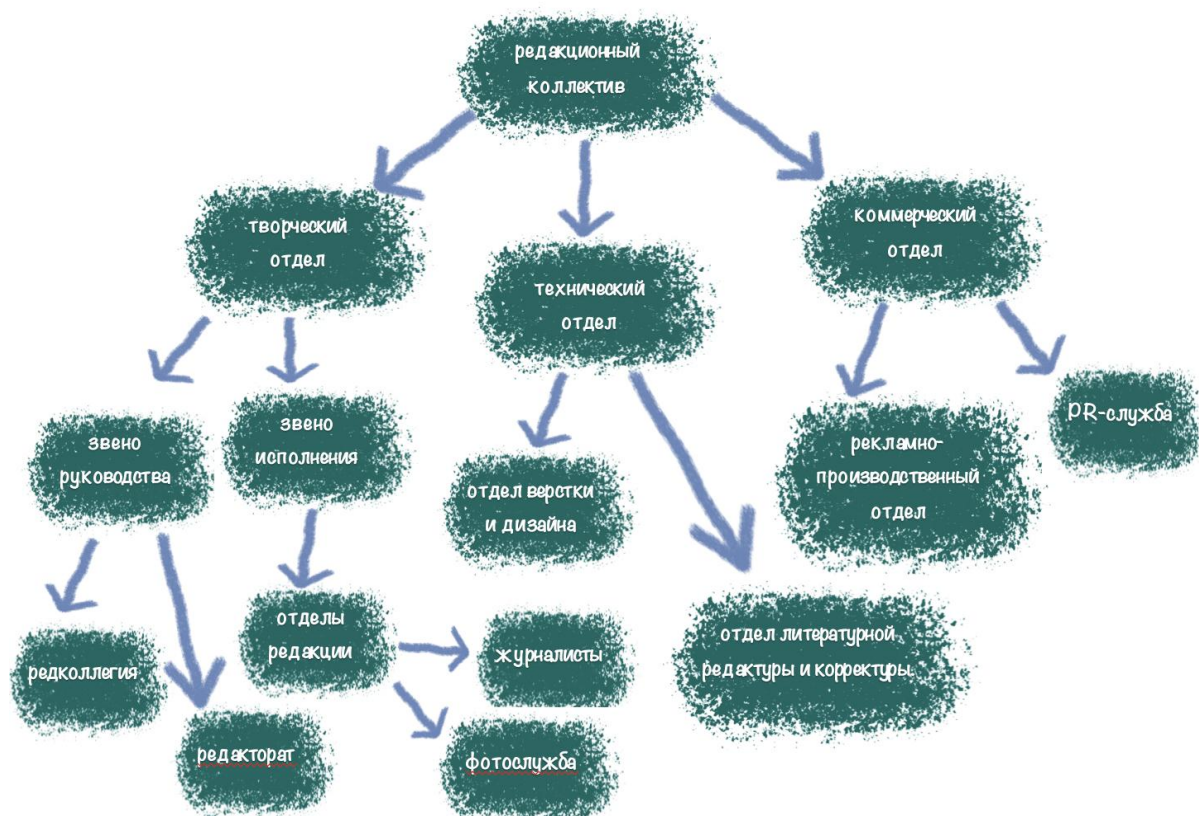
Формирование структуры редакционного коллектива происходит также под влиянием принципов редакционной деятельности:

1. **Принцип разделения труда**, в соответствии с которым весь редакционный коллектив должен быть поделен на отделы. Каждый отдел/звено имеет конкретные задачи и выполняет свои обязанности.

2. **Принцип кооперирования труда и объединения его результатов**, в котором заложена нацеленность всего редакционного коллектива на реальный результат — создание продукта.

3. **Принцип единоначалия**, согласно которому у каждого сотрудника редакции есть *только один руководитель*. «Руководителю этот принцип облегчает управление тем подразделением, которое он возглавляет. Он получает право решать все вопросы, связанные с деятельностью этого отдела или службы, осуществлять контроль работы их сотрудников. А подчиненные ему знают, кому они обязаны предъявить результаты своего труда, и кто дает им задания и планирует их деятельность».

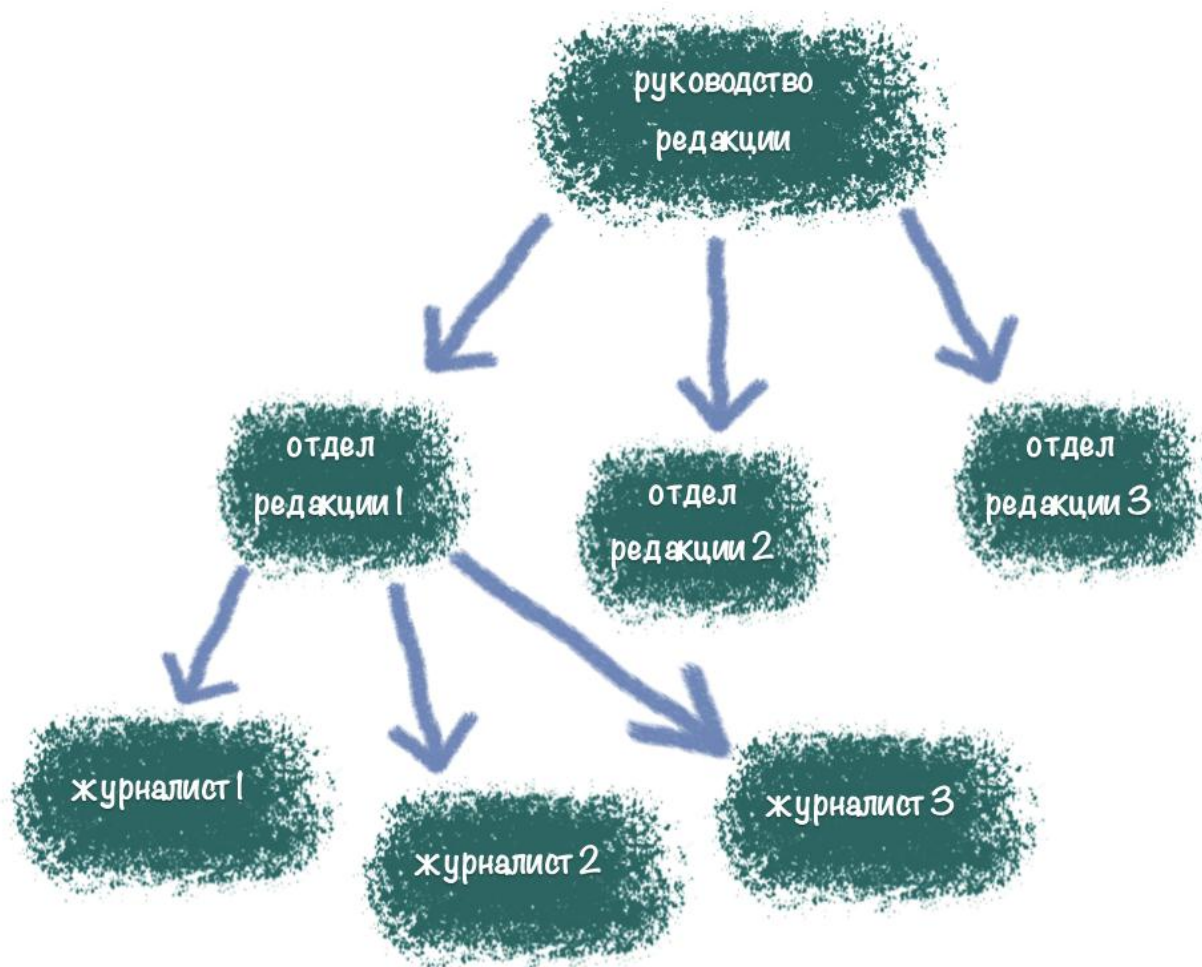
Так, редакционный коллектив условно можно разбить на три функциональные группы: творческую, техническую и коммерческую.



Творческая группа делится на еще два звена: звено руководства, состоящее из редактората (главный редактор и его заместители), редакционной коллегии и секретариата, и звено исполнения, состоящее из отделов редакции, в которых работают журналисты, осуществляющие сбор информации, написание материалов и их подготовку к публикации. К творческой группе примыкает техническая часть редакционного коллектива — отдел верстки и дизайна, а также отдел литературной редакции и корректуры. «Технические сотрудники с одной стороны, создают оптимальные условия для деятельности журналистов, с другой — обеспечивают техническую подготовку и выпуск номера газеты/журнала, программы на ТВ/РВ, контента в Интернет-СМИ».

Коммерческая группа состоит из PR-службы, рекламно-производственного отдела, в задачи которых входит решение экономических проблем издания, а главная цель этой группы редакционного коллектива — «обеспечивать существование периодического издания путем укрепления его экономической, финансовой базы».

На этой схеме представлена пирамидальная структура конкретно творческого отдела.

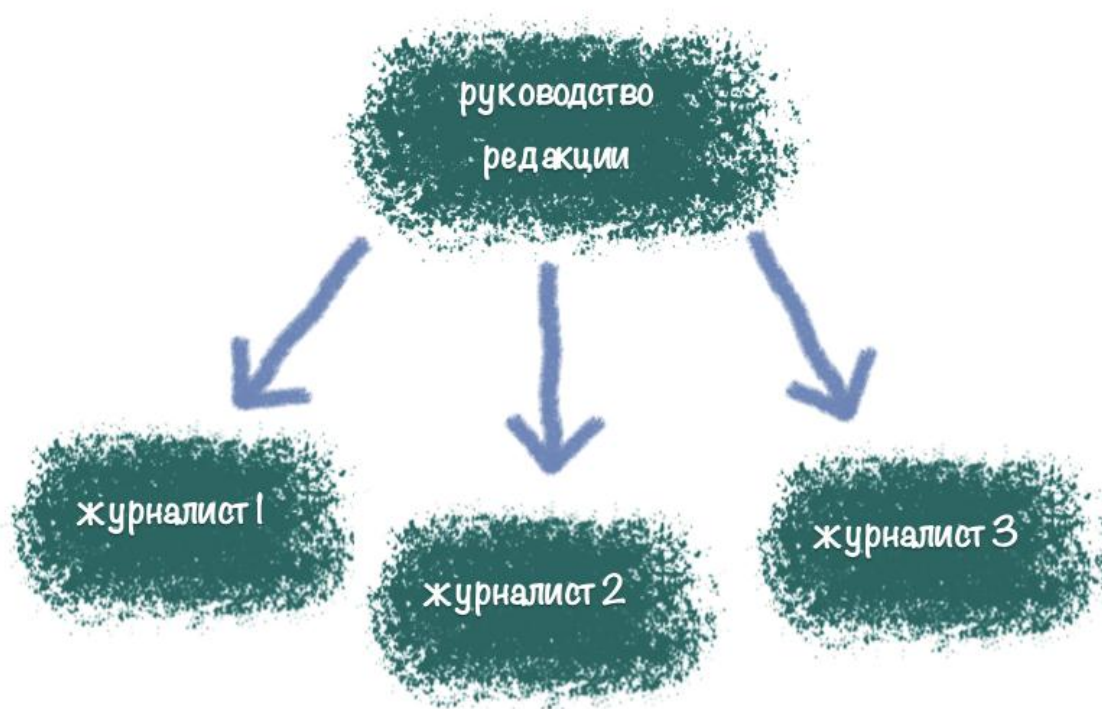


«Пирамидальная структура создает условия для глубокой специализации журналистов по отдельным тематическим направлениям. Недостаток пирамидальной структуры — сложность коммуникации между главным редактором и подчиненными, так как из-за наличия промежуточных структур в виде редакторов отделов и групп распоряжения главного редактора доходят до подчиненных с опозданием и нередко с искажением, а идеи рядовых сотрудников на пути к утверждению также проходят через несколько звеньев, что может приводить к эффекту “испорченного телефона”».

