

КАЗАНСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций
Кафедра журналистики

Р.П. БАКАНОВ

ОСНОВЫ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**НОВОСТНАЯ
журналистика**

Учебно-методическое пособие



**КАЗАНЬ
2015**

УДК 070(075.8)
ББК 76.0/02я73
Б19

*Печатается по рекомендации
заседания кафедры журналистики
Казанского (Приволжского) федерального университета
(протокол № 11 от 16.06.2015 г.)*

Научный редактор
докт. филол. наук, проф. **В.З. Гарифуллин**

Рецензенты:
канд. филол. наук, доц. **Д.В. Туманов**;
канд. филол. наук, доц. **М.В. Симкачева**

Баканов Р.П.

Б19 Основы журналисткой деятельности: новостная журналистика:
учеб.-метод. пособие / Р.П. Баканов. – 2-е изд.: перераб. и доп. – Казань:
Изд-во Казан. ун-та, 2015. – 116 с.

ISBN 978-5-00019-450-8

В учебно-методическое пособие по дисциплине «Основы журналистской деятельности: новостная журналистика» включены требования к бакалаврам по успешному освоению дисциплины, программа курса, методические указания по преподаванию и изучению данной дисциплины, материалы к лекциям и практическим занятиям, примерный перечень тем реферативных работ, контрольные задания как для зачета в устной форме, так и для отчетности в виде компьютерного тестирования.

Предназначено для бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Журналистика» по очной и заочной формам обучения (профили подготовки: «Периодическая печать», «Международная журналистика», «Телевидение», «Новые коммуникационные технологии»).

Цикл: ОПД – Общепрофессиональные дисциплины. Соответствует требованиям ГОС.

УДК 070(075.8)
ББК 76.0/02я73

ISBN 978-5-00019-450-8

© Баканов Р.П., 2015
© Издательство Казанского университета, 2015

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|-----|
| РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ | 4 |
| - краткая аннотация | 4 |
| - цели освоения дисциплины..... | 4 |
| - место дисциплины в структуре основной образовательной программы ВПО..... | 5 |
| - компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | 5 |
| - структура и содержание аудиторной работы по дисциплине | 8 |
| - тематический план дисциплины..... | 8 |
| - содержание разделов дисциплины | 9 |
| Методика преподавания дисциплины | 12 |
| Методические указания бакалаврам по выполнению лабораторных работ | 15 |
| ЛЕКЦИОННЫЙ МАТЕРИАЛ | 20 |
| - Занятие 1. Лекция и лабораторная работа. Введение в предмет. Группа информационных жанров в системе жанров журналистики..... | 20 |
| - Занятие 2. Лекция. Заметка как ключевой информационный жанр..... | 31 |
| - Занятие 3. Лабораторная работа. Заметка как ключевой информационный жанр..... | 47 |
| - Занятие 4. Лекция. Специфика жанра интервью..... | 48 |
| - Занятие 5. Лабораторная работа. Специфика жанра интервью | 57 |
| - Занятие 6. Лекция. Репортаж как информационный жанр журналистики | 59 |
| - Занятие 7. Лабораторная работа. Репортаж как информационный жанр журналистики..... | 67 |
| - Занятие 8. Лекция и лабораторная работа. Своеобразие отчета как информационного жанра журналистики..... | 69 |
| - Занятие 9. Лекция и лабораторная работа. Информационная корреспонденция как пограничный жанр между информационной и аналитической журналистикой..... | 72 |
| Образовательные технологии преподавания дисциплины | 75 |
| Виды лабораторной работы бакалавров | 75 |
| Вид самостоятельной работы бакалавров..... | 75 |
| Оценочные средства для текущего контроля успеваемости бакалавров | 76 |
| Критерии оценки лабораторной работы бакалавров | 76 |
| УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ | 78 |
| - основная литература | 78 |
| - дополнительная литература | 78 |
| - Интернет-ресурсы | 79 |
| Тестовые задания по дисциплине к зачету | 80 |
| Материально-техническое обеспечение дисциплины | 115 |

КРАТКАЯ АННОТАЦИЯ

Курс предназначен для бакалавров второго курса отделения массовых коммуникаций Казанского (Приволжского) федерального университета и способствует формированию у слушателей представлений, а также компетенций работы в информационных жанрах журналистики.

Для многих студентов творческий путь в большую журналистику начинается в отделе информации какой-либо редакции. Работа в службе информации отличается своей спецификой и направлена на формирование и дальнейшее совершенствования многих профессиональных приемов творческой личности. Такая форма деятельности по-прежнему интересна для многих журналистов, и зачастую репортерский труд становится призванием человека, который остается верен ей всю жизнь, добывая новости от номера к номеру, невзирая на праздничные и выходные дни.

Корреспонденту службы новостей необходимо быть постоянно как физически, так и психологически готовым к напряженным условиям труда, всегда рассчитывать только на свои силы.

В рамках изучения настоящей дисциплины бакалаврам предоставляется возможность не только теоретически изучить характеристики всех информационных жанров журналистики (заметки, интервью, репортажа, отчета, информационной корреспонденции), но и попробовать свои силы в самостоятельной подготовке творческих работ как в аудитории, так и в виде выполнения домашних заданий. Важно, чтобы будущие журналисты постоянно проходили редакционную практику именно в отделах информации, тем самым у них будет больше шансов усвоить учебный материал. Кроме того, в рамках освоения данной дисциплины внимание будет уделено и некоторым приемам, позволяющим добиться максимальной коммуникации с аудиторией, а также тренировке наиболее точного представления об аудитории конкретных изданий, ее видах и способах подготовки информации для каждого из видов аудитории. Творческие задания, которые преподаватель предложит бакалаврам выполнить как индивидуально, так и в виде групповой работы, направлены на развитие их творческих и коммуникативных компетенций.

ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Основы журналистской деятельности: новостная журналистика» являются:

1. Освоение бакалаврами базовых представлений о специфике журналистики как информационной и социально-ориентированной деятельности;
2. Формирование у бакалавров практических навыков самостоятельной подготовки журналистских материалов в информационных жанрах журналистики.
3. Научить бакалавров методам поиска и распространения информации в условиях конвергентной журналистики на базе возможностей цифровой техники.

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВПО

Данная учебная дисциплина включена в раздел «Б3.Б.12 Профессиональный» основной образовательной программы 42.03.02 – Журналистика и относится к базовой (общепрофессиональной) части и предназначена для бакалавров дневного отделения 2 курса 3 семестра.

КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| Шифр компетенции | Расшифровка приобретаемой компетенции |
|--|---|
| ОК-8 (общекультурные компетенции) | Способность к самореализации и самообразованию. |
| ОПК-1 (общепрофессиональные компетенции) | Способность осуществлять общественную миссию журналистики, эффективно реализовывать функции СМИ, понимать смысл свободы и социальной ответственности журналистики и журналиста и следовать этому в профессиональной деятельности. |
| ОПК-3 (общепрофессиональные компетенции) | Способность понимать сущность журналистской профессии как социальной, информационной, творческой, знать ее базовые характеристики, смысл социальных ролей журналиста, качеств личности, необходимых для ответственного внимания прямо сейчас. |
| ОПК-6 (общепрофессиональные компетенции) | Способность анализировать основные тенденции формирования социальной структуры современного общества, ориентироваться в различных сферах жизни общества, которые являются объектом отражения в СМИ. |
| ОПК-12 (общепрофессиональные компетенции) | Способность понимать сущность журналистской деятельности как многоаспектной, включающей подготовку собственных публикаций и работу с другими участниками медиапроизводства; индивидуальную или коллективную деятельность; текстовую и внетекстовую работу (проектную, продюсерскую, организаторскую), следовать базовым профессиональным стандартам журналистской работы. |
| ОПК-13 (общепрофессиональные компетенции) | Способность следовать принципам работы журналиста с источниками информации, знать методы ее сбора, селекции, проверки и анализа, возможности электронных баз данных и методы работы с ними. |

| Шифр компетенции | Расшифровка приобретаемой компетенции |
|--|--|
| ОПК-14 (общепрофессиональные компетенции) | Способность базироваться на знаниях особенностей массовой информации, содержательной и структурно-композиционной специфики журналистских публикаций, технологии их создания, готовность применять инновационные подходы при создании медиатекст. |
| ОПК-19 (общепрофессиональные компетенции) | Способность понимать специфику работы в условиях мультимедийной среды, владеть методами и технологиями подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-видео-, графика, анимация). |
| ПК-1 (профессиональные компетенции) | Способность выбирать актуальные темы, проблемы для публикаций, владеть методами сбора информации, ее проверки и анализа. |
| ПК-2 (профессиональные компетенции) | Способность в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах. |
| ПК-6 (профессиональные компетенции) | Способность к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной или электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией; используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ общественно значимых акций. |
| ПК-7 (профессиональные компетенции) | Способность участвовать в произведенном процессе выхода печатного издания, теле-, радио-программы, мультимедийного материала в соответствии с современными технологическими требованиями. |

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- **Знать:** методы получения информации (интервью, анализ документов и т.д.);
 - существующие разновидности и форматы журналистского творчества;
 - основные отличия текстов разных жанровых групп;
 - смысл и представлять содержание различных направлений деятельности редакции (работа с письмами и обращениями населения, общественные обсуждения, взаимодействие с социальными институтами и т.д.);
 - определение профессиональных терминов, таких как: «информационный повод», «дедлайн», «оперативность», «беспристрастность», «повестка дня», «объективность», «лидер мнений»;
 - структуру каждого из информационных жанров;
 - виды заголовков и лидов;
 - способы привлечения внимания аудитории к тексту;
 - виды аудитории и правила подготовки материалов для определенного вида аудитории.
- **Уметь:** уверенно ориентироваться в информационной среде;
 - быстро находить необходимые источники информации;
 - оперативно получать нужные сведения, используя различные методы;
 - работать с Интернет-ресурсами, материалами информационных агентств, мобильной связью и т.п.;
 - подготовить и написать текст в разных жанрах, прежде всего информационных;
 - участвовать в планировании работы редакции;
 - выполнять все необходимые виды редакционной работы;
 - самостоятельно формировать свое информационное поле: интересоваться событиями местного, регионального, всероссийского и международного уровней, читать федеральную и республиканскую прессу, смотреть и слушать информационные программы телевидения и радио, а также пользоваться специализированными Интернет-ресурсами.
- **Владеть:** различными методами сбора информации, ее предъявления в тексте;
 - методами организации и проведения общественных обсуждений, дискуссий, интерактивного общения с аудиторией;
 - навыками работы в команде, участвуя в разработке концепции средства массовой информации, проводимых им акций и кампаний, в подготовке коллективных материалов, включая полосы и подборки.
- **Демонстрировать способность и готовность:** оперативности в подготовке журналистских публикаций в информационных жанрах журналистики (заметке, интервью, отчете, репортаже, информационной корреспонденции).

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ АУДИТОРНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу, 18 аудиторных (из них 9 лекционных и 9 лабораторных занятий) часов.

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 3 семестре.

Суммарно по дисциплине (с учетом итогового зачета) можно получить 50 баллов. Из них текущая работа в семестре оценивается в 25 баллов, итоговая форма контроля – в 25 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету – 13 баллов за работу в семестре.

86 баллов и более – «отлично» (отл.);

71-85 баллов – «хорошо» (хор.);

55-70 баллов – «удовлетворительно» (удов.);

54 балла и менее – «неудовлетворительно» (неуд.).

