



Казанский федеральный
УНИВЕРСИТЕТ
ВЫСШАЯ ШКОЛА
журналистики
и медиакоммуникаций

Р.Т. БАКАНОВ
М.В. СИМКАЧЕВА
Д.В. ТУМАНОВ

В журналисты я пойду!

*Учебно-справочное пособие для школьников и абитуриентов,
выбравших направления проф ессиональной подготовки
«Журналистика» или «Телевидение»*

КАЗАНЬ
2020

УДК 070
ББК 76.01
Б 19

Рецензенты:

доктор филологических наук, профессор *В.З. Гарифуллин*
доктор философских наук, профессор *С.К. Шайхитдинова*

Баканов Р.П., Симкачева М.В., Туманов Д.В.

Б 19 В журналисты я пойду! Учебно-справочное пособие для школьников и абитуриентов, выбравших направление профессиональной подготовки «Журналистика» / Р.П. Баканов, М.В. Симкачева, Д.В. Туманов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2020. – 72 с.

Учебно-справочное пособие представляет собой «путеводитель» для абитуриента, выбравшего направления «Журналистика» или «Телевидение». Пособие содержит необходимую справочную информацию о Высшей школе журналистики и медиакоммуникаций КФУ, довузовской подготовке в Школе молодого журналиста, профессиональных творческих фестивалях для школьников, практическую информацию в помощь абитуриенту о порядке поступления в Высшую школу журналистики и медиакоммуникаций КФУ и регламенте проведения вступительного творческого экзамена по журналистике и телевидению. Описан спектр областей деятельности и профессиональных направлений, где может реализовать себя выпускник с дипломом журналиста. Есть также словарь активной лексики начинающего журналиста и календарь журналистских праздников для большей ориентации абитуриента в журналистской профессии.

Рассчитано на школьников, абитуриентов, студентов и магистрантов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям «Журналистика» и «Телевидение» всех профилей подготовки.

УДК 070
ББК 76.01

© Баканов Р.П., Симкачева М.В., Туманов Д.В., 2020
© Издательство Казанского университета, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

Вместо предисловия	
Журналистское образование в России.....	
А знаете ли вы, что	
О поступлении в Высшую школу журналистики и медиакоммуникаций КФУ	
Школа молодого журналиста при Высшей школе журналистики и медиакоммуникаций КФУ	
Цель создания Школы	
Задачи Школы	
Программа обучения.....	
Требования к уровню подготовки выпускника	
Завершающий этап обучения в Школе	

Итоговая проверка знаний и умений.....	
Творческие фестивали	
«Золотое перо»	
«Волжские встречи»	
В журналисты я пойду! Где потом работать?	
Сайты, которые надо добавить в закладки.....	
Словарь активной лексики начинающего журналиста.....	
Календарь журналистских праздников	

ВМЕСТО ПРЕДИСЛОВИЯ

Ах, тяжела и неказиста
Жизнь молодого журналиста!
Статьи, заметки, репортажи
И интервью, и очерк даже.
Подводка, лайф, анонс, синхрон,
Вы иногда как страшный сон!
Со мной тетрадь, блокнот и ручка,
Давно мы с вами неразлучны!
Быть в гуще жизненных событий,
Не пропускать больших открытий,
Быть справедливым, честным, смелым,
Активным, бодрым, умным, зрелым.
Во всем быть первым, беспристрастным,
Уметь описывать в контрастах
Деталь любого материала.

Я знала с самого начала:
Владеть пером и языком
Возможно лишь, своей профессии
Отдавшись без насилья, весело,
Вся без остатка, целиком!
И вот теперь скажу я смело:
"Люблю всем сердцем это дело!"
Во многом если быть специалистом,
Всегда есть шанс назваться **ЖУРНАЛИСТОМ!**

Гульнара Аухадиева
выпускница Высшей школы журналистики
и медиакоммуникаций КФУ 2016 года

ЖУРНАЛИСТСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В РОССИИ

А знаешь ли ты, что:

- о создании высшей школы журналистики впервые задумались в Санкт-Петербурге в 1902 году. Руководителем ее должен был стать талантливый писатель, пустивший в оборот слово «интеллигенция» для обозначения высшего образованного слоя общества, выпускник юрфака Казанского университета **Петр Дмитриевич Боборыкин**;

- первая частная школа журналистики появилась в феврале 1905 года в Москве. Курсы предназначались для того, чтобы «лицам, не получившим образования на юридическом факультете, дать систематическое собрание этико-юридических знаний, необходимых для понимания и обсуждения вопросов общественной жизни, составляющей предмет так называемой публицистики»¹;

¹ Цит. по: Есин Б.И. Путешествие в прошлое (газетный мир XIX в.). - М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 1983. - С.158.

- журналистское образование стало государственным в 1921 году. Именно тогда были открыты первые Коммунистические институты журналистики в Москве и Петрограде;

- первый в стране факультет журналистики был открыт в Свердловске. И не когда-нибудь, а в 1941 году. В 1944 году подобный факультет организован в Белорусском университете, в 1946 году открылось отделение журналистики на филологическом факультете Ленинградского университета, в 1947 году - Московского;

- журналистское образование в стране стало массовым только в 1960-е годы. В эти годы специализированные кафедры и отделения стали открываться во многих вузах страны. Например, в Казанском университете;

- первый набор на специальность «татарская журналистика» (заочное отделение) в Казани состоялся раньше, чем возникла специализированная кафедра журналистики. Это произошло в 1959 году, а кафедра журналистики открылась в 1962 году;

- первым в Советском Союзе доктором и профессором по специальности «журналистика» был основатель кафедры журналистики в Казани

Иван Георгиевич Пехтелев. Признанный литературовед, профессор Казанского пединститута, он ставил в приоритет исследование истории прессы Поволжья;

- в 1972 году на историко-филологическом факультете создано самостоятельное отделение журналистики. Оно было единственным центром подготовки журналистских кадров для областей и автономных республик Поволжского региона. Тогда университет и приобрел новую специальность - «Журналистика»;

- в 2016 году в Казани появилась мемориальная доска в память **Флорида Имамахметовича Агзамова**. Выдающийся педагог и ученый, он 30 лет возглавлял журналистское образование в Казанском университете;

- факультет журналистики Казанского университета впервые возник в 1992 году. Правда, через два года факультет вновь преобразовали, присоединив к нему кафедры социологии и психологии. В 2002 году факультет был преобразован в факультет журналистики и социологии;

- **Васил Загитович Гарифуллин**, в 2002 году возглавивший факультет, - любимый ученик Агзамова. Сейчас он - доктор наук, профессор,

один из ведущих специалистов в области изучения истории и теории татарской журналистики;

- в 2014 году возник Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций. В его составе три отделения: философии и религиоведения, социально-политических наук и отделение массовых коммуникаций;

- в 2016 году отделение массовых коммуникаций было переименовано в Высшую школу журналистики и медиакоммуникаций. Ее возглавил **Леонид Григорьевич Толчинский**;

- к услугам студентов Высшей школы оснащенные по последнему слову техники: зал-студия для проведения съемок зрелищных событий и мастер-классов известных журналистов и специалистов в области рекламы и связей с общественностью (шоурум); многофункциональный ньюсрум для создания публикаций в мультимедийные студенческие СМИ и на медиапортал КФУ; студенческий телеканал круглосуточного вещания «UNIVER TV» - творческая лаборатория и место прохождения производственной практики студентов-телевизионщиков и не только их;

- выпускнику Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций Казанского университета присваивается квалификация - академический бакалавр. Для тех, кто захочет учиться дальше, есть магистратура и аспирантура;

- в 2022 году исполнится 60 лет журналистскому образованию в Поволжье. История журналистики XXI века только началась, и у вас есть шанс вписать свое имя на ее страницы!

В Высшей школе журналистики и медиакоммуникаций КФУ в 2020-м и 2021 годах прием абитуриентов и подготовка студентов ведутся по следующим направлениям и профилям.

1. **Журналистика.** Направление разделено на профили: «Международная журналистика», «Мультимедийная журналистика». По профилю «Новые национальные медиа: мультимедийная журналистика» обучение ведется на татарском языке. Вступительные экзамены: русский язык, литература и творческое испытание профессиональной направленности.