Описанная выше пирамидальная структура редакционного коллектива СМИ классической. Однако сегодня организация работы в редакции такого

НАСТОЛЬНАЯ КНИГА ЮВЕНИЛЬНОЙ РЕДАКЦИИ

вида практически не существует. «С развитием информационного рынка ужесточились требования к редакционной структуре. Это объясняется, прежде всего, экономическими причинами. В частности, необходимостью повысить оперативность и разнообразие журналистской информации, сообщаемой читателям периодических изданий, как условия обеспечения их конкурентоспособности на рынке. Это привело к изменениям структуры многих редакционных коллективов». Отделы упразднились, структура редакции стала плоской.



Преимущество плоской структуры — прямая связь между руководителем издания и подчиненными. В результате информация проходит в обоих направлениях быстро и без искажений. Недостаток — слабая специализация сотрудников ввиду их небольшого количества. Это приводит к поверхностности материалов, так как один сотрудник вынужден вести целый спектр тем и часто не в силах глубоко исследовать тему.

Руководитель пресс-центра как главный редактор ювенильного издания

Редакционным коллективом управляет *главный редактор*, который, согласно статье 2 Закона «О СМИ», независимо от наименования должности, возглавляет редакцию и принимает «окончательные решения в отношении производства и выпуска средства массовой информации». Главный редактор, в сущности, является руководителем редакционного коллектива. Именно руководитель коллектива отвечает за все ошибки своих подчиненных перед учредителем издания, перед аудиторией и, конечно же, перед законом. Поэтому должность главного редактора также подразумевает наличие высокого уровня ответственности.

Главным редактором ювенильной редакции является *педагог*, курирующий деятельность пресс-центра в образовательной редакции.

Личность главного редактора является ключевой фигурой в издании, который совмещает в себе несколько ролей. «Время и специфика нового периода развития отечественной журналистики предъявляют свои требования: современные редакции СМИ нуждаются в редакторах “широкого профиля”, то есть в людях, умеющих делать практически все. Нынешним редакторам необходимо быть педагогами, психологами, администраторами, художниками, а в некоторых случаях – немного политиками и дипломатами».

В обязанности главного редактора СМИ входят разработка концепции выпуска (отдельного номера газеты/журнала; программы на ТВ/РВ, в сети Интернет) и развития СМИ в общем, контроль за выполнением плана, контакты с общественными организациями, властными структурами в рамках интересов издания, работа с авторами. То есть «в компетенции главного редактора находятся все вопросы, связанные с организацией бесперебойной работы редакции по выпуску медийного продукта». Помимо организаторской и управленческой составляющих, деятельность главного редактора связана также с собственно редактированием журналистских произведений.

Главному редактору необходимо следить за тем, чтобы все сотрудники редакционного коллектива проводили единую информационную политику издания как при выборе тем для публикаций, так и при их разработке. Русина В. говорит о том, что «именно редактор должен четко представлять себе информационную политику редакции, проводить её постоянно и последовательно. Для этого ему необходимо хорошо знать целевую, потенциальную и реальную аудиторию своего издания.

Редакторы многих изданий также отмечают, что главному редактору необходимо уметь слушать людей, быть открытым для общения и новых идей, готовым помочь, но при этом отстаивать свои интересы, сохранять твердость. «Одна из наиважнейших задач главного редактора — сгладить противоречие между яркой индивидуальностью каждой творческой личности и необходимостью работать в команде». Как отмечает Русина В., продуктивность работы редакционного коллектива зависит от того, как взаимодействуют редактор и журналисты.

Серж Шмеман, американский журналист, редактор «The New York Times», лауреат Пулитцеровской премии, говорит о том, что «от редактора требуется то же самое, что и от репортёра. Это узнать, что сейчас важно, что интересует людей и чем мы можем удивить. Хороший редактор — особая специальность. Это человек, который умеет слушать и который доверяет корреспонденту».

Главный редактор в лице руководителя *ювенильной редакции* должен совмещать выполнение следующих ролей:

- **журналист.** Если главный редактор ювенильного издания и не является таковым, то в такой ситуации страдает качество итогового продукта, который не сможет соответствовать ожиданиям, а пресс-центр эффективно выполнять свои функции. В итоге, само существование пресс-центра может оказаться под угрозой. Куратору ювенильного пресс-центра необходимо либо соответствующее образование, либо опыт практической деятельности в журналистике, либо самообразование в этой области.

- **менеджер.** «Инструментальная функция издания также требует глубокого знания не только журналистского ремесла, но и *основ редакционного управления*». Если учесть тот факт, что руководить в данном случае приходится подростками, уровень организованности и ответственности которых необходимо постоянно повышать, требования к качеству выполнения данной роли возрастают.

- **педагог.** Основательность теоретической подготовки, педагогический такт, знание умственных запросов класса — именно таким образом можно добиться положительных результатов обучающей деятельности и повышения качества школьного издания.

- **воспитатель.** Ознакомление с основами возрастных особенностей юных корреспондентов и кругом наиболее часто возникающих в данном возрастном периоде проблем позволяет избежать хотя бы ряда трудностей в процессе работы и способствовать установлению атмосферы взаимопонимания в школьной редакции, а, следовательно, и достижению стоящих перед куратором ювенильного издания задач.

В работе с ювенильной редакцией главному редактору необходимо учитывать некоторые особенности: это и разный возраст юных корреспондентов, и гендерные различия, и преобладающие эмоциональные состояния у подростков. Здесь важно понимать и учитывать индивидуальные интересы и потребности каждого юного корреспондента.

Принципы взаимодействия с каждым сотрудником ювенильной редакции

Детско-юношеская редакция — это особенный коллектив, в работе с которым необходимо учитывать и разный возраст обучающихся, и гендерное неравенство, и преобладающие эмоциональные состояния у подростков. И здесь самое главное — создать благоприятную творческую обстановку, найти подход к каждому из «сотрудников», понимать и принимать во внимание их потребности и интересы, а также учитывать различия в подходе разных типов людей к выполнению задач.

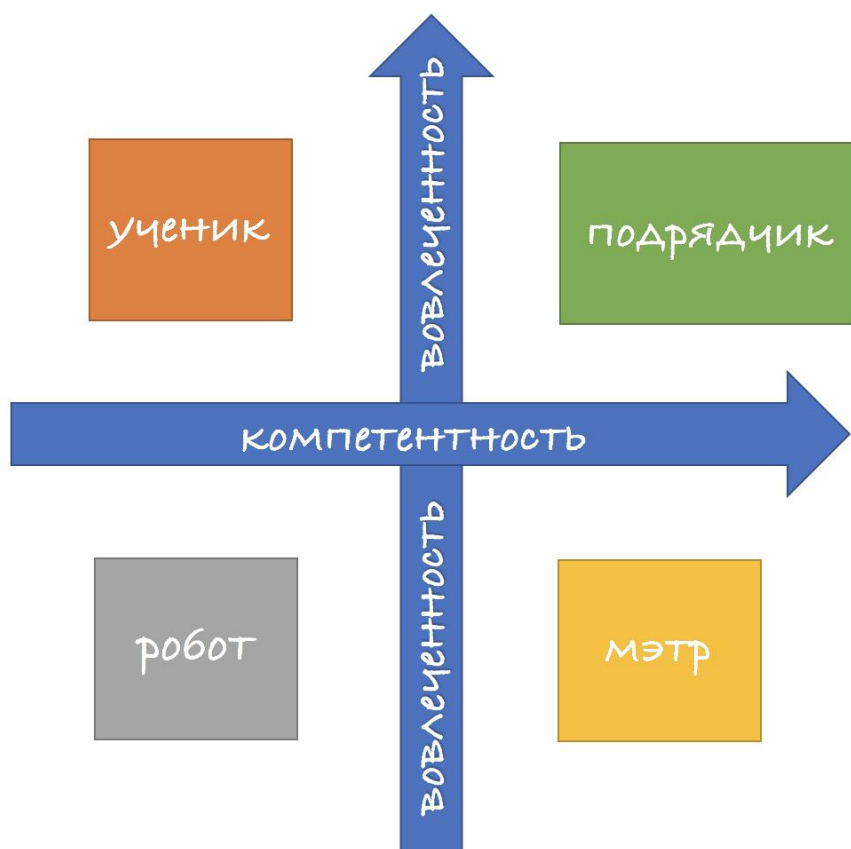
Понимание того, что все сотрудники в детско-юношеской редакции разные и к каждому есть свой, особенный подход, поможет создать ту рабочую среду, тот микроклимат, который будет вдохновлять детско-юношеский коллектив на достижение наилучших результатов.

Один из способов улучшить продуктивность работы юных корреспондентов в ювенильном издании — распределить всех сотрудников редакционного коллектива по типам и определить их уровни развития. Такой подход к управлению людьми называют *ситуационным руководством*, или *ситуационным лидерством*. Его разработали и описали американские исследователи поведения Пол Херси и Кен Бланшар в книге «Management of Organizational Behavior».

Есть два критерия, по которым определяется тип сотрудника — это *мотивация* и *профессионализм*. Или по-другому вовлеченность и компетентность.

Вовлеченность — это намерение работника внести свой вклад в дела компании и достижение ее целей. Компетентность — это уровень знаний.

Согласно модели Херси-Бланшера, существует 4 типа сотрудников по отношению к работе. Мы дали названия каждому из типов.



Робот. Знаний минимум, какие-то навыки имеются. Незамотивирован по той или иной причине. Вовлеченность минимальная: это мы не проходили, это нам не задавали. Все четко и по графику. 18:00 — я домой, буду завтра в 9:00. Самостоятельность — отсутствует. Без точных инструкций и указаний может сломаться. Способен выполнять одну, максимум две операции.