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ

| № п/п | Раздел Дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу бакалавров и трудоемкость (в часах) | | | | Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) |
|-------|---|---------|-----------------|---|----------|-----------|---------|--|
| | | | | Лекции | Лаборат. | Сам. раб. | Контрол | |
| 1. | Введение в предмет. Группа информационных жанров в системе жанров журналистики. Информация: определения термина. Специфика работы службы информации редакции. Источ- | 3 | 1 | 1 | 1 | – | – | – |

| | | | | | | | | |
|----|---|---|-----|----------|----------|---|----------|---------------------|
| | ники информации для журналиста информационной службы. | | | | | | | |
| 2. | Заметка как ключевой информационный жанр. | 3 | 2-3 | 2 | 2 | – | – | – |
| 3. | Специфика жанра интервью. | 3 | 4-5 | 2 | 2 | – | – | – |
| 4. | Репортаж как информационный жанр журналистики. | 3 | 6-7 | 2 | 2 | – | – | – |
| 5. | Своеобразие отчета как информационного жанра журналистики. | 3 | 8 | 1 | 1 | – | – | – |
| 6. | Информационная корреспонденция как пограничный жанр между информационной и аналитической журналистикой. | 3 | 9 | 1 | 1 | – | 2 | Подготовка к зачету |
| 7. | Зачет | 3 | – | – | – | – | – | Проведение зачета |
| | Итого | – | – | 9 | 9 | – | 2 | – |

СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

1. *Введение в предмет. Группа информационных жанров в системе жанров журналистики.*

Первая половина занятия – лекция (1 час). Цель, задачи дисциплины, требования к бакалаврам по успешному усвоению материала. Десять советов начинающему репортеру. Информация: определения термина. Специфика работы службы информации редакции. Источники информации для журналиста информационной службы. Виды информационных агентств, пресс-службы, библиотеки и архивы как важная часть получения информации для журналиста. Объективность журналиста службы информации. Законодательные акты, на основании которых журналист собирает информацию. Методы сбора информации. Функции информационных жанров. Совместное с бакалаврами решение учебно-методических вопросов освоения дисциплины. Объяснение

оценки работы бакалавра в семестре (текущий контроль знаний) и на экзамене. Литература по дисциплине.

Вторая половина занятия – лабораторная работа (1 час). Анализ заметок из разных федеральных и республиканских газет, выявление стиля подачи сообщений, характерного для каждого издания. Индивидуальная работа бакалавров, направленная на закрепление полученного материала.

2. Заметка как ключевой информационный жанр.

Первое занятие – лекция (2 часа). История заметки как жанра. Специфика подготовки данного жанра, слагаемые заметки. Виды заметок: простая, хроникальная, расширенная, заметка с комментарием, их отличия друг от друга. Виды заголовков и лидов. Определение термина «повестка дня». Заголовок и лид как главные составляющие заметки. Виды заголовков и лидов, различные подходы к их классификации российских и зарубежных теоретиков. Определение видов аудитории: потенциальная, реальная, целевая, сегментированная и т.д.

Второе занятие – лабораторная работа (2 часа). Закрепление у бакалавров практических навыков написания заметки. Работа бакалавров в группах по заданиям преподавателя. Анализ самостоятельной работы бакалавров на занятии. Каждый студент получает домашнее задание. Практическая работа бакалавров по закреплению пройденного материала. Проверка домашнего задания. Работа бакалавров в группах – анализ информационных блоков различных федеральных и республиканских периодических изданий (информационная картина дня, стилистика подачи сообщений, составляющих заметки). Сравнение картины дня, представленных в печатных СМИ, с информационной картиной блогосферы. Анализ принципов отбора новостей, характерных для каждого из анализируемых СМИ. Различия в подходах к отбору новостей в печати, телевидении, радио и в online-СМИ. Самостоятельная работа бакалавров по подготовке и защите групповой учебной информационной ленты.

3. Специфика жанра интервью.

Первое занятие – лекция (2 часа). Назначение и виды интервью в прессе. История жанра. Варианты поиска экспертов для интервью. Отношения «корреспондент – респондент», «слушатель – эксперт», «эксперт – эксперт», «профессионал – непрофессионал», «непрофессионал – непрофессионал». Разница между интервьюером и модератором. Цель и задачи интервью. Советы журналистов-профессионалов о том, как корректно брать интервью. Кто такой ньюсмейкер (источник информации)? Правила работы с ньюсмейкерами. Этические аспекты интервью. Как разговаривать собеседника: советы и правила.

Второе занятие – лабораторная работа (2 часа). Закрепление полученного материала. Пресс-конференция и брифинг: отдельные жанры или разновидность интервью? Проведение в аудитории учебной пресс-конференции с экспертом по определенной проблеме. Вторая часть занятия отводится на самостоятельное написание бакалаврами текстов по результатам пресс-конференции с позиции и в стилистике того СМИ, которое студент представлял на пресс-конференции (по выбору бакалавра). Начало анализа текстов, подготовленных бакалаврами.

4. Репортаж как информационный жанр журналистики.

Первое занятие – лекция (2 часа). История жанра репортаж. Специфика работы автора в данном жанре. Определения средств художественной выразительности и примеры каждого из них. Средства художественной выразительности, применяемые в репортаже. Почему репортаж называют «новостью в движении»? Понятие драматургии, способы ее достижения. Драматургия как неотъемлемая часть репортажа. Субъективность журналиста и объективность изложения материала: проблемы соотношения. Методы наблюдения в репортаже. Творческий стиль известных репортеров. Вторая часть занятия: практическая работа бакалавров по группам – подготовка экспресс-репортажа по заданию преподавателя. Анализ выполнения задания каждой группой.