2. **Телевидение** (профили: «Телевидение и иностранный язык (английский и китайский)», «Видеопроизводство для новых медиаплат-

форм» и общий профиль). Вступительные экзамены: русский язык, литература и творческое испытание профессиональной направленности.

3. **Реклама и связи с общественностью.** Вступительные экзамены: русский язык, обществознание и иностранный язык.

4. **Медиакоммуникации.** Вступительные экзамены: русский язык, литература и обществознание. В структуре Высшей школы три кафедры:

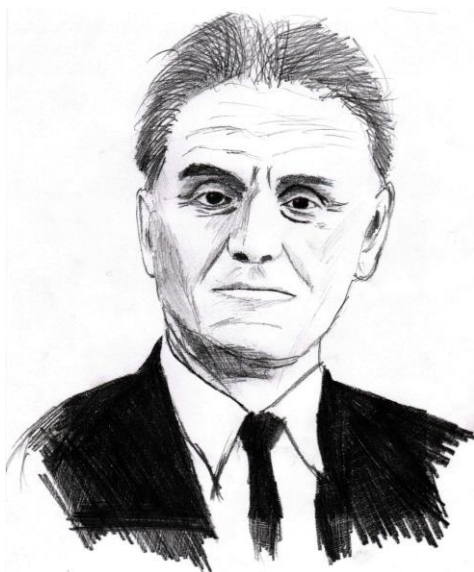
- национальных и глобальных медиа (заведующий - профессор Васил Загитович Гарифуллин);

- телепроизводства и цифровых коммуникаций (заведующий - кандидат социологических наук Леонид Григорьевич Толчинский);

- связей с общественностью и прикладной политологии (заведующий - профессор Галина Викторовна Морозова).

Подать заявление о желании учиться у нас можно онлайн с любого электронного устройства, имеющего выход в Интернет. Что надо сделать?

1. Изучите правила приема на сайте <https://admissions.kpfu.ru/>
2. Зарегистрируйтесь там в электронном личном кабинете.
3. Заполните анкету и подайте заявление.



Иван Георгиевич Пехтелев



Флорид Имамахметович Агзамов



Васил Загитович Гарифуллин

О ПОСТУПЛЕНИИ В ВЫСШУЮ ШКОЛУ ЖУРНАЛИСТИКИ И МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ КФУ

Стать журналистом – дело непростое. Даже если вы пишете неплохие сочинения по литературе и слагаете стихи, это еще не ничего не значит. Потому что журналист – не просто человек, обладающий литературным даром, это личность, готовая повести за собой своих читателей, слушателей или зрителей. Помните предостережение: «Если слепой ведет слепого, то оба упадут в яму»? Поэтому при поступлении в Высшую школу журналистики и медиакоммуникаций Казанского федерального университета экзаменационная комиссия хочет убедиться, что вы не «слепой» и хорошо разбираетесь и в процессах, протекающих в современном обществе, и в особенностях функционирования медиасистемы.

Кроме знаний литературы и русского языка, вам потребуется продемонстрировать свою информационную грамотность во время творческого испытания профессиональной направленности.

Общая подготовленность вас к профессии предполагает творческие способности, склонность к общению, широкий кругозор, грамотность, умение оперативно изложить свои мысли письменно и устно, интерес к общественно-политической жизни, первичные знания о роли журналистики в обществе, об особенностях труда работника средств массовой информации.

Творческое испытание проводится в устно-письменной форме. На выполнение дается два часа, а критериями оценки являются: способность абитуриента выбрать социально значимую тему, оригинальность его подхода к теме и полнота ее раскрытия, характер выражения и аргументации авторской позиции, уровень эрудиции и умение ее проявить, проявление индивидуального стиля автора, грамотность изложения.

На творческом экзамене приемная комиссия хочет понять:

- умеет ли абитуриент находить убедительный фактический материал для раскрытия темы, связанной не с литературными произведениями, а с реальной действительностью, и при этом настолько интересно – то есть как раз творчески – он способен преподнести выбранную фактуру в письменном тексте;

- какова общая эрудиция абитуриента, кто из выдающихся личностей прошлого и настоящего его интересует и почему, каковы его интересы и познания в различных видах искусства (искусство – творческая деятельность);
- продукцию каких средств массовой информации или блогов читает-смотрит-слушает абитуриент, как и чем он объясняет свои предпочтения, кто из действующих журналистов кажется ему настоящим профессионалом и почему, что он знает об их творчестве в целом – каково представление абитуриента о будущей профессии.

Письменные задания, которые даются на творческом испытании, включают в себя умение написать словесный портрет, составить связный рассказ по предложенным словам, написать информационную текстовку к фотографии, продемонстрировать умение красочно описать эмоции человека и изложить сюжет известного художественного произведения, учитывая направленность предложенного в билете издания (например, общественно-политическая, глянцево-гламурная, молодежная, деловая, научно-популярная, аудиальная и тому подобное).

Особое внимание следует обратить на стилистическое соответствие создаваемого текста творческому заданию. Выполняемая работа не должна содержать никаких ошибок - ни орфографических, ни пунктуационных, ни языковых, ни речевых. Кроме того, текст не должен содержать ни угроз, ни насмешек, ни оскорблений. Не надо использовать в нем бранные, вульгарные и жаргонные слова.

Устная часть творческого испытания проводится в виде собеседования. Его направленность ориентирована на выявление общей эрудиции поступающего по обществузнанию, международным событиям внутренней и внешней политике, ключевым вехам из истории России и характеристикам исторических персоналий, произведений отечественной литературы, основных понятий литературно-художественного творчества, законов его исторического развития, знаний правил русского языка, первичных знаний об истории, теории и практики журналистики.

Во-первых, ты должен обладать широким кругозором и знаниями об актуальных проблемах российской и международной жизни. Во-вторых, нужно уметь различать виды и типы средств массовой информации, знать

систему публицистических жанров и структуру редакции, оперировать именами ведущих журналистов современности и представлять их творчество. И в-третьих, необходимо владеть начальными навыками логического объяснения процесса творчества, чтобы раскрыть ход работы над своими опубликованными материалами и доказать свою компетентность в избранной для публикации теме.

Комиссия оставляет за собой право задавать дополнительные вопросы, производить уточнения по полученным ответам. Оценивается не только точность ответов абитуриента на каждый вопрос, но и твоя способность к раскрытию темы, наличие собственной позиции, умение аргументировано обосновать эту позицию и логически мыслить.

Оценка ставится отдельно по каждой из частей творческого испытания. Отказ отвечать на предложенный вопрос рассматривается членами приемной комиссии как отсутствие ответа, и в этом случае в качестве результата выставляется ноль баллов.

Каждая из двух частей творческого экзамена оценивается комиссией по 50-балльной шкале. Таким образом, в целом твои знания по испыта-

нию профессиональной направленности и по собеседованию максимально могут быть оценены в сто баллов.

Для абитуриентов, поступающих на профиль «Новые национальные медиа: мультимедийная журналистика», творческие испытания проходят на татарском языке.

Критериями оценки служат широта общего и профессионального кругозора, высокий уровень начитанности, самостоятельность суждений, глубина анализа средств массовой информации и публикаций в них творческих материалов современных журналистов.

Конкретное представление о своем профессиональном будущем – хороший знак, свидетельствующий о серьезности ваших намерений стать журналистом. Научись читать, слушать и смотреть, выделяя главное, существенное в журналистских материалах, улавливая структуру газетного или журнального номера, радио или телевизионной передачи. Обращай внимание не только на передаваемый в средствах массовой информации печатный, аудио или визуальный текст, но и на тех, кто этот текст создал и озвучил. Знать имена и фамилии своих будущих коллег – не просто

долг вежливости, а сигнал вашей готовности учиться у них профессиональному мастерству. Плохая осведомленность в практической журналистике, напротив, сигнализирует комиссии, что ты заглянул на экзамен случайно и, возможно, займешь в университете чье-то место, так и не став после его окончания специалистом, если, конечно, вообще сможешь закончить Высшую школу журналистики и медиакоммуникаций КФУ.