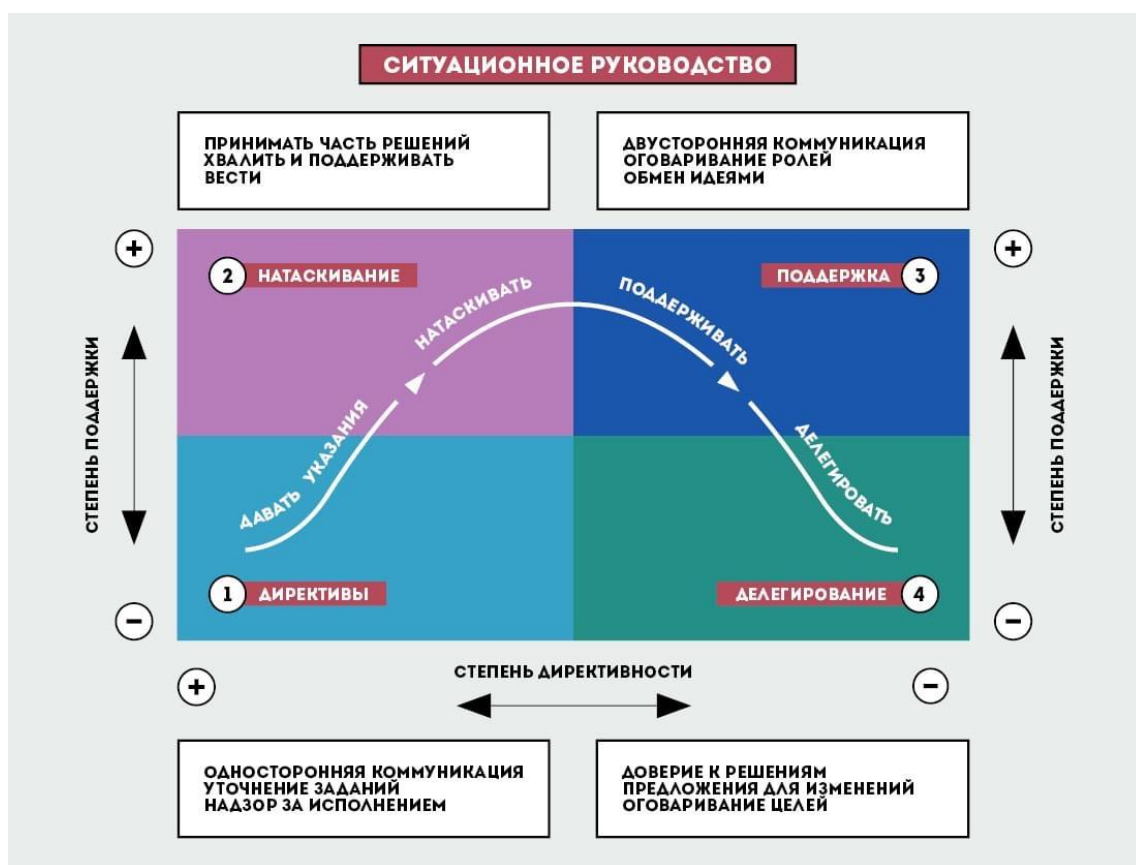
Ученик. Вовлеченность максимальная. Горит энтузиазмом, стремится везде быть полезным, но знаний, умений и навыков недостаточно, из-за чего может слегка напортачить. Выполняет от трех до шести операций.

Инертный или по-другому — **мэтр**. Сотрудник, у которого есть знания и развитые навыки, однако утрачена мотивация. «Поскольку профессионализм вырос, то энтузиазм к работе периодически появляется, но при неудачах так же быстро и гаснет. Уверенность в себе непостоянна, поэтому непостоянна и мотивация». Умен, но капризничает: хочу это, хочу

то, это меня не устраивает, и вообще домой уйду в 18:00. Выполняет от семи до девяти операций. И всегда всем жалуется, как тут плохо.

Подрядчик. Это Ученик, который получил знания, но не потерял интерес к работе. Решает очень сложные задачи. Способен выполнять от десяти операций. «Отточенные навыки придают уверенности в себе. Отсюда высокая степень мотивации. Может делиться опытом и развивать других сотрудников». Всегда на позитиве. Плохо переносит тотальный контроль и недоверие.

В зависимости от типа сотрудника, выбирается тип отношения руководителя к сотруднику.



Оператор — для работа: необходимо так называемое натаскивание. Но для начала необходимо выяснить, что такого сотрудника привело в редакцию и чем вызвано его нежелание работать. «Нужны и директивы, и поддержка лидера. Тогда велика вероятность, что он приобретет знания, освоит навыки, дорастет до быстрого и точного выполнения задачи и поверит в себя, а значит — в будущем достигнет и более высоких уровней развития

по отношению к задаче. Вы натаскиваете сотрудника, повышая его профессионализм». Им поручаются самые разные, но простые операции и процедуры.

Наставник — для ученика: определяются конкретные задачи, даются четкие инструкции; необходимо контролировать работу данного сотрудника. Ученики — это новички. Ученика необходимо обучать, передавать опыт и перевести в Подрядчика.

Активатор — для мэтра: у него его все необходимые знания, умения и навыки, однако он не настроен на выполнение работы. Так же, как и с роботом, необходимо выяснить, по каким причинам уровень вовлеченности в работу упал. Такой сотрудник нуждается в поддержке, чтобы к нему пришло осознание, что ему дозволено проявлять самостоятельность и его замыслы могут быть конвертированы в рабочие успехи. Однако есть риск возникновения эпидемии: Мэтры могут заразить других сотрудников. И здесь только два пути: постараться вернуть Мэтра в стан Подрядчиков либо уволить.

Заказчик — для подрядчика: «мотивированный, опытный и способный на решение задач сотрудник может руководить и применять развивающие стили лидерства к менее опытным сотрудникам. Ему самому особое внимание лидера не требуется — эффективнее всего будет делегирование». Его также нужно развивать. Предлагать новые, интересные и сложные задачи. Закрепить за таким юнкором еще несколько функций, помимо уже выполняемых. Чтобы он снова мог почувствовать себя учеником и продолжал развиваться.

«Эта модель чаще всего рассматривается в контексте профессионального трека сотрудника: он приходит в компанию и проходит четыре стадии развития по отношению к своим задачам. На каждой из них рост до следующего уровня во многом обусловлен стилем управления. Заинтересованному, но неопытному новичку нужны инструкции и сильное руководство. Затем он постепенно осваивается с работой, но первый

энтузиазм начинает гаснуть — и здесь лидер стимулирует его к самостоятельности, поиску решений в конкретных ситуациях. Далее профессионализм растет, но мотивация может уменьшаться из-за усталости или сложностей с самореализацией. Главное в этот момент — развить задатки, а не “погасить” сотрудника, то есть ему нужна поддержка. Если он почувствует, что справляется, его идеи интересны, ему удастся находить правильные решения и самореализовываться, к возросшему профессионализму добавится и мотивация. Если этого не происходит, часто на этом этапе сотрудник с низкой мотивацией увольняется. Если третий этап пройден успешно, сотрудник развился до высокого профессионализма и мотивированности. На четвертом этапе он получает свой проект, начинает руководить командой отдела или проекта — и развивать ее по тем же принципам».

Игра как способ постижения основ журналистской деятельности

Получение знаний, умений и навыков — процесс трудоемкий, и зачастую он бывает скучным, нудным и только местами интересным. Мучительная зубрежка зубодробительной теории приводит к горам нечитаемых учебников и потере энтузиазма. «Когда все это закончится?» — единственная фраза, которая остается в голове у ребенка. И затея научиться чему-то уже не кажется столь веселой, а превращается в настоящую пытку.

Постижение основ журналистской деятельности в ювенильном пресс-центре не должно приносить страдания юным корреспондентам, подчас не усидчивым и быстро остывающим. Этот процесс должен быть увлекательным. И одним из способов улучшить продуктивность работы редакции в школьном издании является игра.

Психологи определяют игру как «вид физической или интеллектуальной активности, имеющий в качестве главной цели получение удовольствия участниками от данной активности самой по себе».

Исследователи отмечают, что в этом возрасте дети склонны к так называемой серьезной игре. Эта игра — возможность попробовать различные виды профессиональной деятельности; с одной стороны «играть в журналистику» как заниматься чем-то необязательным, с другой — примерить на себя роль взрослого.

Разберем основные признаки игры и соотнесем их с деятельностью школьного пресс-центра.

1. Игра приносит удовольствие играющему. Обычно занятия в детских творческих объединениях являются добровольными и необязательными. Отсюда и предположение, что каждый ученик, посещающий пресс-центр на базе образовательного учреждения, вступил в ряды юных корреспондентов по собственному желанию, следовательно, ему это нравится.

2. Игра не обладает прагматической целью. Многие обучающиеся считают занятия в журналистском пресс-центре при образовательном учреждении только хобби или увлечением и не уверены, что журналистская деятельность станет их профессией.

3. Игра — это своеобразное проявление тяги к свободе. Большинство обучающихся используют занятия в школьном пресс-центре как площадку для самореализации и своего творческого потенциала, а также компенсации нехватки общения.

4. В игре сложно предугадать результат. Обучающиеся иногда не знают, чего им ожидать после проделанной работы, какой результат в итоге получится и как его оценит аудитория. Однако нередко эта деятельность является сознательной, а ее цель — саморазвитие и самосовершенствование.

У детской сюжетно-ролевой игры есть также свои обязательные структурные элементы:

5. Тема — это область действительной реальности, которая воспроизводится в игре. В данном случае эта область — журналистика.

6. Сюжет, план игры — это четкие и последовательные действия редакционного коллектива при подготовке к выпуску того или иного продукта (газета/теле-, радио-выпуск новостей).

7. Роль. Под этим подразумевается обязательный набор действий и правил их выполнения. Это некое моделирование реальных отношений, существующих между людьми. В детско-юношеских редакциях роли — это должности, которые являются практически точными прототипами в настоящих редакционных коллективах. Как правило, большинство детско-юношеских редакций распределяет такие роли.

8. Суть игры. Это, собственно, то, ради чего дети и собрались играть. Для корреспондентов пресс-центра предметом такой игры является процесс создания продукта.

9. Игровой материал и игровое пространство. Главная особенность игрового материала состоит в том, что детям некоторые предметы в игре

недоступны на практике, поэтому они вынуждены искать замену, используя вещи не в своём собственном значении, а как заместители. Материально-техническая база школьного пресс-центра — едва ли не самая важная составляющая успешного выпуска ювенильного издания. Она должна соответствовать по крайней мере минимальному требованию оснащённости профессиональных журналистов. Но, к сожалению, не каждое образовательное учреждение в состоянии обеспечить всех юнкоров такими средствами, поэтому приходится находить замену оснащениям.

В классификации последовательных этапов развития детской игры Елены Сапоговой, профессора и доктора психологических наук, есть так называемая *«игра с правилами»*.