Второе занятие – лабораторная работа (2 часа). Работа бакалавров по закреплению полученных знаний о жанре репортаж. Анализ стилистических особенностей работы репортеров в современной прессе и изданиях советского времени (работа в группе и/или индивидуальные выступления бакалавров). Проблема смешения жанров в современной журналистике. Вторая часть занятия посвящена самостоятельной индивидуальной работе бакалавра и анализу подготовленных учебных текстов, выполненных учащимися в жанре репортажа. Отрабатывается умение писать оперативно, сценарно, используя образы. Время на выполнение задания – 25-30 минут.

5. Своеобразие отчета как информационного жанра журналистики.

Первая половина занятия – лекция (1 час). Отчет: его цель и задачи. Виды отчета, его присутствие и уместность на страницах современных печатных изданий. Правила и сложность подготовки каждого вида. Репортажные моменты в отчете. Связь данного жанра с интервью и репортажем. Специфика подготовки отчета и что нужно знать журналисту, собирающему материалы для ответа.

Вторая половина занятия – лабораторная работа (1 час). Работа бакалавров по закреплению практических навыков работы в жанре отчета. Индивидуальная работа бакалавров по заданию преподавателя, направленная на отработку навыков написания отчета. Анализ выполнения заданий. В заключение занятия – совместно со бакалаврами составляем перечень компетенций журналиста, необходимых для написания качественного отчета.

6. Информационная корреспонденция как пограничный жанр между информационной и аналитической журналистикой.

Первая половина занятия – лекция (1 час). Цель и задачи, история жанра. Задачи информационной корреспонденции. Характеристики информационной и аналитической корреспонденции. Признаки жанров интервью, репортажа и отчета в корреспонденции. Отражение социальных проблем в информационной корреспонденции. Теоретические подходы к данному жанру у российских и зарубежных ученых. Место данного жанра на страницах печати. Слагаемые корреспонденции и приемы достижения драматургии в ней.

Вторая половина занятия – лабораторная работа (1 час). Работа бакалавров по закреплению навыков работы в жанре информационная корреспонденция. Анализ стилистических особенностей 1-2 авторов, работающих в жанре информационной корреспонденции. Место данного жанра на страницах совре-

менной республиканской и федеральной печати. Совместно с бакалаврами обобщаем компетенции журналиста, необходимых ему для подготовки информационной корреспонденции.

Итого: 18 аудиторных часов.

МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель данной дисциплины – обучить бакалавров умению работать в каждом из информационных жанров журналистики (заметке, интервью, репортаже, отчете и информационной корреспонденции).

Исходя из поставленной цели, мы предлагаем программу обучения, которая состоит из лекционных, лабораторных занятий и самостоятельной работы бакалавра в виде двух часов подготовки к экзамену. При выборе стратегии обучения мы исходим из современных реалий и условий функционирования средств массовой информации, когда отбор, производство и распространение информации становится главным в работе редакции СМИ (новости являются «лицом» телеканала или печатного издания). Поэтому от сотрудника службы информации работодатель ждет мобильности, оперативности, любознательности, обладания первоначальными знаниями в разных направлениях. Конечно, репортеру необходимо владеть технологиями поиска информации, приемами установления коммуникации с аудиторией, уметь получать нужные сведения от собеседников.

Таким образом, журналист службы новостей должен всегда быть, что называется, на переднем крае информационного поля. В работе с бакалаврами наивно ожидать, что за один семестр, в течение которого они будут осваивать настоящую дисциплину, ребята в совершенстве овладеют технологией подготовки каждого изучаемого жанра. Задача преподавателя – помочь каждому бакалавру-начинающему журналисту не только теоретическими сведениями о жанрах, но и стимулированием слушателей к расширению собственного информационного поля. Мы уверены, что прежде чем осваивать конкретный жанр, ребятам надо сформировать собственное представление о стиле подачи сообщений наиболее тиражных федеральных и республиканских печатных СМИ, проанализировать, какие события могут быть освещены в том или ином издании, а какие будут являться «не форматными».

Лекционные занятия составляют 9 часов аудиторной работы бакалавров, то есть половину их работы в семестре по дисциплине. Предполагается: до четвертого семестра бакалавры уже знают, что такое работа в редакции, ведь им приходилось сдавать семестровую и летнюю практики. Поэтому вектор обучения необходимо строить, прежде всего, на дальнейшем закреплении их практических навыков оперативной подготовки текстов в информационных жанрах журналистики. Поэтому акцент делается на получении бакалаврами как можно

более полных знаний о характеристиках каждого из информационных жанров, а также о том, как подготовить наиболее эффективный с точки зрения композиции и его восприятия аудиторией медийный текст. Для этого бакалаврам дается учебная информация о правилах построения медийных текстов, видах заголовков и лидов как важнейшим составляющим журналистских произведений, а также советам профессиональных журналистов о том, как выбрать темы и подготовить интересный журналистский текст в каждом из информационных жанров. На наш взгляд, 9 часов, выделенных на лекционные занятия, вполне достаточно, чтобы ознакомить бакалавров с историей и теорией жанров.

Лабораторная работа занимает также 9 часов. Все это время бакалавры должны в аудитории под руководством преподавателя упражняться как в анализе текстов печатных изданий, выявляя особенности каждого жанра, так и совершенствовать свои навыки в *оперативной* подготовке заметке, интервью, репортажа, отчета и информационной корреспонденции. Лабораторные занятия состоят из двух видов.

А). *Индивидуальные аудиторные занятия*. По заданию преподавателя каждый бакалавр должен будет самостоятельно индивидуально выполнить несколько заданий: изложить известную сказку в виде газетной заметки, а затем так сжать текст, чтобы получился «смс-формат», но не потерялась суть фольклорного произведения. Еще можно сделать вот что: после учебной импровизированной пресс-конференции подготовить о ней отчет с описанием обсуждаемых на мероприятии проблем. Сверхзадача: каждый бакалавр должен написать материал в соответствии со стилистикой того издания, которого он пожелает «представлять» на пресс-конференции. Будут предложены и другие, более сложные, работы.