Итак, наблюдай за миром журналистики, читай, смотри и слушай средства массовой информации, выбирай наиболее важные, на твой взгляд, новости недели и месяца, собирай досье таких материалов по различным темам, географии происходящих событий, по жанровой палитре, пересказывай вслух увиденное и услышанное тобой, расширяй свой словарный запас, анализируй журналистские материалы на предмет того, как автор готовил материал, что послужило поводом, к каким источникам информации обращался и как в конечном итоге выстроил свое повествование. Мы верим: у тебя все получится!

Будь готов разъяснить сущность профессии журналиста, рассказать об истории выбранной тобой профессии, объяснить роль и место средств

массовой информации в социальной жизни, расшифровать аббревиатуры и специфические журналистские термины.

При оценке может быть учтено твое творческое **портфолио**. Оно включает в себя публикации как в зарегистрированных средствах массовой информации, так и в авторских медиа (блогах, Интернет-изданиях, социальных сетях) и наградные документы (грамоты, дипломы и т.п.), полученные на журналистских конкурсах, а также характеристики, данные тебе руководящим составом редакций, опубликовавших твои работы.

В портфолио в обязательном порядке должен быть представлен полный перечень твоих журналистских работ с указанием точной даты (числа, месяца и года) публикации или выхода в эфир каждой работы, страницы размещения в печатном издании или полного Интернет-адреса для онлайн-СМИ. Лучшие публикации представляются в приемную комиссию вместе с другими документами либо в оригинальном виде, либо в ксерокопии для их проверки до начала вступительного испытания.

Представленные публикации должны быть качественными, написанными в разных жанрах. Если члены комиссии сомневаются, какую оценку

вам поставить, они посмотрят на даты публикаций: чем раньше была начата творческая деятельность, тем лучше. **Не включай в свое портфолио** опубликованные в средствах массовой информации рассказы, стихотворения и другие произведения художественного или иного характера, так как они не являются журналистскими произведениями.

При подаче документов в приемную комиссию ты можешь представить характеристику-рекомендацию от редакции СМИ, с которым ты сотрудничал, свои авторские текстовые и изобразительные журналистские материалы, опубликованные в газетах, журналах, Интернет-СМИ, вышедших в радио- или телеэфир.

Публикация должна иметь авторскую подпись. Если материал опубликован без авторской подписи или под псевдонимом, обязательно нужно заверить публикацию в редакции с указанием и подтверждением, что автор текста - ты. Необходимое количество публикаций - не менее пяти. Меньшее количество материалов комиссией не оценивается.

Печатные материалы представляются в виде ксерокопий, которые наклеиваются на стандартные листы бумаги формата А4. Материалы,

опубликованные в Интернет-изданиях, распечатываются в полном объеме на бумаге такого же формата. Материалы радио и телевидения, в том числе вещающих в сети Интернет, должны быть изложены и представлены членам комиссии в печатном виде (полное и дословное воспроизведение текстовой части радио- или телематериала, включая синхроны и другие специфические фрагменты) на бумаге формата А4 и дополнены аудио- или видеозаписями на CD/DVD-дисках или «флешках».

Строго обязательно заверение каждой публикации визой одного из руководителей СМИ-публикатора (редактора/директора, заместителя редактора/директора или ответственного секретаря) и редакционной печатью. Виза должна содержать надпись «Публикацию заверяю», указание должности визирующего руководителя (или корреспондента редакции), его личную подпись и расшифровку подписи.

Более подробную информацию о Высшей школе журналистики и медиакоммуникаций КФУ, свежие новости о науке, творческой жизни студентов и преподавателей ты всегда можешь узнать на ее официальном сайте <http://kpfu.ru/isfnmk/struktura/otdeleniya/massovyh-kommunikacij>.



Казанский федеральный УНИВЕРСИТЕТ

ВЫСШАЯ ШКОЛА журналистики и медиакоммуникаций



Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций

Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций базируется на богатой почти 55-летней истории журналистского образования в Казанском университете.

- В качестве самостоятельного подразделения факультет журналистики и социологии Казанского государственного университета начал функционировать в 1990 году, когда на базе отделения журналистики, существовавшем в КГУ с 1962 года, был открыт факультет журналистики.
- В 1994 году к факультету были присоединены кафедры социологии и психологии, и он стал именоваться факультетом журналистики, социологии и психологии.
- В 2003 году, в связи с преобразованием в самостоятельный факультет, отделение психологии вышло из состава факультета.
- В 2007 году факультет пополнился отделением "Связи с общественностью".
- В 2016 году была образована Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций.



Руководитель: Директор Толчинский Леонид Григорьевич
Приемная: 2337710, деканат 2337417
Телефон: Попова Ольга Ивановна
E-mail: LGTolchinskij@kpfu.ru
Адрес: г. Казань, ул. Прф.Нужина, д. 1/37
Положение: [открыть файл](#)

 **DRAGON NEWS**

Новости, аналитика, события

Страница
Высшей школы



FB группа
Высшей школы



ШКОЛА МОЛОДОГО ЖУРНАЛИСТА ПРИ ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ ЖУРНАЛИСТИКИ И МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ КФУ

Школа молодого журналиста направлена на тех, кто не обладает опытом работы в СМИ, не имеет представления о задачах профессии, но хотел бы попробовать себя в журналистике.

Цель Школы - развитие у слушателей представлений о работе журналиста как разносторонней творческой деятельности методом «погружения» учащихся в условия, максимально приближенные к работе корреспондента редакции печатного издания.

Обучение в Школе молодого журналиста - это:

- шесть месяцев увлекательных занятий в виде тренингов, деловых игр, проблемных дискуссий, пресс-конференций, моделирующих повседневные условия работы журналиста;

- подготовка к вступительному творческому испытанию на направления «Журналистика» и «Телевидение» в Высшую школу журналистики и медиакоммуникаций КФУ (изучение истории отечественной журналистики, ее жанровых групп и форм, правовых и этических основ работы журналиста, структуры и специфики работы редакций печатных и электронных СМИ, а также разных видов новых медиа);

- регулярные экскурсии в редакции СМИ г. Казани и возможность публикации в них необходимых для участия в творческом конкурсе собственных материалов, при отсутствии которых вы можете получить меньше баллов, чем те абитуриенты, у кого работы будут;

- подготовка к участию в Республиканском фестивале молодежной прессы «Золотое перо», победитель которого «автоматом» получает максимальные сто баллов за вступительный творческий экзамен, необходимых вам для поступления в Высшую школу журналистики и медиакоммуникаций Казанского университета;

- обеспечение учебно-методической и профессиональной литературой по программе обучения в Школе молодого журналиста.

Школа молодого журналиста в Высшей школе журналистики и медиакоммуникации КФУ работает уже больше десяти лет.

Задачи Школы молодого журналиста:

1. Дать представление слушателям о таких базовых журналистских понятиях как «факт», «информационное поле», «объективность», «проблема», «качество материала», «явление», «тенденция», «оперативность», «мнение», «комментарий», «дедлайн» и другими.

2. Научить учащихся применять на практике различные методы сбора информации.

3. Дать подробную информацию о правилах поступления в Высшую школу журналистики и медиакоммуникаций Казанского университета, организации там учебного процесса, внеаудиторных мероприятиях, во многих из которых можно принять участие.

4. Научить слушателей писать журналистские тексты в разных информационных жанрах: заметка, интервью, отчет, репортаж, информа-

ционная корреспонденция. Аналитические и художественно-публицистические жанры журналистики в рамках программы изучаются в ознакомительном режиме.

5. Дать представление слушателям о структуре редакций, об обязанностях главного редактора, его заместителей, ответственного секретаря, дизайнера, секретариата и отделов редакции.

6. Познакомить слушателей с некоторыми известными в Казани и Татарстане журналистами-практиками, которых необходимо позиционировать как будущих работодателей или руководителей практики в редакциях.

7. Дать возможность слушателям самостоятельно подготовить, доработать и опубликовать в СМИ свои первые журналистские работы.