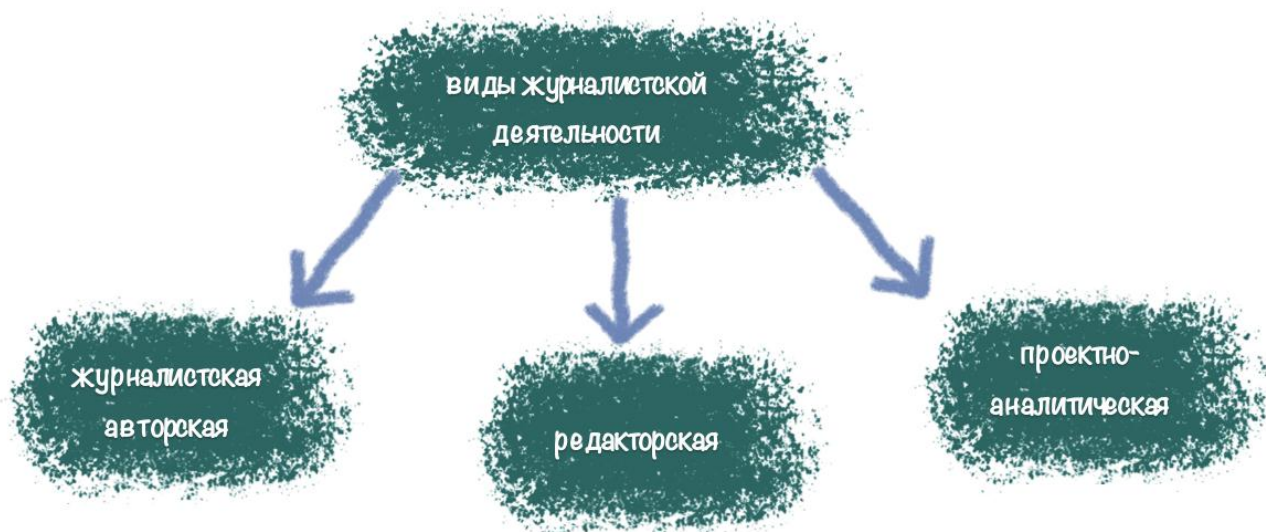
«...На этом этапе детей интересует не просто роль как таковая, но и то, насколько реалистично она выполняется... этап игр с правилами связан с выделением ребёнком скрытых в отношениях между людьми задач и правил человеческих действий и сдвигом мотива игры с процесса на результат».

Иначе говоря, юнкоры ювенильной редакции с энтузиазмом следуют правилам. К ним относятся и сроки сдачи материалов, и поведение на занятиях, и сбор необходимой информации для самостоятельной подготовки материала.

Дети и подростки через игру пытаются освоить социальные роли и прикоснуться ко взрослой жизни, а как сотрудники ювенильной редакции юные корреспонденты постигают основы журналистской деятельности и учатся работать в коллективе.

Основы журналистской деятельности

В журналистике существует три основных вида профессиональной деятельности.



Журналистская авторская деятельность

Авторская деятельность журналиста реализуется в создании материалов для различных типов, видов СМИ и других медиа с учетом их специфики.

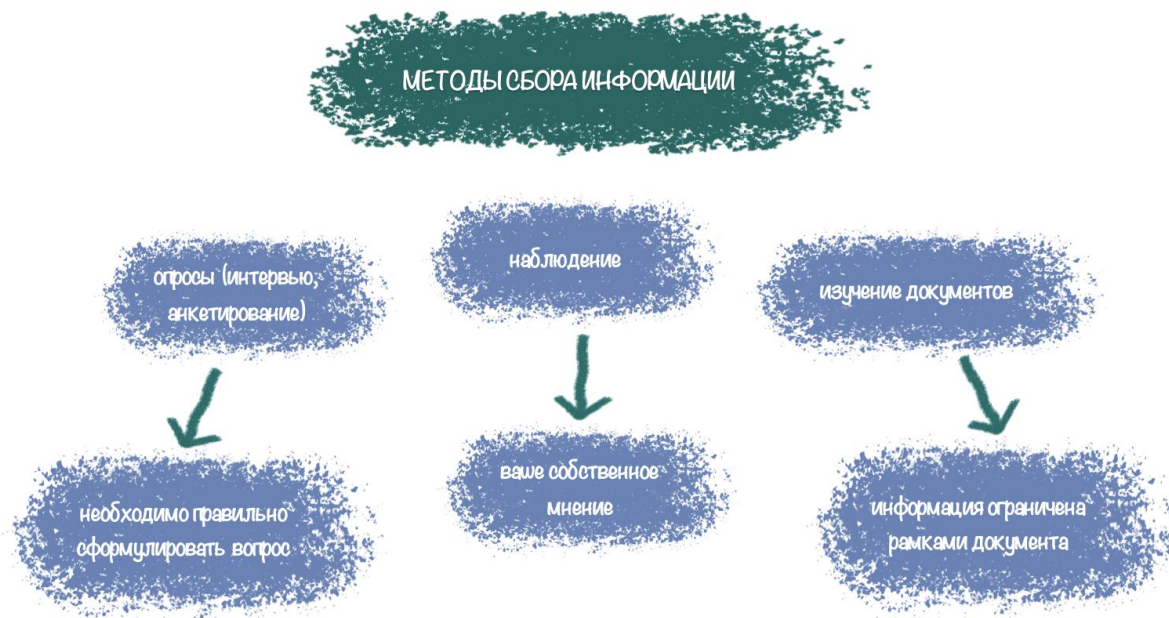
В профессиональные компетенции журналиста входят способности

- осуществлять общественную миссию журналистики, эффективно реализовывать функции СМИ, понимать смысл свободы и социальной ответственности журналистики и журналиста и следовать этому в профессиональной деятельности;
- следовать в профессиональной деятельности основным российским и международным документам по журналистской этике;
- к коммуникации в устной и письменной формах для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- к самоорганизации и самообразованию;
- следовать принципам работы журналиста с источниками информации, знать методы ее сбора, проверки и анализа, возможности электронных баз данных и методы работы с ними;

- базироваться на знании особенностей массовой информации, содержательной и структурно-композиционной специфики журналистских публикаций, технологии их создания, готовность применять инновационные подходы при создании медиатекстов;
- выбирать актуальные темы, проблемы для публикаций, владеть методами сбора информации, ее проверки и анализа;
- в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах.

Принципы работы журналиста с источниками информации

Обычно работники масс медиа используют три самых распространенных метода: *интервью, наблюдение, изучение документов*.



Среди них наименее надежные — интервью и наблюдение, при использовании которых сильно проявляется субъективность журналиста и объектов его интереса, и ее трудно преодолеть. Однако большинство материалов все же готовится именно на основании бесед с людьми.

1. **Опрос** (анкетирование, интервью, экспертный опрос, социометрический опрос, социологическое тестирование). В основном, применяется интервью. Успех интервью зависит от многих условий и, в первую очередь, от хорошо проделанной предварительно домашней работы. Она включает в себя максимально подробное знакомство с темой и с интервьюируемым с помощью различных источников и способов.

2. **Наблюдение** так же, как интервью, представляет собой наиболее распространенный способ получения информации. Оно позволяет, *во-первых*, собирать образные детали о людях, местах и событиях, *во-вторых*, проверять информацию или впечатления, полученные от других людей, *в-третьих*, получать доказательства (свидетельства), которые невозможно найти другим

способом, в-четвертых, восстанавливать событие для читателей, слушателей, зрителей. Некоторые журналисты, помимо простого наблюдения журналисты нередко используют и так называемое *включенное наблюдение*, когда сотрудник редакции на время меняет профессию. Делается это для того, чтобы глубже вникнуть в суть происходящего в той или иной области человеческого бытия.

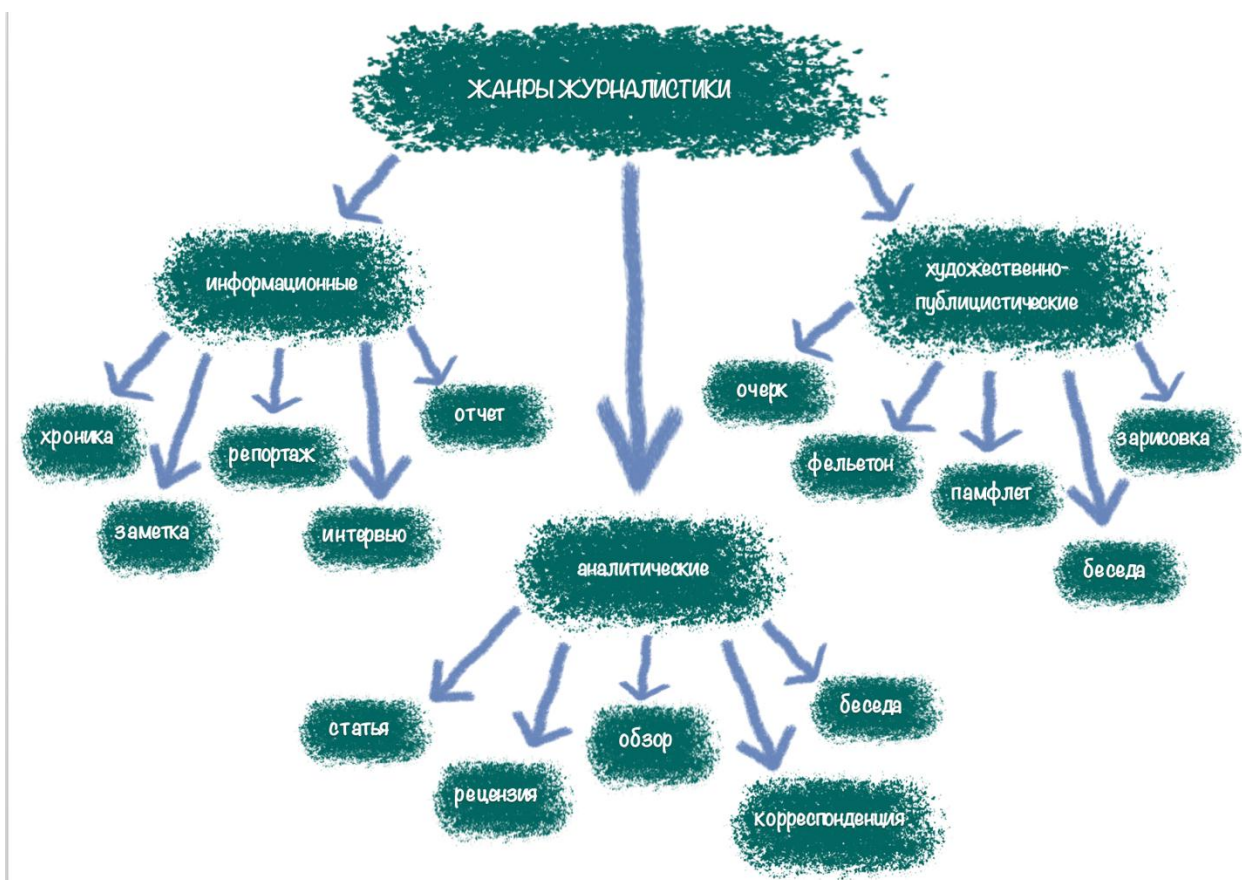
3. **Изучение документов.** Документ, то есть информация, зафиксированная в печатном или рукописном тексте, на магнитной ленте, фотопленке или видеокассете, — едва ли не самый важный инструмент в работе журналиста. С его помощью проверяются сведения, полученные в ходе интервью и наблюдения. Он становится аргументом и доказательством, когда журналисту нужно доказать свою правоту в суде. Опора на документы делает публикацию основательной и защищенной. Профессиональный журналист использует любую возможность, чтобы обеспечить себя копиями документов, с которыми ему приходится работать.