Суть индивидуальных аудиторных занятий заключается в том, чтобы постепенно прививать бакалаврам навыки самостоятельной, оперативной творческой деятельности. Возможно, лучше писать в теплом помещении, в удобном кресле, сытым, когда ничего не отвлекает от мыслей. Но где гарантия, что в повседневной практике журналисту предоставят такие условия для подготовки материалов? Вряд ли у него будет столько времени, чтобы думать только о качестве текста и не спешить. Поэтому мы считаем, что со студенческих лет ребята должны чувствовать лимит времени (в аудитории на выполнение заданий им будет отведено не более 30 минут), стремиться к оперативности, но не в ущерб качеству материалов, а также надеяться только на свои силы. В аудитории пока нет возможности выйти в Интернет, позвонить коллегам для уточнения деталей прошедшего мероприятия.

В связи с этим, бакалаврам необходимо более ответственно отнестись ко всему, что происходило во время мероприятия, скрупулезно фиксировать в блокнот *любые* сведения, какими бы скучными и сомнительными они не казались. Можно ли знать заранее, что в конечном итоге пригодится для будущей публикации? Вдруг из-за одной вовремя не записанной (а то и по невнимательности прослушанной) цифры может не складываться весь текст? Преподаватель в данном случае выступает в роли давшего задание редактора, а все бакалавры являются корреспондентами издания. Каждое поручение после отведенного на

его выполнение времени должно быть тщательно проанализировано, бакалавру необходимо сказать не только слова критики, но и выразить поощрение, найти в его учебной работе положительные стороны. Таким образом, цель индивидуальных аудиторных самостоятельных занятий заключается в тренировке у каждого бакалавра таких профессиональных качеств журналиста, как качества оперативность, точность изложения фактов, умение работать в максимальном цейтноте, собранность, стрессоустойчивость, корректность изложения проблем. В программе дисциплины предусмотрено время на специальные упражнения, тренирующие данные качества.

Б). *Лабораторная работа бакалавров в группах.* Данная форма занятий направлена на воспитание у каждого будущего журналиста навыков командной «игры». В этих условиях необходимо формировать такие профессиональные качества, как: умение слушать других, способность выявлять главное и полезное в дальнейшей работе в словах, сказанных коллегами, уметь принимать на себя определенные полномочия, подчиниться или взять на себя инициативу, когда того требует ситуация. Словом, команда – это небольшая модель редакционного коллектива. Ребята сами должны избрать редактора, его помощника, назначить корреспондентов, ответственного секретаря. Работа в группах предполагает разноплановые творческие задания.

Первый блок – составление собственной информационной ленты о ключевых и получивших резонанс в прессе международных, российских и региональных событиях. Факты необходимо передать как можно точнее и корректнее, соблюдая правило ссылки на первоисточник. В течение семестра данное задание будет предложено 3-4 раза. Оно направлено на постепенное формирование привычки следить за новостями из нескольких каналов СМИ и одновременно вникать в стилистику подачи сообщений, а также составлять свой список наиболее освещаемых событий в том или ином издании и перечень направлений, которые там по разным причинам не будут опубликованы.

Второй блок – выявление позиции каждой «редакции»-группы по актуальной и спорной проблеме, характерных для современной журналистики. Свою точку зрения каждый коллектив должен публично аргументировать и защитить, ответив на вопросы других групп. Данный вид заданий не только развивает навыки аргументирования собственной позиции, но и позволяет будущим журналистам подготовиться к защите: предугадать вопросы, которые могут быть заданы, умение импровизировать, не теряться на публике и так далее.

Третий блок заданий предусматривает коллективную подготовку, скажем, к интервью с каким-либо известным человеком. За 12-15 минут ребята должны придумать несколько вопросов, которые, во-первых, дали бы о знаменитости ранее не известную информацию и, во-вторых, соответствовали бы тематике и стилистике того издания, которое по предварительному собственному выбору будет представлять каждая учебная группа. После выполнения задания каждый вопрос озвучивается и анализируется совместно с преподавателем.

В). *Самостоятельная работа бакалавров в домашних условиях.* Предусматривает подготовку бакалавра к зачету по дисциплине после освоения всей обязательной ее программы.

Таким образом, в ходе обучения бакалавров дисциплине «Основы журналистской деятельности: новостная журналистика» преподаватель может применять различные творческие задания, направленные на закрепление пройденного на лекции материала и формированию у бакалавров практических навыков подготовки материалов, выполненных в информационных жанрах. На наш взгляд, в процессе занятий к каждому бакалавру нужен индивидуальный подход, но из-за большого числа учащихся в аудитории, сделать это удастся лишь частично.

В конце обучения каждый бакалавр обязан сдать зачет, который будет организован в письменной (тестовой) форме. В этом случае бакалаврам надо будет выполнить тест, состоящий из вопросов по всей дисциплине.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ БАКАЛАВРАМ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

К сожалению, учебным планом отделения массовых коммуникаций КФУ предусмотрено изучение настоящей дисциплины только в третьем семестре, когда многие из вас уже имеют опыт редакционной практики. Бывает так, что к этому времени некоторые хорошо проявившие себя в СМИ бакалавры уже успевают устроиться на штатную работу корреспондента и должны, совмещая с учебой, выполнять индивидуальный производственный план. Поэтому преподаватель, избрав вектор практического обучения, рассчитывает на вашу активную работу на каждом занятии.

Чтобы успешно освоить программу дисциплины, и, соответственно, сдать экзамен на положительную оценку, необходимо работать в нескольких направлениях. Первый совет: интересуйтесь всем! Если у вас еще нет привычки читать газеты и журналы (не глянец!), смотреть информационные и аналитические передачи по телевидению, изучать ленты различных информационных агентств, то самое время взяться за дело. Конечно, можно сформировать собственное информационное поле, используя пересказы и впечатления друзей, слушая рассказы родителей или «сарафанное радио», но, как будущие профессионалы, вы должны всегда помнить: этим источникам доверять нельзя! Потому что они очень субъективны и могут оценивать факты в зависимости от собственных пристрастий и интересов, а также от отношения к участникам конкретных мероприятий.