Запись в Школу начинается ежегодно с первого сентября.

Вступительных испытаний нет.

Срок обучения - шесть месяцев (с середины ноября до середины мая).

Учебный план состоит из двух этапов:

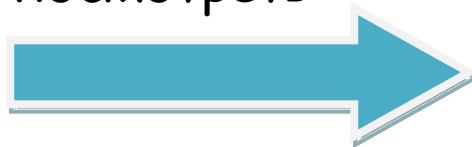
- теоретический (ноябрь - декабрь);
- практический (мастер-классы) (январь-май).

Записаться в Школу можно по телефону: 8-917-292-12-36 (доцент кафедры национальных и глобальных медиа Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций КФУ Роман Петрович Баканов).

Занятия проводятся два раза в неделю в вечернее время продолжительностью два часа как в аудиториях Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций Казанского университета (ул. профессора Нужина, дом 1/37), так и в редакциях республиканских средств массовой информации.

Занятия ведут преподаватели Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций Казанского университета и журналисты городских и республиканских медиа. Также мы ходим в редакции на экскурсии.

Презентацию Школы молодого журналиста КФУ можно посмотреть
здесь:



Программа обучения в Школе молодого журналиста:

Теоретические занятия:

1. История отечественной журналистики.
2. Жанровое многообразие журналистики.
3. Теоретические и правовые основы журналистики.
4. Специфика современной журналистики России.

Мастер-классы:

- Особенности работы телевизионной службы информации.
- СМИ и пресс-служба.
- Правила работы в информационном агентстве.
- Специализация журналиста: обязательно или желательно? (на примере одного из тематических направлений).
- Основы работы радиожурналиста.
- Особенности деятельности фотожурналиста.
- Отраслевая журналистика (одно занятие на одно направление).
- Современная правовая и этическая база работы журналиста.

- Работа журналиста в редакционном коллективе (поиск актуальной информации, проверка данных, подготовка и редактирование текстов).

И это еще не все! Каждый год мы стараемся улучшить программу, включить в нее обучение самым модным «фишкам», которые есть в современной журналистике!

Мы ходим в редакции и смотрим, как они делаются газеты, журналы (в том числе и онлайн-выпуски) или создают теле- и радиопередачи.

Каждый выпускник Школы молодого журналиста получит сертификат об окончании Школы, подписанный директором Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций Казанского федерального университета.

Десятки выпускников Школы молодого журналиста стали студентами факультетов или отделений журналистики Казанского, Московского или Санкт-Петербургского университетов.

Окончив университет, они востребованы в редакциях.

Требования к уровню подготовки выпускника Школы молодого журналиста

Слушатели, завершившие обучение, должны:

- понимать специфику журналистской деятельности, требующей синтеза теоретических знаний, практических навыков и индивидуально-личностных качеств человека;
- уметь искать, собирать, обрабатывать информацию, используя различные ее источники, и оперативно готовить журналистские материалы в разных информационных жанрах;
- обладать теоретическими знаниями о закономерностях развития и функционирования СМИ, а также к каким холдингам принадлежат крупнейшие медиа России в целом и Татарстана в частности;
- знать основные положения Кодекса профессиональной этики российского журналиста и статьи юридических документов, касающихся работы журналиста;

- ориентироваться в системе СМИ Российской Федерации и региона;
- приобрести навыки практической деятельности в редакции;
- развивать личностные качества будущего журналиста, выработать собственную конструктивную позицию по отношению к событиям и явлениям.

Завершающий этап обучения в Школе молодого журналиста

Завершивший обучение в Школе молодого журналиста слушатель должен освоить профессиональные задачи и навыки работы журналиста, уметь планировать и организовывать свою работу, самостоятельно собирать информацию для будущих публикаций, писать тексты в разных информационных жанрах журналистики, обладать навыками делового общения. Он должен иметь представление о профессиональной этике журналиста, Законе РФ «О средствах массовой информации» (знать его основные статьи), а также ориентироваться в системе СМИ России и региона. И главное – он должен уметь искать и находить интересную информацию!

На последнем занятии в Школе организуется подведение итогов обучения за прошедший год. Форма проведения – круглый стол, участниками которого являются: слушатели Школы молодого журналиста; преподаватели Школы – теоретики масс-медиа; журналисты-практики, включая главных редакторов региональных печатных и электронных изданий.

В Казанском федеральном университете сложились тесные дружеские отношения с редакциями газет «Казанские ведомости», «Республика Татарстан», журналов «Идель», «Казань», «Ялкын» и «Татарстан», online-изданий «Реальное время», «БИЗНЕС Online», «Казанский репортер», «Kazan First», корреспонденты, а то и главные редакторы которых традиционно принимают участие в обсуждении журналистских работ выпускников Школы молодого журналиста и предоставляют им возможность пройти стажировку в своих СМИ. Плотно работают с молодыми журналистами руководители учебных медиа Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций КФУ: издания «Казанская стужурка», телеканала «UNIVER TV». После окончания обсуждения слушателям в торжественной обстановке вручаются сертификаты об окончании Школы молодого журналиста.

Итоговая проверка знаний и умений

Для получения сертификата об окончании Школы молодого журналиста каждому ее слушателю необходимо подготовить и опубликовать в газете не менее трех журналистских материалов, выполненных желателью в информационных жанрах (заметка, интервью, репортаж, отчет). Приветствуется и создание по возможности аналитических текстов (корреспонденция, комментарий, зарисовка, творческий портрет). При этом в каждой публикации обязательно должны присутствовать:

- конкретный информационный повод, побудивший автора к написанию текста, обоснование актуальности темы выступления;
- заголовок, максимально отражающий тему публикации;
- наличие в тексте ответов на вопросы: Что? (Кто?), Где? Когда? С какой целью? При каких условиях?;
- конкретный факт (факты), на основе которого написан материал;
- ссылки на источники информации;
- разные точки зрения на освещаемое событие (проблему).

ЖУРНАЛИСТИКА - ЭТО ТОЧНО ДЛЯ ТЕБЯ?

Лекции, мастер-классы, учебные пресс-конференции... Эти форматы для знакомства с журналистикой, безусловно, важны. Но что может быть лучше практики! Кто вообще сказал, что журналистика - дело твоей жизни? Чтобы проверить себя, почувствовать корреспондентом на неделю, заявляйся и участвуй в журналистских фестивалях.

Каждый год в России проводятся десятки творческих фестивалей разного уровня. Куда отправиться, зависит от твоих творческих амбиций и претензий и состоятельности твоих родителей. Теперь за участие во многих журналистских «тусовках» надо платить. Присмотрись к программам фестивалей, почитай отзывы о них и сам реши, куда стоит отправить заявку, да и стоит ли это вообще делать.

В Татарстане тоже есть фестиваль, через который за двадцать лет его существования прошло несколько тысяч начинающих журналистов. Многие уже закончили журфак Казанского университета, других вузов страны и остались в профессии. Республиканский фестиваль детско-юношеской

и молодежной прессы «Алтын калэм-Золотое перо» - бренд, ступень профессионального роста для молодого автора. Многие через него прошли: ездили в первые творческие командировки, создавая тексты.

Почему авторы пособия рекомендуют тебе участвовать в «Золотом перо»? Потому что «калэм» - это:

- практика нон-стоп и совершенствование журналистских навыков;
- возможность публиковаться в фестивальной газете и освоить все стадии подготовки каждого ее номера;
- ощущение профессиональной конкуренции, заставляющей работать еще быстрее и качественнее - едва ли не 24 часа в сутки;
- полезные мастер-классы и тренинги от профессионалов, творческие командировки, из которых можно вынести много полезного;
- знакомство с интересными творческими людьми;
- шанс быть замеченным профессиональным жюри и получить стажировку в редакции популярного республиканского СМИ;
- Гран-при, дающее право получения 100 баллов за творческий экзамен при поступлении на журфак Казанского университета!

Участие в этом фестивале бесплатное, но необходимо пройти творческий конкурс портфолио. Как правило, «Золотое перо» проводится в конце июня или начале июля в одном из комфортабельных лагерей в пригороде Казани. Ежегодно весной публикуется Положение этого конкурса-фестиваля, в котором содержатся бланк заявки (ее надо заполнить) и указание конечного срока сдачи портфолио. Не пропусти «калэм»!