4. **Социологические способы получения информации.** В практике СМИ иногда применяется методика, заимствованная из социологии: *анкетирование, контент-анализ, журналистский эксперимент*.

Получение информации — это всегда взаимодействие юнкора с объектом. Поэтому, выбирая метод или методы для сбора информации, юнкор должен иметь в виду

- общие и конкретные цели;
- доступность источников информации;
- сроки сбора информации;
- степень надёжности информации.

Жанры журналистики



Из чего состоит журналистский материал

Главное дело ювенильного пресс-центра, ради которого он, собственно, и был организован, — это выпуск какого-либо продукта. Газеты, журнала, видеонОВОСТЕЙ. Это означает, что надо найти информационные поводы, собрать и проанализировать все полученные сведения, подобрать иллюстрации, сделать фотографии, рисунки. Настает пора создавать свои собственные материалы. И все теоретические знания должны принести свои плоды на практике!

Самое главное — это **темник** продукта, который создается ювенильным пресс-центром. Иначе говоря, о чем будут писать/снимать юнкоры. Как определиться с темами? Для этого необходимо знать свою аудиторию.

«Аудитория конкретного средства массовой информации, постоянно обращающаяся к его материалам, — это реальная аудитория. Та часть людей, которая еще не входит в реальную аудиторию, но может это сделать в результате соответствующих мер журналистского коллектива — потенциальная аудитория. Те, на кого специально рассчитано СМИ и кого оно стремится вовлечь в круг своих читателей, слушателей, зрителей — расчетная или целевая аудитория».

Проще говоря, среди всех потребителей того или иного продукта СМИ выделяются

- ядро целевой аудитории,
- вторичная аудитория.

В случае с ювенильными пресс-центрами *ядром* целевой аудитории являются *дети и подростки*, *вторичная* аудитория — это педагоги, родители, в общем, *все взрослые*. Если пресс-центр издает печатное СМИ и представляет его на всеобщее обозрение в виде стенгазеты, то потенциальным читателем становится любой возможный посетитель учебного заведения. В любом случае, все эти люди — целевая аудитория ювенильного издания. И все они интересуются разными явлениями и

событиями, в силу возраста, воспитания, мировоззрения, предрасположенностей и других значимых факторов. А для выработки качественного и интересного темника необходимо понимание интересов всей целевой аудитории.

Сведения об информационных интересах аудитории можно получить *путем опроса*.

Василькова А. Д., анализируя особенности подготовки журналов для детей, пишет, что в содержании таких изданий «преимущественное внимание уделяется детству, периоду роста и взросления детей, задачам, которые стоят перед ними. Поэтому тематика статей детского журнала должна охватывать **жизнь школы**, летние каникулы, знакомство с городом и страной, эпизоды из жизни исторических героев, ученых, деятелей культуры и искусства».

Еще одним фактором при определении темника издания является **территория**, где функционирует данное СМИ и проживает целевая аудитория. Также необходимо взять во внимание то, что в большинстве своем учредителем ювенильных СМИ является образовательное учреждение, и такое издание не может не отражать **интересы учебного заведения**. Поэтому дети и подростки, выбирая темы для публикаций, не могут не учитывать данное обстоятельство.

Можно сделать вывод о том, что информационные интересы целевой аудитории ювенильных СМИ будут сосредоточены на информации про **школьную жизнь и жизнь города/района/региона**, где функционирует это издание.

Если в целом говорить об установлении контакта с целевой аудиторией, то это является профессиональным долгом всех журналистов. «Журналисту необходим живой интерес аудитории, ее заинтересованный отклик, укрепляющееся доверие».

В соответствии с темником издания определяются **основные рубрики**, которые будут заполняться материалами юных корреспондентов.

Результатом деятельности пресс-центра, функционирующего на базе образовательного учреждения, должен быть какой-либо продукт, максимально приближенный к журналистскому. Собственно, эта цель также была заложена при создании детско-юношеской редакции.

Все теоретические знания обучающихся о методике авторского журналистского труда должны воплотиться на практике. И на этапе разработки издания в материальном его воплощении дети и подростки отрабатывают те умения и навыки, которые приобрели за время обучения. Чтобы результат деятельности юных корреспондентов можно было оценить по достоинству, они должны понимать, как работать «в поле», что является информационным поводом, как его найти, а далее собрать, проанализировать все полученные сведения и создать (написать/отснять, оформить) авторский материал.

Журналистский материал строится на таких понятиях, как «актуальность», «объективность», «правдивость», «конфликт», «фактологичность». Но самое важное в создании журналистского произведения — **правильное определение темы материала**.

Что же такое **тема** журналистского материала? Нет, это не «о чем статья».

«Журналистика — сродни нервной системе. Ваше тело состоит из множества органов, костей и суставов. Вы их чувствуете? Нет. Но когда что-то заболевает, вы начинаете чувствовать именно то, что заболело. Один зуб из тридцати с лишним. Так и журналистика фокусирует свое внимание на том, где что-то идет не так» (А. В. Колесниченко «Настольная книга журналиста. Учебное пособие»).

Так вот, **тема журналистского материала — это общественно-значимая проблемная ситуация**. Вариант разрешения проблемы является идеей журналистского материала.

Журналистский материал также подразумевает наличие **конфликта**. В философии конфликт рассматривается как «частный случай противоречия,

его предельное обострение». Социология определяет конфликт как «процесс или ситуация, в которой одна сторона находится в состоянии противостояния или открытой борьбы с другой, поскольку ее цели воспринимаются как противоречащие собственным».

В психологии конфликт трактуется как «отсутствие согласия между двумя или более сторонами. В случае межличностного конфликта под сторонами понимаются лица или группы, а в случае внутриличностного — установки, ценности, идеи одного субъекта».

Кстати говоря, внутренние конфликты можно обнаружить в любой жизненной ситуации. Человек постоянно делает выбор между альтернативами. Например, продолжить слушать музыку/рисовать/мечтать или открыть учебник по истории и выполнить домашнюю работу. Можно, конечно, одновременно слушать музыку и конспектировать материал из учебника, но какой в этом толк?

Еще одной составляющей журналистского произведения является **актуальность**. Если говорить простыми словами, то это привязка к текущему моменту времени.

Абстрактные мысли, растекающиеся по разлинованной странице, приправленные рассуждениями с чрезмерным употреблением личного местоимения «я», оставьте для сочинений по литературе шестому классу. В журналистике важно отреагировать здесь и сейчас.

Создавая тот или иной материал, юный корреспондент должен ответить на вопрос: *«Почему я пишу об этом именно **сейчас**?»* Здесь также необходимо учитывать жанр произведения, в котором журналист будет представлять собранный материал. «Читателю же жанры помогают понять, какого рода информация будет в материале. Например, если это новость, то самое важное сообщать в начале, а затем текст можно не читать. Если это репортаж, то журналист побывал на месте события и расскажет, что он увидел и пережил, дав возможность читателю также это увидеть и пережить.

НАСТОЛЬНАЯ КНИГА ЮВЕНИЛЬНОЙ РЕДАКЦИИ

Если это интервью, то текст будет состоять из вопросов журналиста и ответов собеседника».

От актуальности события/явления зависит выбор жанра.

Вид актуальности	Краткое описание
Событийная	Привязка к времени события или к времени получения первой информации о событии
Латентная	Текущее событие, служащее для иллюстрации тренда
Календарная	Привязка материала к дате (юбилей, годовщина и др.)
Собственная	Журналисты сами создают информационный повод.
Контекстная	Событие или процесс связывают с другим событием, происходящим в данной сфере.
Вымышленная	Придание материалу актуальности с помощью фраз «все большей», «все чаще» и др.

Так, например, для новостной заметки событие недельной давности потеряет смысл, но для жанров аналитической группы (статьи, интервью, рецензии) это сойдет как информационный повод. Однако же устаревшее событие иногда можно актуализировать под необходимые временные рамки, сделав акцент на каком-то конкретном моменте.

Правда, только правда, и ничего, кроме правды!

На западе журналистское сообщество разделило правду на два вида: *правда жизни* и *правда факта*. *Правда жизни* — это когда описываемая журналистом ситуация или явление, проблема, а может, и весь мир устроены именно так, как автор и написал. Точнее, он на это претендует, скажем так.

Правда факта — это реальность, и журналист пишет о том, что видел, и он действительно видел то, о чем пишет, и все спикеры в его материалах говорили то, что говорили.

Правда жизни и правда факта, конечно, могут присутствовать в одном материале, однако концентрация одной из правд должна быть понижена. В новостной заметке журналисту совершенно незачем иллюстрировать правду жизни, и она уступает место своей подруге — правде факта. Но ситуация меняется, когда автор приступает к написанию очерка или фельетона. Например, образ престарелой учительницы, история которой рассказывается на страницах материала, может вобрать в себя признаки разных педагогов и преподавателей. Тогда правда факта будет нарушена — учительницы с такой биографией не было и в помине. Но правда жизни будет соблюдена — с кем-то все-таки описанные события действительно происходили.

Под **объективностью** в журналистике подразумевается изложение всех аспектов, версий того или иного события, явления, конфликта.

Возьмем для примера самую простую ситуацию. В школе проходит конкурс талантов, и юнкору необходимо сделать репортаж с этого мероприятия. О жанровых особенностях говорить не будем. Так вот, чтобы аудитория прочувствовала это событие, не присутствуя на самом мероприятии, взять комментарий нужно, как минимум, у нескольких участников, организаторов и у зрителей. Таким образом корреспондент охватит три стороны, которые участвуют в этом маленьком шоу. Причем, отзывы должны быть самыми разными, от восторженных и радостных до разочарованных.

Редакционная коллегия британской вещательной корпорации Би-би-си о требовании к объективности говорит следующим образом: «Би-би-си старается отразить все аспекты того или иного конфликта или спора. Дайте по возможности высказаться каждой из сторон. Если та или иная сторона отказывается от комментария, вы, как правило, должны об этом упомянуть в

вашем репортаже, но все же постарайтесь указать, какова позиция этой стороны».

Переходим от объективности в освещении сторон к объективности целого материала. Бывает же ситуация, когда так хочется покритиковать и закидать кого-то/что-то тухлыми помидорами. Но в конце тоннеля всегда должен быть свет. Хотя бы намек, что выход есть. И вообще, не все так плохо.

В редакционной коллегии газеты «Коммерсант», например, считают, что «любой материал, содержащий критику, должен содержать фактурный позитив — либо в отношении критикуемого персонажа, либо в отношении критикуемой ситуации».