Свое информационное поле вам придется формировать самостоятельно. В базу источников, которые вы будете регулярно (не реже двух-трех раз в неделю) читать, должны войти издания различной формы собственности и принадлежащие разным холдингам. Необходимо изучать как республиканские и казанские, так и федеральные печатные СМИ. На что обратить внимание? Ориентируйтесь на собственные предпочтения. Допустим, если в семье долго выпи-

сывали что-то, то это издание также можно включить в свой учебный перечень источников информации. Непременным условием является то, что в нем должны быть газеты и журналы разной тематики.

Вот примерный перечень источников для постоянного изучения. *Федеральная пресса:*

- «Российская газета»;
- «Известия»;
- «Комсомольская правда»;
- «Труд»;
- «Литературная газета»;
- «Аргументы и факты»;
- «Аргументы недели»;
- «Газета»;
- «Коммерсантъ»;
- «Ведомости»;
- «Новая газета»;
- «Московский комсомолец»;
- «Независимая газета»;
- «Эксперт»;
- «Власть»;
- «Русский репортер»;
- «Большой город»;
- один из электронных журналов (на выбор бакалавра).

Печатные СМИ Республики Татарстан:

- «Республика Татарстан»;
- «Казанские ведомости»;
- «Известия Татарстана»;
- «Вечерняя Казань»;
- «Бизнес Online»;
- Электронная газета «Sntat.ru»
- «Звезда Поволжья»;
- «Реальное время»;
- «Татарстан».

Указанный список рекомендованных изданий может быть изменен в зависимости от формы обучения, количества учебных часов, а также специализации или отделения. В группу печатных СМИ федерального значения каждому бакалавру рекомендуется добавить по 1-2 таблоиду, то есть газетам развлекательного формата: «Жизнь», «Твой день», «Желтая газета», «экспресс-газета», «СПИД-инфо» или некоторые другие. Эти издания понадобятся для сравнения информационного поля, формы подачи информации, специфики средств выразительности в текстах по сравнению с деловыми или молодежными проектами.

Учебный план предусматривает, что настоящую дисциплину должны прослушать бакалавры трех профилей подготовки: «Периодическая печать», «Международная журналистика» и «Телевизионная журналистика». Несмотря на

это, слушателям рекомендуется регулярно смотреть информационные выпуски (хотя бы итоговые за день) и еженедельные итоговые информационно-аналитические передачи нескольких федеральных и местных телекомпаний. Например: Первого канала, «России», НТВ и «РЕН ТВ» («ТВ Центр»). Из ТВ Республики Татарстан предлагаются новости телекомпании «Эфир» и ОАО «Телерадиокомпания «Новый век». Как видим, здесь указаны телекомпании разной формы собственности. Посмотрите новости каждого телеканала, выявите разницу как в выборе тем для освещения, приглашении экспертов и собеседников, привлечении внимания к конкретным персонам, так и в формах и способах подачи информации.

Не забудьте про радио и Интернет. Только слушать и читать вам придется не сколько для развлечения, сколько для работы. Чтобы получать удовольствие от прочитанного или услышанного, надо научиться владеть навыками восприятия и интерпретации полученной информации. В этом состоит одна из задач преподавателя. Пока же по мере возможности слушайте информационные выпуски и эфир вообще разговорных радиостанций: «Эха Москвы», «Маяка», «Радио России», «Голоса России», «Русской службы новостей». Кстати, их даже слушать необязательно, так как многие программы и все новости есть на их официальных сайтах. Если у вас достаточно времени на работу во Всемирной сети, ознакомьтесь с «форматом» таких радиостанций, как «Свобода» и «Русская служба ВВС». Также как и в телепередачах, вам нужно научиться сравнивать «картину дня», предлагаемых разными радиостанциями.

Не забывайте про информационные агентства. Из федеральных агентств главными считаются «ТАСС», «РИА-Новости», и «Интерфакс». Именно они первыми сообщают обо всех «горячих» фактах, сюда обращаются компетентные люди – представители различных организаций, чтобы рассказать о чем-то важном. Информационные агентства Республики Татарстан: «Татар-информ», «116.ru», «Татцентр». Знакомьтесь с содержанием их новостных лент, учитесь наблюдать явления так называемых «информационных волн» – увеличение потока сообщений по определенной теме. Внимательно следите за количеством публикаций, читайте их, анализируйте, сопоставляйте факты, ведь каждое СМИ выбирает новости, руководствуясь не только собственными представлениями о наличии / отсутствии их актуальности, но и исходя из своей концепции информационной политики, а также в зависимости от того, попадает ли конкретное событие под понятие «редакционный формат».

Изучая дисциплину, вам придется, что называется, пропустить через себя огромный массив оперативной информации. Имейте в виду: у каждой новости есть не только свой автор, но и заинтересованные в ее распространении или сокрытии лица, а также источник распространения. Если будете цитировать какое-либо сообщение, необходимо указать и источник, откуда вы его взяли. Многие СМИ (за исключением указанных информационных агентств) могут пользоваться и своими каналами получения сведений, а также ссылаться на очевидцев, блоггеров или (чтобы повысить рейтинг) давать непроверенную информацию. Знайте, что редакции государственных или муниципальных СМИ, скорее всего, только тогда выдадут сообщение о каком-нибудь событии, когда

получат его подтверждение от представителей органов государственного управления и не станут ссылаться на другие, с их точки зрения менее надежные, источники. В отличие от них, коммерческим изданиям нужен, прежде всего, индекс цитируемости или факт первого сообщения об определенной проблеме или событии. Поэтому в эфир или на страницы часто идет не подтвержденная информация или ссылка на ненадежные источники.