Каждый год в первые майские дни на живописном берегу Волги проходит международный фестиваль юношеских СМИ и киностудий «Волжские встречи». В отличие от «Золотого пера» туда нет отбора, необходимо оплатить оргвзнос. Но разве грусть от расставания с несколькими тысячами рублей сопоставима со счастьем от приобретенного знания, которым неустанно делятся многочисленные эксперты и тренеры фестиваля?

Участники «Волжских встреч» имеют возможность ежедневно практиковаться в редакциях печатного и телевизионного дневников фестиваля, «примерив» на себя разные «должности» (корреспондент, корректор,

дизайнер-верстальщик, монтажер, оператор, продюсер, выпускающий редактор). Постепенно развиваются направления по радио- и Интернет-журналистике. С утра и до позднего вечера в лагере, где проходит фестиваль, продолжаются мастер-классы, тренинги, дискуссии, ролевые игры, квесты. На «Встречи» можно и нужно привезти свою школьную газету, она будет участвовать во Всероссийском конкурсе молодежных СМИ – уникальном, ведь в нем не бывает проигравших. Дипломы получают все! Но перед этим можно и, наверное, очень важно «получить» замечания или похвалу от экспертов, анализирующих качество заявившихся на конкурс изданий в рамках популярнейшего проекта фестиваля – «Голой правды». Кстати, конкурс проводится и в личном зачете, надо только не лениться писать, снимать, создавать свои журналистские мини-шедевры и не стесняться своей работы. Без критики нельзя стать профессионалом.

Прояви себя! Не сиди в комнате, а знакомься, практикуйся. Совершенствуйся как журналист, творчески расти как личность. Подружись с экспертами и тренерами, консультируйся у них, посещай их мастер-классы. Но оставайся человеком. В общем, возьми от «Волжских встреч» все!

В ЖУРНАЛИСТЫ Я ПОЙДУ! ГДЕ ПОТОМ РАБОТАТЬ?

Выбор профессии, по сути, это самоопределение: нахождение места и осознание своего предназначения в жизни, реализация таланта и призвания к занятию тем или иным делом. Каждый решает сам, исходя из своих критериев выбора будущей работы: это самореализация, возможность карьерного роста, престиж профессии, высокооплачиваемая работа и др. Будущая профессия и работа должны нравиться, быть по душе.

Выбирая профессию, мы смотрим далеко вперед и стараемся прикинуть: а где я потом смогу работать?

Если сейчас ты держишь в руках этот «Справочник», очевидно, ты рассматриваешь в качестве своей будущей профессии - журналистику (во всех ее проявлениях) или область деятельности, связанную с медиакоммуникациями. А поступая на журналистику или на телевидение, ты открываешь для себя широкий простор для самореализации в будущем.

Во-первых, журналистская работа хоть и сложна и колоссально ответственна, но она увлекает, держит руку на пульсе жизни. Это постоянное

саморазвитие, тонус мысли. Незаметно занятие журналистикой становится образом жизни. У авторов этого «Справочника» было именно так.

Во-вторых, журналисты - это специалисты с широким спектром функций и востребованы в самых разных сферах деятельности. В соцсетях - само собой! В рекламе и пиаре - конечно! И в СМИ, и в блогах! А может, ты хорошо освоишь профессию, что придумаешь что-то новое?

В-третьих, журналистика - это самые разные профессии: творческие и технические. Попробовать себя можно где угодно, было бы желание!

В-четвертых, получив знания и навыки журналистской работы, научившись писать тексты, владеть словом, ты сможешь работать не только в журналистской среде, но и в смежных областях - рекламе, области связей с общественностью (Public relations), социологии СМИ.

В-пятых, медиасфера - это реализация собственного творческого потенциала, таланта, призвания. Можно еще продолжать перечислять возможности и перспективы журналистской профессии, но далее остановимся на конкретных областях деятельности, где в будущем может реализовать себя выпускник с дипломом журналиста.

Журналистика. Журналистика - это не только газетная публикация или узнаваемое лицо на телеэкране. Это весь спектр средств массовой информации и коммуникации, образующих медиаполе отдельно взятой страны, республики, города, организации. На глобальном уровне журналистика - это, по сути, мировое информационное пространство.

По данным Роскомнадзора, в начале 2020 года в России было зарегистрировано почти 147 тысяч СМИ. Это - потенциальные места работы журналистов, возможности для прохождения творческих практик студентов и абитуриентов факультетов и отделений журналистики.

Имея склонность к творческой профессии и диплом журналиста, можно реализовать себя и добиться профессионального успеха в следующих областях информационной и коммуникативной деятельности:

- **СМИ:** редакции газет, теле-, радиокомпаний, информационные агентства, Интернет-СМИ;
- со знанием языков - тут для тебя открываются двери в международную журналистику. К примеру, собственные корреспонденты живут и работают в разных странах мира и готовят публикации, сюжеты и передачи для

российских изданий или телекомпаний. Многие СМИ пишут и говорят на разных языках мира. Учи языки, они помогут тебе заработать больше! О путешествиях и «крутых» командировках и говорить не стоит - поедешь!

- публичные каналы коммуникации: блогосфера, авторские медиа, социальные сети, видеохостинги;
- специализированные направления: инфографика, фотожурналистика, дизайн (оформление газет, сайтов, телевизионной «картинки»), продвижение в Интернете и социальных сетях;
- фриланс - внештатное сотрудничество со СМИ. Возможность работы в нескольких изданиях одновременно.

Связи с общественностью (Public relations, PR) - деятельность, направленная на установление отношений со СМИ, госструктурами, общественными организациями с целью формирования положительного общественного мнения об организации (компании) или человеке, путем организации пресс-мероприятий, публикаций и выступлений в СМИ и других активностей. Между прочим, тоже популярное сейчас дело.

Современные направления деятельности и профессии PR:

- Пресс-служба (отдел по связям с общественностью) компаний, предприятий, организаций разного уровня и направления деятельности.
- PR-представительство (например, спортивных команд, «звезд» шоу-бизнеса, медийное сопровождение событий, проектов и др.).
- PR-агентства - разработка масштабных PR-акций (PR-кампаний), PR-стратегий организации, PR-представительство, PR-аутсорсинг (передача организации части функций PR профессиональному PR-агентству).
- HR-отделы. HR-специалист - специалист по человеческим ресурсам. Профессия эйчара (от англ. *Human Resources*, HR - человеческие ресурсы) - одна из самых перспективных и дефицитных. В условиях рынка без стратегии управления и развития персонала поставить крепкий бизнес сложно. Эйчары призваны подбирать самых способных работников, мобилизовывать человеческие ресурсы вокруг стратегических целей и формировать продуктивную атмосферу в организации, повышая, таким образом, стоимость компании². Именно PR-, HR-отделы ответственны за со-

² Источник: ПрофорIENTATION: кем стать. Центр тестирования и развития Гуманитарные технологии. [Электронный ресурс]. - Доступно на: URL: http://www.proforien-tator.ru/index.php?id=791&option=com_content&view=article (режим доступа - свободный).

здание благоприятного климата в коллективе организации - ведение внутренних связей с общественностью, так и отдельных проектов по внутренним коммуникациям, а также за формирование корпоративной культуры.

- **Взаимодействие с госструктурами.** *GR-менеджер* - менеджер по связям с органами государственной власти, к основным функциям которого можно отнести:

- создание благоприятного имиджа в сфере политической элиты;
- решение практических вопросов с государственными компаниями;
- создание благоприятной атмосферы отношений с регуляторными органами;

- решение судебных вопросов;

- решение вопросов входа на новый рынок³.

- **Комьюнити-менеджмент** - взаимодействие с потенциальной аудиторией через Интернет. **Комьюнити-менеджер** - специалист в области PR

³ См.: Махортов Е. Что такое GR? // Бизнес-ключ. Деловой журнал. - [Электронный ресурс]. - Доступно на: URL: http://www.bkworld.ru/archive/y2008/n05-2008/Chto_takoe_GR.html (режим доступа - свободный).