И несколько пунктов о содержательной стороне ювенильного издания

- 1 **Информация должна быть полезной и интересной**
А иначе какой смысл писать текст, который не заинтересует целевую аудиторию?
- 2 **Тексты о физическом здоровье, должны составлять не менее 10 % всех материалов**
Это позволит создать у подростка положительное мнение о здоровом образе жизни, что повлияет на его мировоззрение в дальнейшем.
- 3 **Материалы о спорте**
Они также сформируют у подростка тягу к здоровому образу жизни
- 4 **Тексты, наполненные глубоким смыслом, подразумевающие глубокое эмоциональное переживание**
Это, возможно, материалы на тему межличностных отношений, с проблемами в которых подростки сталкиваются чаще всего в этот период.
- 5 **Мода и стиль — это те темы, которые нельзя не брать во внимание**
Учитывая изменения в физическом и психологическом облике подростка, следует прививать ему эстетическое чувство себя.
- 6 **Гендерные модели поведения, принятые в мире, должны быть в каждом номере издания**
Это позволит объяснить подросткам кто вы теперь, и как необходимо себя вести.
- 7 **Тексты о жизни сверстников, выражающие их взгляды и мнения**
Только без стереотипов!
- 8 **Материалы, в основе которых будет лежать глубокий психологический анализ той или иной ситуации**
Они позволят подростку на конкретном примере понять себя и окружающих.
- 9 **Моральные нормы**
Они позволят привить подросткам ответственность за свои поступки. позволять привить подросткам ответственность за свои поступки.
- 10 **Профессиональная деятельность**
Для того чтобы создать у подростка интерес к профессиональной деятельности, необходимо знакомить его с различными видами и сферами жизни общества.
- 11 **Тесты о проблемах жизни современного общества**
Они расширят кругозор и подготовят подростка к большому количеству источников информации в будущем
- 12 **Материалы литературного содержания**
Это могут быть краткие повести, возможно, стихи, которые сами же подростки и пишут испытывая желание «выговориться».

Редакторская деятельность

Редакторская деятельность в журналистике подразумевает приведение предназначенных для размещения в газете, журнале, на информационной ленте, в теле-, радиоэфире, интернет-СМИ, материалов в соответствие с языковыми нормами, профессиональными стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов.

Журналист постоянно сталкивается с так называемым «литературным редактированием» — различными видами правки текста (сокращения, уточнения и изменения структуры, стилистические замечания и пр.), работой над формой произведения.

Общая схема редактирования представлена в **«Справочнике по литературному редактированию для работников средств массовой информации»**.

На первом этапе редактор знакомится с авторским произведением. Далее материал анализируется, оценивается его качество, а также устанавливаются обстоятельства его создания и читательский адрес. На третьем этапе определяются задачи редактирования, планируется объем материала и его жанрово-стилистические характеристики, выясняется, насколько актуален текст, выбирается форма подачи и изложения материала для установления контакта с аудиторией. Следующий этап связан с формированием образа поведения и созданием схемы ожидаемых результатов. На этом этапе редактор выбирает программу действий: материал отправляется автору на самостоятельную доработку; редактор работает над материалом вместе с автором; производится выбор правки). И завершающий этап — непосредственно сам процесс правки текста — создание такого варианта произведения, который бы подошел по всем требованиям к его форме и содержанию.

Редакторский анализ журналистского произведения подразумевает под собой «комплексную оценку журналистских публикаций и широко применяет методику поэлементного литературоведческого анализа (анализ

фактического материала, композиции, логических качеств текста, языка и стиля произведения, способов изложения, требований жанра)». Анализ текста производится редактором в ходе чтения журналистского материала.

В методике редактирования существует **три вида редакторского чтения**: ознакомительное, углубленное и контрольное (шлифовочное).

При **ознакомительном чтении** редактор оценивает целостность текстовой конструкции, все его внимание сосредотачивается на идейном замысле произведения и авторской манере изложения. **Углубленное чтение** подразумевает определение целостности и связности текста. **Контрольное (шлифовочное) чтение** — конечный этап редакторской работы над журналистским текстом. Здесь редактор проверяет точность цифр, дат, имен собственных и фактический материал.

«Начинать правку текста, не закончив его чтения, не следует. Исключение представляет практика динамического редактирования, используемая при подготовке к публикации коротких информационных сообщений, когда изменения вносят в текст в ходе углубленного чтения».

После того как редактор выявил причины недостатков построения текста, он приступает к правке.

«Редакторская правка — изменение текста на всех этапах его подготовки к опубликованию, устранение не замеченных автором фактических и смысловых ошибок, нарушений языковой нормы, совершенствование литературной формы и стилистических качеств, публикации — ее композиции, языка и стиля».

Существует **четыре вида редакторской правки**:

- правка-вычитка;
- правка-сокращение;
- правка-обработка;
- правка-переделка.

Правка-вычитка нацелена на устранение ошибок языка и стиля, «нарушений требований единообразия в представлении фактического материала, несоответствие принятым стандартам, несоответствие заголовков содержанию публикации».

Правка-сокращение подразумевает под собой уменьшение объема текста для достижения заданного объема. Правка-обработка — «литературная отделка текста, совершенствование его формы. Уточняется фактическая основа публикации, устраняются композиционные недочеты, совершенствуются логическое построение и стилистические качества текста. Правка-обработка не должна изменять хода мысли автора, его манеры изложения.

При **правке-переделке** переписывается весь текст, когда автор не владеет приемами изложения и не знает нормы литературного языка.

Последовательность редактирования: «ознакомительное чтение; выработка общих рекомендаций; оценка текста с точки зрения содержания, идеи, темы, жанровой формы, манеры изложения; углубленное чтение; правка; контрольное (шлифовочное) чтение; оценка собственных исправлений».

Советы по оформлению электронного текста можно найти в краткой памятке для редакторов и дизайнеров от РИА Новости «Рекомендации по оформлению текстов»

«Основные кавычки — „ёлочки“. Любой закавыченный текст должен открываться и закрываться кавычками именно этого типа. Если внутри закавыченного текста содержится другой закавыченный текст, то он оформляется кавычками типа „лапки“».

«В текстах не должны присутствовать двойные пробелы. Также не должно быть пробелов в начале и в конце параграфов и других блоков текста»

Проектно-аналитическая деятельность

Проект является особым продуктом журналистского мышления: «он не просто отражает действительность, как она существует в настоящем (знание), но и схватывает возможности, тенденции ее развития, поэтому в проекте представлено не только сущее, но и должное состояние отражаемой системы или ситуации». Другими словами, проект является не только формой отражения реальности, но и выступает как способ решения возникающего противоречия между существующей и желаемой действительностью.

Для успешной и эффективной реализации проекта необходимо знать, из чего он, собственно, складывается.

1

Направленность на достижение целей в освещении проблем

Именно цель приводит проект в движение. На ее осуществление и направляются все усилия. Медиапроект требует постановки конкретной реальной цели и ее четкое формулирование. Согласно цели определяются измеряемые и достижимые задачи — шаги, направленные на реализацию цели

2

Координированное выполнение взаимосвязанных действий

Проект представляет собой систему, где все взаимосвязано и одно без другого нормально функционировать не сможет. Целостность системы проектирования предполагает разделение процесса на этапы, и переход к следующей задаче может осуществляться только при полном завершении предыдущей, тесно связанной с последующей. Проект может оказаться под угрозой, если синхронизация выполнения разного рода задач будет нарушена

3

Ограниченная протяженность во времени

На конкретный медиапроект должно выделяться определенное количество времени для выполнения целей и задач, по реализации которых проект считается завершенным. Для этого формируется план или график, в котором фиксируется время начала и окончания выполнения заданий, являющихся частью проекта

4

Уникальность

Любой проект представляет собой оригинальный и неповторимый продукт. Имея на руках одну и ту же проблему, два человека могут найти абсолютно непохожие выходы из ситуации. Все зависит от позиции журналиста. «Вместе с тем, степень уникальности может сильно отличаться от одного проекта к другому. Если тематика похожа, то подход к созданию и осуществлению медиапроектов может быть разным, соответственно уникальность тоже»

5

Управление проектом

Под управлением медиапроектом понимается деятельность, которая направлена на осуществление проекта «с максимальной возможной эффективностью при заданных ограничениях по времени и ресурсам». Здесь имеется в виду не только медиапроектирование как таковое, но и командная работа коллектива над разработкой проекта и его реализацией. Сюда же можно отнести и компетентность авторов, их понимание проблематики проекта и осознание того, как и какими средствами и возможностями решить поставленные задачи. Также учитываются такие параметры, как владение коллектива технологиями, механизмами, формами и методами реализации медиапроекта.

Что касается собственно самих этапов проектирования, то они представлены в шести пунктах:

1. Определение проблемы;
2. Формулирование задачи;
3. Поиск идеи решения;
4. Анализ возможностей реализации;
5. Уточнение проекта;
6. Текстовое оформление проекта.

Правовые основы функционирования ювенильных редакций

Детско-юношеские редакции пресс-центров входят в пласт детских творческих объединений, которые, в свою очередь, являются частью образовательного процесса. Но также ювенильные издания входят в систему СМИ. Поэтому деятельность детско-юношеских редакций регулируется документами двух сфер: журналистики и образования. регламентируется документами различного уровня: это законодательные, ведомственные нормативные документы, локальные акты учреждения и непосредственно документация самого детского объединения.

Нормативные правовые акты о СМИ

Конституция Российской Федерации

Статья 23

1. Каждый имеет право на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну, защиту своей чести и доброго имени.

2. Каждый имеет право на тайну переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных и иных сообщений. Ограничение этого права допускается только на основании судебного решения.

Статья 24

1. Сбор, хранение, использование и распространение информации о частной жизни лица без его согласия не допускаются.

2. Органы государственной власти и органы местного самоуправления, их должностные лица обязаны обеспечить каждому возможность ознакомления с документами и материалами, непосредственно затрагивающими его права и свободы, если иное не предусмотрено законом.

Статья 29

1. Каждому гарантируется свобода мысли и слова.

2. Не допускаются пропаганда или агитация, возбуждающие социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду.

Запрещается пропаганда социального, расового, национального, религиозного или языкового превосходства.

3. Никто не может быть принужден к выражению своих мнений и убеждений или отказу от них.

4. Каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом. Перечень сведений, составляющих государственную тайну, определяется федеральным законом.

5. Гарантируется свобода массовой информации. Цензура запрещается.

Законы, имеющие основным предметом регулирования деятельность СМИ

Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» (от 27.12.1991 № 2124-1) — нормативно-правовой акт, регулирующий отношения между участниками производства массовой информации в России: между обществом и СМИ; государством и СМИ; учредителем, издателем и редакцией СМИ; редакцией и автором; редакцией, автором и «действующими лицами» публикации; редакцией, автором и источником информации; СМИ и гражданами РФ и другие.

Принципиальные основы законодательства о СМИ, на которые опирается Закон «О СМИ», содержатся в Конституции Российской Федерации: свобода мысли и слова, запрет на антигуманную пропаганду в различных её проявлениях, запрет на цензуру (ст. 29), идеологический плюрализм (ст. 13), неприкосновенность частной жизни (ст. 23 и 24), свобода творчества (ст. 44).

Закон «О СМИ» состоит из 7 глав, включающих в себя 62 статей:

Глава I. Общие положения

В ней указаны основные понятия средств массовой информации, упоминается о запрете цензуры и о запрете злоупотребления массовой информацией.

Глава II. Организация деятельности средств массовой информации

Здесь собраны все необходимые сведения о статусе, правах учредителя и регистрации средства массовой информации, а также описываются принципы проведения исследований объема зрительской аудитории телеканалов.