В новостях и в будущей практической деятельности вам также встретится большое число фамилий и должностей. Одним из требований к профессионалам является знание фамилий, имен, отчеств людей, занимающих ключевые посты как на местах, так и в федеральном центре. Вам придется запомнить фамилии и должности не только президентов России и Татарстана, но еще пяти-шести десятков крупных чиновников, возглавляющих министерства, управления, агентства, а также крупные бизнес-предприятия. Зачем тратить на выяснение этой информации драгоценное время, которого и так у корреспондента почти не бывает? Кроме того, вы не имеете права ошибаться хотя бы в одной букве написания фамилий, имен и отчеств собеседников или источников информации, а также каким-либо образом (умышленно или нет) исказить их должности.

На занятиях будут и лекции, и лабораторные работы как индивидуально, так и в группах по несколько человек. Эти задания направлены на тренировку не только навыков оперативной работы, но и коллективного сотрудничества, умения отстаивать свою точку зрения, слушать других и не бояться публичных выступлений и вопросов со стороны коллег. Лабораторные занятия проводятся после лекции по теоретическим признакам какого-либо жанра и имеют задачу закрепления полученного материала. К этим занятиям надо готовиться: если нет домашнего задания, просмотрите записи, сделанные на лекции, обратитесь к рекомендованной преподавателей научной литературе по вопросу (она собрана в соответствующем разделе в конце данного пособия). Ваша практическая деятельность постоянно будет подвержена анализу как со стороны преподавателя, так и со стороны коллег. Не стесняйтесь, ведь это – учебная работа.

При подготовке творческих заданий в рамках лабораторных работ обратите внимание на то, что писать следует только о тех фактах или явлениях, свидетелями которых вы стали лично. Нельзя переписывать чужие тексты и выдавать их за свои. Ваши идеи должны быть оригинальными. Поэтому больше наблюдайте за окружающей вас реальностью, ищите необычное в обычном, удивляйтесь, интересуйтесь всем, чем можно (никогда с уверенностью не скажешь, о чем придется писать завтра), стремитесь заинтересовать свою аудиторию. Ваши тексты должны быть подготовлены оперативно, содержать заголовки, лид, публицистический стиль изложения материала, авторскую подпись – как будто вы сдаете текст в СМИ.

Подготовка собственных материалов в информационных жанрах может помочь вам в формировании портфолио по дисциплине «СМИ РТ: мастерство журналиста» и (надеемся!) сделает ваш отчет по практике более солидным, чем представление четырех-пяти дежурных публикаций в сессию. Извлекайте пользу из любого предложенного преподавателем задания, пишите больше, трени-

руйте свои навыки ежедневно! Журналистика, особенно информационная ее часть, подобна спорту: как говорится, корреспондента ноги кормят, чем быстрее найдешь тему и/или интересный источник, скорее подготовишь, проверишь изложенные факты и опубликуешь материал, только тогда, возможно, сможешь повысить индекс цитируемости своего издания и порадуешь читателей оперативной и достоверной информацией.

Правда, быстрая работа, к сожалению, не всегда бывает качественной. Имейте в виду, что корреспондент любой редакции, если он хочет заслужить право именоваться журналистом, должен не нарушать принятые правила игры. Их очень много, вот некоторые из них. Не допускается: перевирать факты, искажать фамилии, имена, отчества и должности собеседников, смотреть на событие глазами одной из его сторон, публиковать непроверенные сведения, делать материалы о событиях, если вы их сами не видели и не были на месте происшествия, не давать слово обычным людям. На занятиях мы будем подробно и на примерах анализировать «грехи» журналистов.

Отдельное внимание, пожалуйста, уделите изучению способов привлечения и удержания внимания в тексте. Одного семестра для овладения навыками искусства понимания очень мало, и вам еще предстоит освоение их в течение всей учебы в университете. Однако первоначальные основы установления коммуникации с вашей аудиторией необходимо приобрести уже к экзамену по данной дисциплине.

После прохождения материала дисциплины, вам предстоит сдать экзамен, который будет организован в письменной тестовой форме. Каждый вариант имеет как теоретические вопросы, так и практическое задание на подготовку собственного материала в одном из информационных жанров журналистики.

Чтобы получить положительную оценку за освоение дисциплины, необходимо работать в течение всего семестра: выполнять лабораторные работы в аудитории, участвовать в обсуждении темы, а также анализировать выполнение заданий своими коллегами. Кроме того, обучение предусматривает выполнение бакалаврами одной контрольной работы с вопросами, которые необходимо выполнить в аудитории на восьмом занятии. На каждом занятии у вас есть возможность набрать баллы (всего до 25 за 9 недель занятий). Вторую половину вы можете набрать по результатам зачета. За что могут быть начислены баллы, смотрите в разделе «Оценка работы бакалавра в семестре (текущий контроль знаний)».

Желаем удачи в освоении репортерского мастерства!

ЛЕКЦИОННЫЙ МАТЕРИАЛ

ЗАНЯТИЕ ПЕРВОЕ

ЛЕКЦИЯ И ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА

Введение в предмет.

**Группа информационных жанров в системе жанров журналистики
(2 часа: 1 час – лекция и 1 час – лабораторная работа)**

План занятия:

1. Понятия «информация» и «журналистика» и их роль в развитии общества.
2. Работа службы информации редакции СМИ.
3. Этапы творческого процесса в журналистике.
4. Методы сбора информации в журналистике.
5. Лабораторная работа по теме занятия.

Журналист – человек, занимающийся журналистикой в качестве своего основного рода занятий, способствующий информационному наполнению СМИ путем сбора, осмысления и изложения для аудитории информации о значимых фактах, событиях, людях, явлениях.

Журналистская информация должна быть своевременной, оригинальной, значимой для аудитории, доступной, точной, этичной, полной, полезной и самое главное – содержать новость!