- менеджер сообщества. Это хороший аналитик, организатор, выполняющий функции копирайтера, контент-менеджера, маркетолога, специалиста техподдержки, психолога, душой болеющий за бренд и умеющий работать с аудиторией, направлять ее.

- **Копирайтинг** - создание рекламных и PR-текстов. *Копирайтер* - специалист по написанию рекламных и PR-текстов.

- **Написание речей и текстов выступлений для руководителя** - это тоже одна из главных и ответственных миссий специалиста по связям с общественностью.

Реклама. Рекламные агентства. Реклама - это все, что связано с продвижением и продажей товаров и услуг: рекламные кампании, акции, рекламные туры для журналистов, копирайтинг, представительская и рекламная продукция, разные виды уличной, офисной, транспортной рекламы, коммуникации в местах продаж - все это и еще очень многое составляет область рекламной деятельности.

Государственная служба. Журналисты могут работать и в органах власти, государственных организациях, министерствах, ведомствах, как в

специализированных отделах по связям с общественностью (пресс-службах), так и на должностях других специалистов в области реализации государственной политики.

Таков спектр профессиональных областей деятельности, где может реализовать себя специалист с дипломом журналиста.

Дорогу осилит идущий! Желаем успехов!



Рис. Дмитрия Туманова

САЙТЫ, КОТОРЫЕ НАДО ДОБАВИТЬ В ЗАКЛАДКИ

Предлагаем тебе 60 сайтов, которые надо регулярно посещать, чтобы знать больше об особенностях профессии журналиста и о журналистике в целом. Почему сайтов 60? Потому что в 2022 году будет отмечаться 60-летие журналистского образования в Поволжье. Начиналось оно именно в Казанском университете. Поступив в Высшую школу журналистики и медиакоммуникаций КФУ, ты сможешь стать частью большой журналистской семьи. Будь всегда в курсе дел! Возьми себе за правило регулярно заходить на эти ресурсы, ведь там много полезной для тебя информации.

1. <http://www.ruj.ru> - Сайт Союза журналистов России.
2. <http://www.gdf.ru> - Сайт Российского Фонда защиты гласности.
3. <http://www.mediasprut.ru/> - Авторский проект журналиста Андрея Кобякова «Медиаспрут».
4. <http://www.media-atlas.ru> - Сайт проекта для журналистов «Атлас российских средств массовой информации».

5. <http://gorbymedia.com/> - Авторский проект Натали Ростовской «Рождение российских СМИ. Эпоха Горбачева (1985-1991 гг.)».
6. <http://www.inopressa.ru> - Обзор свежих зарубежных СМИ.
7. <http://www.inosmi.ru> - Проект «ИноСМИ»: обзор зарубежной прессы.
8. <http://www.jrnlist.ru> - Официальный сайт журнала «Журналист».
9. <http://www.enewspapers24.com> - Возможность ознакомиться со свежей зарубежной прессой в режиме online.
10. <http://www.jourmedia.ru/> - Официальный сайт журнала «Журналистика и медиарынок».
11. <http://pdi.spb.ru/> - Сайт Института региональной прессы.
12. <http://www.ifap.ru> - Сайт ЮНЕСКО «Медиаобразование для всех».
13. <http://www.pdi.ru/> - Сайт Института развития прессы.
14. <http://www.sova-center.ru/> - Сайт информационно-аналитического центра «Сова».
15. <http://www.gipp.ru> - Сайт Гильдии издателей периодической печати России.

16. <http://www.arpp.ru/> - Сайт Ассоциации распространителей печатной продукции.
17. <http://naipress.ru> - Сайт Национальной Ассоциации издателей.
18. <http://www.fapmc.ru/rospechat.html> - Сайт Федерального Агентства по печати и массовым коммуникациям (Роспечать).
19. <http://evartist.narod.ru/> - Авторский проект Екатерины Алеевой: крупнейшая в России электронная библиотека по журналистике.
20. <http://tass.ru/> - Сайт информационного агентства России «ТАСС».
21. <http://www.interfax.ru/> - Сайт информационного агентства «Интерфакс».
22. <https://russian.rt.com/> - Сайт Международного информационного агентства «Россия сегодня».
23. <http://ria.ru/> - Сайт Российского информационного агентства «Новости».
24. <http://www.journ.msu.ru/> - Сайт факультета журналистики Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова.

25. <http://jf.spbu.ru/> - Сайт Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета.
26. <http://cmd.hse.ru/media/> - Сайт Департамента медиа Научно-исследовательского института «Высшая школа экономики».
27. <http://mzh.mgimo.ru/> - Сайт факультета международной журналистики Московского государственного института международных отношений.
28. <http://www.journ.msu.ru/about/media-trends/> - Пополняемый архив журнала факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова «МедиаТренды».
29. <http://tatmedia.tatarstan.ru> - Сайт Агентства по печати и массовым коммуникациям.
30. <http://tatmedia.ru> - Сайт АО «Татмедиа».
31. <http://sj-rt.ru/> - Сайт Союза журналистов Республики Татарстан.
32. <http://www.contrtv.ru/> - Сайт проекта «Интернет против телеэкрана».
33. <http://www.telecenter.ru/> - Официальный сайт журнала «Телецентр».
34. <https://rkn.gov.ru/> - Сайт Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

35. <http://pressa.ru/ru/#/> - Пополняемый архив: электронные версии печатных изданий России.
36. <http://www.raso.ru/> - Сайт Российской ассоциации по связям с общественностью.
37. <http://www.corpmedia.ru/> - Сайт Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России.
38. <http://www.korpunkt.ru/> - Сайт информационного портала для медиа-сообщества «Корпункт».
39. <https://lenizdat.ru/> - Сайт информационного портала медиасообщества Северо-Западного региона «Лениздат».
40. <http://www.mediagram.ru/> - Сайт проекта «Информационная грамотность и медиаобразование для всех».
41. <http://www.demokratia.ru/> - Сайт Центра развития демократии и прав человека.
42. <http://mediastancia.com/> - сайт портала для media sapiens «Медиа-станция».

43. <https://blog.pressfeed.ru/> - Блог «ежедневно главное о медиа и коммуникациях».
44. <http://www.datadrivenjournalism.ru/> - Сайт проекта - коллективного блога «Журналистика данных».
45. <http://mediatoolbox.ru/blog/> - блог о медиатрендах компании «Mediatoolbox».
46. <http://oblako-media.ru/> - Сайт проекта «Медиаоблако» - профессионального сообщества журналистов.
47. <http://shkolatexta.ru/> - Школа текста Александра Колесниченко.
48. <http://www.aka-media.ru/> - Школа эффективного текста «Медиа» Андрея Мирошниченко.
49. <http://infogra.ru/> - Официальный сайт журнала «Инфографика»: советы, полезная литература, примеры.
50. <http://ijnet.org/ru> - Сайт международной журналистской сети IJNet.
51. <http://www.medien.ru/zhurnalistika/> - Сайт для авторов и издателей.
52. <http://www.icfj.org/> - International Center for Journalists.

53. <http://www.wan-ifra.org/> - World Association of Newspapers and News Publishers.
54. <http://www.iamcr.org/> - Сайт Международной ассоциации исследователей массовых коммуникаций.
55. <http://www.ejc.nl/> - Сайт Европейского центра журналистики.
56. <http://www.oshibok-net.ru/> - Сайт «Русский язык для журналистов».
57. <https://mediaskunk.ru/> - Блог креативного директора «Sports.ru» и «Tribuna.com» Михаила Калашникова. У автора есть интересные, новаторские идеи по развитию настоящих новых медиа.
58. <https://glvrd.ru/> - Online-сервис для улучшения текстов.
59. <http://maximilyahov.ru/blog/> - Блог автора сервиса «Главред» Максима Ильяхова с советами о том, как писать короткие и понятные тексты.
60. <http://sila.media/> - Блог медиатренера Оксаны Силантьевой поможет сориентироваться в мире мультимедиа как новичку, так и бывалым авторам Интернет-СМИ.
- БОНУС!** <http://pulya.ru/> - Сайт главного редактора «Russia Beyond», медиа-консультанта, редактора и медиатренера Всеволода Пули о «новых медиа».