Глава III. Распространение массовой информации

В данной главе определены правила распространения СМИ, порядок регистрации и получения лицензии на вещание.

Глава IV. Отношения средств массовой информации с гражданами и организациями

В четвёртой главе собраны права запроса и получения информации, случаи отказа или отсрочки в предоставлении информации. А также указаны порядок и право на опровержение материала в СМИ, право на ответ.

Глава V. Права и обязанности журналиста

Здесь говорится о правах и обязанностях журналиста, порядке аккредитации, указаны недопустимые злоупотребления правами журналиста, а также правила использования скрытой записи.

Глава VI. Межгосударственное сотрудничество в области массовой информации

О доступе к материалам зарубежных средств массовой информации положении зарубежных корреспондентов.

Глава VII. Ответственность за нарушение законодательства о средствах массовой информации

Раскрывает порядок ответственность за нарушения законодательства о средствах массовой информации, возмещение морального вреда и случаи освобождения от ответственности.

Поправки в законе «О СМИ»

1 сентября 2012 года вступили в силу поправки, цель которых — предостеречь детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию.

**Закон, регулирующий авторское право — Часть четвертая
Гражданского кодекса Российской Федерации**

Четвёртая часть кодекса содержит статьи, регулирующие вопросы авторского и смежных прав, ранее регулировавшихся отдельным Законом, а также другие вопросы интеллектуальной собственности, в частности, сроки действия различных исключительных прав на произведения, изобретения и другие объекты интеллектуальной собственности. Регулирует права изготовителей баз данных, компьютерных программ, создателей селекционных достижений, топологий интегральных микросхем, права владельцев товарных знаков, полезных моделей, промышленных образцов, вопросы регистрации данных объектов интеллектуальной собственности.

Раздел VII. Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации

Глава 69. Общие положения

Глава 70. Авторское право

Глава 71. Права, смежные с авторскими

Глава 76. Права на средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий

Федеральный закон «Об обязательном экземпляре документов»

В этом законе определены правила формирования обязательного экземпляра документов как ресурсной базы комплектования полного национального библиотечно-информационного фонда документов Российской Федерации и развития системы государственной библиографии.

В этом документе устанавливаются виды обязательного экземпляра документов, категории их производителей и получателей, сроки и порядок доставки обязательного экземпляра документов, ответственность за их нарушение.

Глава I. Общие положения

Статья 1. Основные понятия

Статья 5. Виды документов, входящих в состав обязательного экземпляра

Глава II. Обязанности и права производителей документов

Статья 6. Затраты на подготовку, публикацию (выпуск) и рассылку (передачу, доставку) обязательного бесплатного экземпляра

Статья 7. Доставка обязательного бесплатного экземпляра печатных изданий

Статья 8. Поставка обязательного экземпляра отечественных изданий в государства – участники Содружества Независимых Государств в порядке взаимобмена

Статья 9. Доставка обязательного бесплатного экземпляра изданий для слепых и слабовидящих

Статья 12. Доставка обязательного бесплатного экземпляра аудиовизуальной продукции

Статья 13. Доставка обязательного бесплатного экземпляра электронных изданий

Статья 14. Доставка обязательного платного экземпляра изданий

Статья 14.1. Доставка обязательного экземпляра документов, выполненных на различных носителях

Статья 16. Права производителей документов

Глава III. Обязанности получателей обязательного экземпляра

Статья 18. Обязанности организаций, централизованно получающих обязательный бесплатный экземпляр

Статья 20. Копирование обязательного экземпляра

Статья 21. Контроль за доставкой обязательного экземпляра

Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»

Закон регулирует отношения, возникающие при осуществлении права на поиск, получение, передачу, производство и распространение информации; применении информационных технологий; обеспечении защиты информации.

Статья 1. Сфера действия настоящего Федерального закона.

Статья 2. Основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе.

Статья 3. Принципы правового регулирования отношений в сфере информации, информационных технологий и защиты информации.

Статья 4. Законодательство Российской Федерации об информации, информационных технологиях и о защите информации.

Статья 5. Информация как объект правовых отношений.

Статья 6. Владелец информации.

Статья 7. Открытая информация.

Статья 8. Право на доступ к информации.

Статья 9. Ограничение доступа к информации.

Статья 10. Распространение информации или предоставление информации.

Статья 11. Документирование информации.

Статья 12. Государственное регулирование в сфере применения информационных технологий.

Статья 13. Информационные системы.

Статья 14. Государственные информационные системы.

Статья 15. Использование информационно-телекоммуникационных сетей.

Статья 16. Защита информации.

Статья 17. Ответственность за правонарушения в сфере информации, информационных технологий и защиты информации.

**Кодексы Российской Федерации, регулирующие деятельность
СМИ**

Гражданский кодекс Российской Федерации

Часть первая

Раздел I. Общие положения

Подраздел 3. Объекты гражданских прав

Глава 6. Общие положения

Статья 128. Виды объектов гражданских прав

К объектам гражданских прав относятся вещи, включая деньги и ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права; работы и услуги; информация; результаты интеллектуальной деятельности, в том числе исключительные права на них (интеллектуальная собственность); нематериальные блага.

<...>

Статья 138. Интеллектуальная собственность

В случаях и в порядке, установленных настоящим Кодексом и другими законами, признается исключительное право (интеллектуальная собственность) гражданина или юридического лица на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, индивидуализации продукции, выполняемых работ или услуг (фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания и т.п.).

Использование результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации, которые являются объектом исключительных прав, может осуществляться третьими лицами только с согласия правообладателя.

Статья 139. Служебная и коммерческая тайна

1. Информация составляет служебную или коммерческую тайну в случае, когда информация имеет действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности ее третьим лицам, к ней нет

свободного доступа на законном основании и обладатель информации принимает меры к охране ее конфиденциальности. Сведения, которые не могут составлять служебную или коммерческую тайну, определяются законом и иными правовыми актами.

2. Информация, составляющая служебную или коммерческую тайну, защищается способами, предусмотренными настоящим Кодексом и другими законами.

Лица, незаконными методами получившие информацию, которая составляет служебную или коммерческую тайну, обязаны возместить причиненные убытки. Такая же обязанность возлагается на работников, разгласивших служебную или коммерческую тайну вопреки трудовому договору, в том числе контракту, и на контрагентов, сделавших это вопреки гражданско-правовому договору.

Глава 8. Нематериальные блага и их защита

Статья 150. Нематериальные блага

1. Жизнь и здоровье, достоинство личности, личная неприкосновенность, честь и доброе имя, деловая репутация, неприкосновенность частной жизни, личная и семейная тайна, право свободного передвижения, выбора места пребывания и жительства, право на имя, право авторства, иные личные неимущественные права и другие нематериальные блага, принадлежащие гражданину от рождения или в силу закона, неотчуждаемы и непередаваемы иным способом. В случаях и в порядке, предусмотренных законом, личные неимущественные права и другие нематериальные блага, принадлежавшие умершему, могут осуществляться и защищаться другими лицами, в том числе наследниками правообладателя.

2. Нематериальные блага защищаются в соответствии с настоящим Кодексом и другими законами в случаях и в порядке, ими предусмотренных, а также в тех случаях и тех пределах, в каких использование способов

защиты гражданских прав (статья 12) вытекает из существа нарушенного нематериального права и характера последствий этого нарушения.

Статья 151. Компенсация морального вреда

Если гражданину причинен моральный вред (физические или нравственные страдания) действиями, нарушающими его личные неимущественные права либо посягающими на принадлежащие гражданину другие нематериальные блага, а также в других случаях, предусмотренных законом, суд может возложить на нарушителя обязанность денежной компенсации указанного вреда.

При определении размеров компенсации морального вреда суд принимает во внимание степень вины нарушителя и иные заслуживающие внимания обстоятельства. Суд должен также учитывать степень физических и нравственных страданий, связанных с индивидуальными особенностями лица, которому причинен вред.

Статья 152. Защита чести, достоинства и деловой репутации

1. Гражданин вправе требовать по суду опровержения порочащих его честь, достоинство или деловую репутацию сведений, если распространивший такие сведения не докажет, что они соответствуют действительности.

2. Если сведения, порочащие честь, достоинство или деловую репутацию гражданина, распространены в средствах массовой информации, они должны быть

3. Гражданин, в отношении которого средствами массовой информации опубликованы сведения, ущемляющие его права или охраняемые законом интересы, имеет право на опубликование своего ответа в тех же средствах массовой информации.

5. Гражданин, в отношении которого распространены сведения, порочащие его честь, достоинство или деловую репутацию, вправе наряду с опровержением таких сведений требовать возмещения убытков и морального вреда, причиненных их распространением.

Статья 152.1. Охрана изображения гражданина

Обнародование и дальнейшее использование изображения гражданина (в том числе его фотографии, а также видеозаписи или произведения изобразительного искусства, в которых он изображен) допускаются только с согласия этого гражданина.

<...>

Часть вторая

Глава 59. Обязательства вследствие причинения вреда

<...>

§4. Компенсация морального вреда

Статья 1099. Общие положения

1. Основания и размер компенсации гражданину морального вреда определяются правилами, предусмотренными настоящей главой и статьей 151 настоящего Кодекса.

2. Моральный вред, причиненный действиями (бездействием), нарушающими имущественные права гражданина, подлежит компенсации в случаях, предусмотренных законом.

3. Компенсация морального вреда осуществляется независимо от подлежащего возмещению имущественного вреда.

Статья 1100. Основания компенсации морального вреда

Статья 1101. Способ и размер компенсации морального вреда

Какие еще законы регулируют деятельность СМИ

Федеральный закон «О рекламе»

Федеральный закон «О коммерческой тайне»

Федеральный закон «О персональных данных»

**Нормативно-правовые основы деятельности
детского объединения дополнительного образования**

Законодательные, ведомственные нормативные документы

Закон «Об образовании в Российской Федерации»

В этом документе даются определения таким понятиям, как «образование», «воспитание», «обучение», «образовательная программа», «уровень образования», «квалификация», «педагогический работник» и пр. Так, дополнительное образование, согласно закону, — это «вид образования, который направлен на всестороннее удовлетворение образовательных потребностей человека в интеллектуальном, духовно-нравственном, физическом и (или) профессиональном совершенствовании и не сопровождается повышением уровня образования». Также в законе определяются участники образовательных отношений, их права и обязанности; структура образования; особенности реализации образовательных программ; экономические составляющие в сфере образования.

Статья 12. Образовательные программы

1. Образовательные программы определяют содержание образования.
5. Образовательные программы самостоятельно разрабатываются и утверждаются организацией, осуществляющей образовательную деятельность.

Статья 13. Общие требования к реализации образовательных программ

Статья 23. Типы образовательных организаций

В данной статье перечисляются типы образовательных организаций, реализующих дополнительные образовательные программы как для детей, так и для взрослых. В ней говорится, что организация дополнительного образования — это образовательная организация, осуществляющая в

качестве основной цели ее деятельности образовательную деятельность по дополнительным общеобразовательным программам.

Статья 25. Устав образовательной организации

Образовательная организация действует на основании устава, утвержденного в порядке, установленном законодательством Российской Федерации, в котором определены виды реализуемых образовательных программ с указанием уровня образования и (или) направленности.

Статья 28. Компетенция, права, обязанности и ответственность образовательной организации

Статья 30. Локальные нормативные акты, содержащие нормы, регулирующие образовательные отношения

Образовательная организация принимает локальные нормативные акты по основным вопросам организации и осуществления образовательной деятельности, в том числе регламентирующие правила приема обучающихся, режим занятий обучающихся, формы, периодичность и порядок текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся, порядок и основания перевода, отчисления и восстановления обучающихся, порядок оформления возникновения, приостановления и прекращения отношений между образовательной организацией и обучающимися и (или) родителями (законными представителями) несовершеннолетних обучающихся.

Статья 33. Обучающиеся

В статье говорится об основных правах обучающихся и мерах их социальной поддержки и стимулирования.

Статья 43. Обязанности и ответственность обучающихся

Статья 44. Права, обязанности и ответственность в сфере образования родителей (законных представителей) несовершеннолетних обучающихся

Статья 46. Право на занятие педагогической деятельностью

Статья 47. Правовой статус педагогических работников. Права и свободы педагогических работников, гарантии их реализации

Статья 48. Обязанности и ответственность педагогических работников

Статья 48. Обязанности и ответственность педагогических работников

Статья 55. Общие требования к приему на обучение в организацию, осуществляющую образовательную деятельность

Выше перечисленные статьи касаются всех видов образования.

Глава 10. Дополнительное образование полностью посвящена только дополнительному образованию.

Статья 75. Дополнительное образование детей и взрослых

В данной статье говорится о том, на что направлено дополнительное образование и какие особенности в обучении необходимо учитывать. Также указываются виды дополнительных общеобразовательных программ.

Статья 76. Дополнительное профессиональное образование

Трудовой Кодекс РФ

Этот документ связан непосредственно с педагогическими кадрами.

В **главе 52** «Особенности регулирования труда педагогических работников» определяется специфика регулирования труда педагогических работников. Так, в **статье 331** говорится о том, что право на занятие педагогической деятельностью есть у лиц, имеющих «образовательный ценз, который определяется в порядке, установленном законодательством Российской Федерации в сфере образования». Также в статье определены лица, которые не допускаются к деятельности.

В **статье 333** определяется продолжительность рабочего времени педагогических работников. «Для педагогических работников устанавливается сокращенная продолжительность рабочего времени не более 36 часов в неделю. В зависимости от должности и (или) специальности педагогических работников с учетом особенностей их труда продолжительность рабочего времени (нормы часов педагогической работы за ставку заработной платы), порядок определения учебной нагрузки, оговариваемой в трудовом договоре, и основания ее изменения, случаи установления верхнего предела учебной нагрузки педагогических работников определяются уполномоченным Правительством Российской Федерации федеральным органом исполнительной власти» .

Особенности режима рабочего времени и времени отдыха педагогических и иных работников организаций, осуществляющих образовательную деятельность, закреплены **Приказом Министерства образования и науки РФ от 11.05.2016 №536 «Об утверждении Особенности режима рабочего времени и времени отдыха педагогических и иных работников организаций, осуществляющих образовательную деятельность»**.

Приказ Министерства образования и науки РФ от 29 августа 2013 г. №1008 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»

Данный документ регулирует организацию и осуществление образовательной деятельности по общеобразовательным программам. Целью этого документа является «повышение качества услуг в сфере дополнительного образования на основе единого Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам и приведения деятельности образовательных организаций в соответствие с Федеральным законом “Об образовании в Российской Федерации”».

В **пункте 5** говорится, что содержание дополнительных общеразвивающих программ и сроки обучения по ним определяются образовательной программой, разработанной и утвержденной организацией, осуществляющей образовательную деятельность.

В **пункте 6** обращается внимание на то, что организации, осуществляющие образовательную деятельность, реализуют дополнительные общеобразовательные программы в течение всего календарного года, включая каникулярное время.

В **пунктах 7 и 8** сказано, что организации, осуществляющие образовательную деятельность, организуют образовательный процесс в соответствии с индивидуальными учебными планами в объединениях по интересам, сформированных в группы учащихся одного возраста или разных возрастных категорий (разновозрастные группы), являющиеся основным составом объединения (например, клубы, секции, кружки, лаборатории, студии, оркестры, творческие коллективы, ансамбли, театры) (далее – объединения), а также индивидуально. Обучение по индивидуальному учебному плану, осуществляется в порядке, установленном локальными

нормативными актами организации, осуществляющей образовательную деятельность.

В **пункте 9** определены 6 направлений, по которым реализуются дополнительные общеобразовательные программы. Здесь же сказано, что занятия в объединениях могут проводиться по группам, индивидуально или всем составом объединения. Количество учащихся в объединении, их возрастные категории, а также продолжительность учебных занятий в объединении зависят от направленности дополнительных общеобразовательных программ и определяются локальным нормативным актом организации, осуществляющей образовательную деятельность.

В **пункте 13** говорится о расписании занятий.

Пункты 14-17 говорят об особенностях организации занятий по реализации дополнительных общеобразовательных программ.

На основании данного документа образовательная организация, осуществляющая обучение по дополнительным общеобразовательным программам, принимает локальные нормативные акты по основным вопросам организации и осуществления образовательной деятельности.

**«Федеральный государственный образовательный стандарт
среднего профессионального образования по специальности 44.02.03
Педагогика дополнительного образования».**

В документе определяется область профессиональной деятельности педагогов дополнительного образования — дополнительное образование детей в организациях дополнительного образования, общеобразовательных организациях и организациях профессионального образования за пределами их основных образовательных программ. В данном документе устанавливаются требования к общим и профессиональным компетенциям педагога дополнительного образования.

Стандарт определяет следующие виды деятельности педагога дополнительного образования: «преподавание в одной из областей дополнительного образования детей; организация досуговых мероприятий, конкурсов, олимпиад, соревнований, выставок; методическое обеспечение образовательного процесса» .

**Постановление Главного государственного санитарного врача РФ
от 04.07.2014 №41 «Об утверждении СанПиН 2.4.4.3172-14 “Санитарно-
эпидемиологические требования к устройству, содержанию и
организации режима работы образовательных организаций
дополнительного образования детей”».**

В данном документе содержатся рекомендации «по созданию наиболее благоприятных и оптимальных условий для детей в организациях дополнительного образования, направленные на сохранение и укрепление их здоровья» .

Все требования в документе распределены по разделам:

- требования к размещению организации дополнительного образования и ее территории;
- требования к зданию организации дополнительного образования;
- требования к водоснабжению и канализации;
- требования к естественному и искусственному освещению;
- требования к отоплению, вентиляции и воздушно-тепловому режиму;
- требования к помещениям для занятий различной направленности и их оборудованию;
- требования к организации образовательного процесса;
- требования к организации питания и питьевому режиму;
- требования к санитарному состоянию и содержанию территории и помещений;
- требования к соблюдению санитарных правил.

В приложениях к документу приведены рекомендуемые состав и площади помещений в организациях дополнительного образования. Также прописан рекомендуемый режим занятий детей в организациях дополнительного образования.

Локальные акты учреждения:

- **устав учреждения дополнительного образования**, являющийся самым главным документом, на котором организуется вся деятельность образовательного учреждения. Устав создается на основе Трудового Кодекса РФ, Закона «Об образовании в Российской Федерации», Приказа Министерства образования и науки РФ от 29 августа 2013 г. № 1008 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;

- **программа развития учреждения дополнительного образования**, в которой излагаются цели, задачи и направления обучения, воспитания, развития обучающихся и определяется специфика педагогического процесса. «Программа учитывает приоритетные направления образовательной системы Российской Федерации, учитывает социально-экономические, территориальные, культурно-исторические, демографические и другие условия, в которых находится учреждение, определяет долгосрочную стратегию развития учреждения (обычно на 5 лет). В соответствии с программой развития строится и планируется деятельность детских объединений, входящих в структуру УДОД, их учебно-воспитательная и организационно-массовая работа, социально значимая деятельность»;

- **правила внутреннего трудового распорядка**, в которых определяются права и обязанности сотрудников, рабочее время, организация деятельности в детско-юношеских коллективах и ее содержание, а также «сроки обучения, формы организации учебного процесса, виды детских объединений, возраст обучающихся, режим работы, норма комплектования групп; начало и окончание учебного года, работа в каникулярное время; формы итоговой аттестации; ответственность участников образовательного процесса за качество образования; условия финансирования (бюджетное и платное обучение)» ;

- **правила для обучающихся**, в которых прописаны права и обязанности обучающихся, а также определен «порядок приема, перевода и отчисления обучающихся, порядок организации образовательного процесса, формы поощрения и дисциплинарного взыскания» ;
- **учебно-производственный план**, определяющий нагрузку педагога: «количество групп по каждой программе и по годам обучения, количество обучающихся по каждой программе и по годам обучения, количество часов на каждую группу в соответствии с образовательной программой, общая педагогическая нагрузка в неделю, а также указываются все реализуемые образовательные программы по направленностям» .

Документация детского объединения:

- образовательная программа;
- положение о детском объединении дополнительного образования;
- план учебно-воспитательной работы;
- расписание работы детского объединения;
- журнал учета работы детского объединения;
- материалы промежуточной и итоговой аттестации обучающихся;
- отчет о работе педагога дополнительного образования за год;
- инструкции по охране труда и обеспечению безопасности детей во время проведения занятий.

Технические условия подготовки ювенильных СМИ

Технические условия подготовки ювенильных СМИ также регламентируются стандартами и законами. В технические условия подготовки входят такие понятия, как «полиграфическое исполнение», «художественное оформление».

Общие технические условия подготовки изданий для детей отражены в **ОСТ 29.127-2002. «Издания книжные и журнальные для детей и подростков. Общие технические условия»**. В данном стандарте излагаются требования к шрифтовому оформлению и качеству полиграфического исполнения книжных и журнальных изданий для детей и подростков.

Требования к полиграфическим материалам регламентированы соответствующими СанПиН, ГОСТ Р, ТУ (например, **ГОСТ 6445-74** — бумага газетная; **ТУ 81-07-18-77** — требования к бумаге, рекомендованной для офсетной печати, и т.п.). Также обязательные гигиенические требования устанавливаются в **СанПиН 2.4.7.960-00. 2.4.7. «Гигиена детей и подростков. Гигиенические требования к изданиям книжным и журнальным для детей и подростков. Санитарные правила и нормы»**. Санитарные правила направлены на профилактику заболеваний органов зрения и опорно-двигательного аппарата детей и подростков, устанавливают гигиенические требования к шрифтовому оформлению и качеству печати книжных и журнальных изданий, выпускаемых с использованием шрифтов русской и/или латинской графических основ, с целью обеспечения удобочитаемости изданий, что приводит к снижению зрительной нагрузки при чтении, предупреждает развитие зрительного и общего утомления, является одной из мер профилактики зрительных нарушений.