СЛОВАРЬ АКТИВНОЙ ЛЕКСИКИ НАЧИНАЮЩЕГО ЖУРНАЛИСТА

Аккредитация - оформление редакцией средства массовой информации полномочий своего представителя при какой-либо организации. Журналисты, имеющие аккредитацию, наделены определенными правами, которые позволяют им, например, присутствовать на некоторых мероприятиях и освещать определенные события.

Актуальность (от позднелат. *actualis* - фактически существующий, настоящий, современный) - важность, значительность чего-либо для настоящего момента, современность, злободневность. Свойства журналистской информации: своевременность, существенность и значимость в настоящее время.

Аудитория - группа читателей, телезрителей, радиослушателей, объединенная общим интересом к одному изданию. Аудитории различаются по типовым признакам:

- аудитория по роду деятельности СМИ (аудитория печатной прессы, радио, ТВ, Интернета);
- аудитория по возрастам;
- аудитория по регионам;
- аудитория по массовости (широкая, узкая).

Брифинг (англ. *briefing*, от *brief* - краткий) - встреча официальных лиц с представителями средств массовой информации, на которой вкратце излагается официальная позиция по определенному вопросу или согласованная сторонами, участвующими в международных переговорах, заседаниях, конференциях, информация об их ходе, взглядах сторон и т.д.

Верстка - процесс формирования, монтаж газетных полос с использованием подготовленного текстового и иллюстрационного материала, а также других дополнительных элементов в соответствии с разработанным макетом.

Гражданская журналистика - информационная деятельность обычных людей в сети Интернет. Они принимают активное участие в процессе сбора, анализа и распространении информации.

Гражданские журналисты - люди, пользователи Интернета, которые выкладывают в сеть интересные или сенсационные новости (текстовые, фото- или видеоматериалы), которые сами сняли на камеру мобильного телефона, видеокамеру или фотоаппарат.

Дата-журналистика (журналистика данных) - направление в журналистике, в основе которого лежит обработка данных и их использование для создания журналистского материала.

Дедлайн (от англ. *died line* - букв. «смертельная линия») - окончательный, утвержденный срок сдачи материала в номер.

Десиджмейкер - человек, принимающий решения.

«Жесткая» новость - вариант подачи информации, при котором сообщение аудитории новости, итога какого-либо события или явления, разговор о причинах случившегося представлены в начале материала.

Журнализм - журналистская профессия, род занятий, литературно-публицистическая работа в периодических изданиях.

Журналист - штатный или внештатный работник редакции (от корреспондента до руководителя корреспондентской сети и главного редакто-

ра), работающий в соответствии с редакционным уставом; ведет авторскую, редакторскую, организационную работу по сбору, обработке, компоновке массовой информации в номере газет и журналов, программ радио и телевидения, выпуске агентской информации и т.д. Также под журналистом Закон РФ «О СМИ» подразумевает 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.

Журналистика – производственно-творческая, профессиональная деятельность, связанная со сбором, обработкой и периодическим распространением актуальной информации, представляющей общественный интерес, с целью адаптации граждан к политическим, экономическим, социальным и культурным изменениям. События, явления, факты представляют общественный интерес, как правило, в том случае, если распространение информации о них способствует благополучию, благосостоянию, безопасности большинства населения. В понятие «журналистика» включается:

- *система учреждений* (редакции газет, теле-, радиокомпании, информационные агентства), в рамках которых организуется сбор, обработка и передача информации на аудиторию;
- *каналы распространения журналистской информации* (газеты, журналы, передачи ТВ, радио, ленты новостей информационных агентств);
- *журналистские произведения* - информация о реальных событиях, передающаяся по определенным каналам и выполняющая социальную роль в массовой аудитории;
- *профессиональная деятельность* по сбору, переработке и периодическому распространению актуальной социальной информации, особенности которой - в многообразии продукции этой деятельности (газетные, журнальные, телевизионные, Интернет- и радиоматериалы);
- *совокупность профессий*, необходимых для организации функционирования газет, журналов, телевидения, радио, Интернет-СМИ;
- *соответствующий предмет изучения и преподавания* в учебных заведениях.

Интернет-СМИ (сетевое СМИ) - Интернет-портал, выполняющий функции средства массовой информации и коммуникации. Существуют традиционные сетевые (электронные) СМИ - Интернет-версии печатных изданий - и собственно сетевые СМИ, которые функционируют только в сети Интернет.

Инфографика - журналистская информация в графическом исполнении (визуальный текст), цель которого - быстро, четко и доступно преподнести сложную информацию для разных аудиторных групп.

Информационный повод - это то, что делает событие интересным, неординарным, значимым и привлекательным, прежде всего для читателя, зрителя, слушателя.

Информация - сведения об окружающем мире и протекающих в нем процессах, воспринимаемые человеком или специальным устройством.

В современной науке выделяют следующие основные значения понятия «информация»:

- сообщение, осведомление о положении дел, сведения о чем-либо, передаваемые людьми;

- сообщение, неразрывно связанное с управлением, сигналы в единстве синтаксических, семантических и прагматических характеристик (социальная информация);
- передача, отражение разнообразия в любых объектах и процессах (неживой и живой природы).

Инфотейнмент - понятие, которое возникло в результате объединения двух английских слов: *information* и *entertainment* (информация и развлечение) - подача новостей в форме развлекательных передач или с оттенком развлекательности.

Конвергентные СМИ - Интернет-СМИ, в котором контент представлен с помощью различных медийных платформ - вербального текста, фото, аудио, видео, графики и другое.

Копирайтинг (англ. *copywriting* от *copy* - рукопись, текстовый материал и *write* - писать) - написание рекламных и презентационных текстов для сайтов (рекламных буклетов, брошюр и другое).

Коммюнике - официальное сообщение, касающееся вопросов международного сотрудничества (отношений).

Лонгрид (англ. longread; long read - букв. «долгое чтение») - формат подачи журналистских материалов в Интернете, история, рассказанная с помощью различных мультимедийных средств: фотографий, видео, инфографики, аудиоподкастов и других.

Макетирование - это процесс составления макета - полностью графического плана верстки, наглядно представляющего место расположения всех материалов и деталей оформления. Создание модели номера в масштабе 1:1.

Масс-медиа (*mass media*) - средства массовой информации.

Медиавыход (пресс выход, пресс подход) - выход должностного лица к журналистам после какого-либо мероприятия, совещания, назначения на должность и других мероприятий, чтобы ответить на вопросы представителей средств массовой информации.

Мессенджер (IM - Instant Messenger) - программа, мобильное приложение или веб-сервис для мгновенного обмена сообщениями. Наиболее популярные мессенджеры - это WhatsApp, Viber, Facebook Messenger, Skype, ICQ, Google Hangouts.

«Мягкая» новость - вариант подачи информации, в котором акцент делается не на конечном итоге какого-либо события, а на его деталях.

«Новые медиа» (блогосфера, микроблоги, социальные сети, видеохостинги, подкасты, iPod).

Ответственный секретарь - лицо, занимающееся оформлением издания, отвечает за дизайн, макет, верстку.

Планерка - тематическое планирование очередного номера газеты (теле- и радиопередачи).

Подкаст - отдельный аудио- или видеофайл, либо серия таких файлов, публикуемых в Интернете на определенном сайте с возможностью подписки. **Подкастинг** - аудио- и телевещание во Всемирной Сети.

Пресс-тур - информационное мероприятие для прессы, экскурсия, организованная для журналистов. Конечная цель - формирование и поддержание определенного имиджа региона, отрасли, организации, компании. Средство достижения - выход в средствах массовой информации ряда публикаций для целевой аудитории. Пресс-тур может выступать самостоятельным информационным поводом.

Публицистика (лат. *publicus* - общественный) - социальная информация, отражающая актуальные проблемы и явления текущей жизни. Искусство равнодушной мысли, произведения с социальным конфликтом.

Редакция - творческий коллектив, занимающийся созданием произведений для СМИ, объединенный в целостную информационную структуру.

Редактор - ответственный руководитель периодического издания, тот, кто определяет его содержание и направление; организатор творческого процесса, специалист по редактированию.

Редакционный план - конкретная программа действий журналистов на определенном отрезке времени. В нем указаны тематические направления, содержание материалов, их жанровые особенности, сроки подготовки, последовательность публикации, организационно-массовые мероприятия редакции.

Редакционный совет (попечительский совет) - с одной стороны, группа заинтересованных лиц, представляющих интересы аудитории, с другой стороны, спонсоры, оказывающие изданию финансовую поддержку. Редакционный совет участвует в разработке долгосрочной идейно-

художественной политики издания, утверждает перспективные планы работы, обсуждает кадровые вопросы и все, что непосредственно связано с деятельностью редакции.

Редколлегия - совещательный орган, куда входят наиболее ответственные и авторитетные сотрудники редакции. Редколлегия решает вопросы тематического и календарного планирования, утверждает планы и макеты номеров журнала (в газете - реже), решает проблемы, требующие оперативного вмешательства.

Режиссер - руководитель производственно-творческого, технологического процесса подготовки и выдачи в эфир каждой программы.

Рейтинг - размер аудитории определенного СМИ: среднее количество людей, просмотревших (прослушавших) конкретную передачу или прочитавших номер печатного издания.

Рерайтинг - написание новостей и статей путем заимствования фактуры для них из разных источников, глубокой переработки материалов других авторов и создания таким образом собственного оригинального текста.

Рубрика - тематический раздел в средстве массовой информации.

Собственный корреспондент - разновидность профессии корреспондента. Он живет и работает в местности, удаленной от редакции и готовит материалы из вверенного ему региона.

Специальный корреспондент - разновидность профессии корреспондента. Он специализируется на определенной теме, его материалы актуальны и глубоко проникают в суть проблемы.

Сторителлинг - маркетинговый прием, использующий медиапотенциал с целью передачи информации в СМИ и транслирование смыслов посредством рассказывания историй.

Таймлайн (Timeline) - лента событий в хронологическом порядке.

Телекоммуникации - дистанционная передача данных на базе компьютерных сетей и современных технических средств связи (например, спутниковое телевидение). Важной составляющей современных телекоммуникаций стали информационные технологии (компьютерная связь, мультимедиа, Интернет).

Учредитель (соучредитель) - частное лицо или группа лиц, организация, ассоциация или партия, творческий коллектив редакции, которые ос-

новали данную газету или журнал, имеют определенные права собственности на печатную продукцию издания, редакционное имущество и т.д. Учредители выступают в качестве учредителя СМИ совместно.

Фактчекинг - проверка информации, фактов, данных в тексте перед опубликованием.

Формат газеты - это размер газетной страницы (полосы). В полиграфии единицей измерения является печатный лист. Его размеры - 841x1189. Наиболее часто используемые форматы:

A-2 (420x594) - формат больших газет («Российская газета», «Известия»);

A-3 (297x420) - («Комсомольская правда», «Казанские ведомости»);

A-4 (210x297) - (все журналы).

Product placement - размещение рекламируемых товаров и услуг в журналистском тексте.

Small media - проекты, которые публикуют новостной контент и имеют полноценные редакции, но не имеют лицензии СМИ (не зарегистрированы в Роскомнадзоре как СМИ).

Выучи эти слова и дополни наш словарь своими терминами.



БАКАНОВ Роман Петрович — кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций, заместитель директора Института социально-философских наук и массовых коммуникаций Казанского федерального университета. Автор более 80 научных статей по проблемам в области российской и зарубежной медийной критики, корпоративных медиа, научной журналистики. Участник крупных российских и зарубежных научных форумов, член жюри ряда молодежных международных творческих конкурсов. Член Союза журналистов России. Журналист, медиакритик, блогер.



СИМКАЧЕВА Марина Владимировна — кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций Казанского федерального университета. Автор более 50 научных и учебно-методических публикаций, в том числе 10 учебных пособий. Является одним из авторов концепции и преподавателем «Школы молодого журналиста» в Казанском университете.



ТУМАНОВ Дмитрий Валерьевич — кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций Казанского федерального университета. Автор более 100 научных публикаций. Член жюри более двадцати престижных журналистских конкурсов, участник международных научных форумов в России, Казахстане, Украине, Белоруссии, Болгарии и Италии. Специалист в области истории массовых коммуникаций, член Союза журналистов РФ.

ISBN 978-5-7567-0840-0



9 785756 708400

ЖУРНАЛИСТИКА
ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ



Р. П. Баканов, М. В. Симкачева, Д. В. Туманов

ЖУРНАЛИСТИКА ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ



АСПЕКТ ПРЕСС

Баканов Р.П., Симкачева М.В., Туманов Д.В. Журналистика для начинающих М.: Аспект Пресс, 2019. – 256 с. 300 экз.

ISBN 978-5-7567-0840-0

Журналистика появилась в те времена, когда еще и слова-то такого не было. Люди тогда не вступали в коммуникации, а просто делились новостями. И писали они не на бумаге, как мы сейчас, а на камнях или на дереве. С тех пор многое изменилось, исчезли государства, погибли цивилизации, навсегда пропали с лица Земли некоторые народы... Но журналистика все преодолела. Она изменилась, обрела новые формы, успев побывать и «зеркалом» общественных отношений, и формирующей их силой. Сегодня, с развитием технологий, журналистика доступна любому.

Об этом и рассказывается в новом учебном пособии, адресованном всем, кто хочет лучше разобраться в удивительной профессии, пережившей тысячелетия. История отечественной и зарубежной журналистики и типология жанров, виды и типы современных средств массовой информации и направлений в журналистике, система организации редакцион-

ного процесса и специфика российской журналистики XXI века, - погружение во все это поможет абитуриентам лучше подготовиться к творческому испытанию при поступлении в вуз.

А ведь еще в Приложениях к этому уникальному путеводителю по профессии «Журналистика» представлены наиболее важные статьи Закона РФ «О средствах массовой информации», Хартия телерадиовещателей и Кодекс профессиональной этики российского журналиста. Пособие заканчивается словарем терминов, используемых в журналистике.

Приобрести эту книгу можно в торговых точках по всей России и в книжных Интернет-магазинах.



Рис. Станислава Шемелова

КАЛЕНДАРЬ ЖУРНАЛИСТСКИХ ПРАЗДНИКОВ

7 января - День рождения фотографии.

13 января - День российской печати.

24 января - Всемирный день связи.

Первое воскресенье марта - Всемирный день детского телевидения и радиовещания.

4 апреля - Всемирный день Интернета.

7 апреля - День Рунета.

3 мая - Всемирный день свободы печати.

5 мая - День советской печати.

7 мая - День радио.

17 мая - Всемирный День информационного общества.

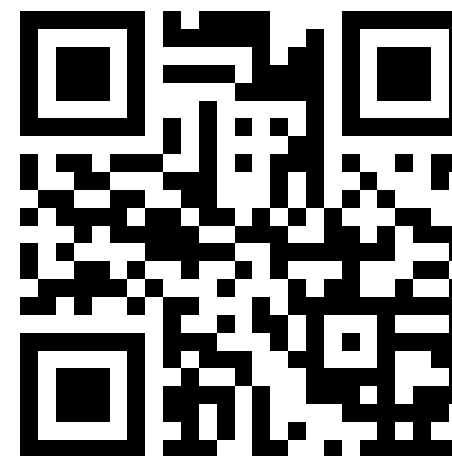
19 мая - День печати Татарстана.

2 июля - День спортивного журналиста.

12 июля - День фотографа.

19 августа - Всемирный день фотографии.

- 8 сентября - Международный день солидарности журналистов.
30 сентября - День Интернета в России.
21 ноября - Всемирный день телевидения.
26 ноября - Всемирный день информации.
30 ноября - Международный день защиты информации.
15 декабря - День памяти журналистов, погибших при исполнении профессиональных обязанностей.



Подать online-заявление о приеме
в Высшую школу можно **ЗДЕСЬ!** Ждем!