Аудитория – определенное количество людей, объединенных интересом к какому-либо изданию (печатному или электронному). Любое издание или программа ориентированы на конкретную аудиторию – потенциальную. Аудитория, которая на самом деле читает эти СМИ и смотрит эти телепрограммы может отличаться от потенциальной, она динамична, меняющаяся. Это реальная аудитория. Аудиторию СМИ характеризуют так же массовость, анонимность, стихийность.

Журналистика – это деятельность, которая заключается в том, чтобы из стремительного потока новостей, происходящих вокруг нас, выбрать то, что действительно важно, значимо, то, о чем говорят люди, за что переживают, то есть то, что актуально на данный момент, а самое главное – является новостью! Новость должна отвечать на пять основных вопросов: (5 W): Что? Где? Когда? Как? Почему? И еще один важный момент: в основе журналистской информации всегда лежат факты – документальная основа. Достоверность фактов подтверждается компетентными мнениями, комментариями специалистов, подкрепляются доказательствами и аргументами. Именно эти перечисленные характеристики отличают журналистскую информацию (впоследствии – журналистский текст) от других сообщений, менее важных, со слабым информационным поводом или вообще с его отсутствием. Выбрав из потока информации важную, интересную новость журналист готовит текст, сюжет, фотографии – готовую

продукцию своей деятельности, в которых своевременно рассказывает читателю, зрителю, радиослушателю, пользователю Интернета о происходящих в мире событиях, тем самым удовлетворяя потребности и интересы людей в информации. Таким образом, журналистская информация должна быть еще и нужной, полезной.

Чтобы готовая для прочтения, прослушивания или просмотра информация дошла до аудитории используются каналы ее распространения, коими являются газеты, журналы, радио и ТВ, Интернет, информационные агентства. Так, информация, известная небольшому количеству людей, становится доступной широкой аудитории не только одного города, но и всей страны и даже всего мира.

Сегодня журналисты – это не просто люди с микрофоном или с диктофоном собирающие информацию, пишущие текст, ставя под ним свое имя, или узнаваемые лица на экране. Современные журналисты – это, прежде всего, универсалы, способные работать в самых разных областях журналистики, рекламы, PR. Их карьера и самоопределение преодолевает тернистый путь работы в различных СМИ, пресс-службах, информационных агентствах. Нередко этот путь начинается с должности сотрудника отдела информации, менеджера по рекламе или распространителя издания. Даже опытные журналисты, давно нашедшие себя в профессии, иногда кардинально меняют выбранную специализацию. Такая тенденция означает только стремление к профессиональному росту, пересмотр своего вклада в журналистику, ведь наша профессия не терпит сидения на месте, она стремительно развивается, изменяется, как и все общественные процессы.

Универсальный журналист – человек, умеющий быстро и оперативно работать, совмещать разные виды деятельности: писать, делать фотографии, снимать видео, обрабатывать черновой материал и выпускать качественный продукт, к примеру, как для печатного издания, так и для его сетевой версии. Все это в одном лице. Мобильность, оперативность, ненормированный рабочий день, постоянная готовность к работе – вот лишь некоторые черты, характеризующие журналиста и его работу. Профессию характеризуют такие слова: «журналиста ноги кормят». Точно. Постоянно в движении, в поиске информации и при этом надо творчески подойти к теме, незаурядно и небанально рассказать об очевидных и обыденных вещах. Не навредить, а, по возможности, как-то помочь людям – одна из главных профессиональных заповедей журналиста. Бывает трудно принципиальным журналистам, рьяно бьющимся за правду, которым есть что сказать, но не всегда это бывает возможно по разным причинам. Журналистика – очень зависимая профессия, зависимая от: политических структур, власти (политические хозяева); финансовых хозяев (экономическая зависимость); коммерческих структур; учредителей и владельцев СМИ. Поэтому нередки случаи, когда внутренний голос, личные принципы вступают в конфликт с реальностью. И только сам журналист решает, как ему поступить в той или иной ситуации. Поступить профессионально, по-человечески.

Подготовка журналистского текста – это тоже творческий процесс. Но здесь, как оказывается, все немного по-другому, сложнее. Рассмотрим этапы творческого процесса в журналистике.

Выбор темы. Вы решили написать эссе для молодежной газеты. Тема – это первое, с чем нужно определиться. Тема – это главный вопрос авторского материала: «о чем я буду писать?». Определились с темой и вдруг поняли, что одну тему можно рассмотреть в разных аспектах. Нужно продумать идею будущего материала. Идея – это выражение авторской позиции: «Зачем я хочу об этом написать?». Важно самому понимать, для чего и для кого вы пишете. Поняв «о чем» и «зачем» вы хотите писать, следует начинать собирать материал – факты, комментарии, разъяснения, аргументы.

Сбор информации. Для сбора информации используются разные методы: беседа с человеком (интервью), собственное наблюдение, работа с документами в архивах, анализ социологических исследований, ознакомление с содержанием других СМИ, в том числе и Интернет-источников.

Переосмысление информации. Документы, фотографии, диктофонные записи – все в дело! Все это надо еще осмыслить и переосмыслить, разобраться в исходной информации, проверить или перепроверить, подтвердить сведения, тем более, если вы на кого-то ссылаетесь или даете чью-то цитату. Подумайте, как разносторонне осветить тему, задействовав разные источники информации, а не только интервью заинтересованных лиц. Стремитесь к объективности. К сбору информации и подготовке текста надо подходить ответственно – ваш текст будут читать люди, которые ждут от вас интересных фактов и объяснений каких-то общественных явлений; правдивой, достоверной и нужной информации. Своим сообщением-информацией вы должны помочь разобраться людям в поднимаемом вопросе или проблеме. За опубликованные сведения вы несете ответственность, как юридическую, так и социальную.

Написание текста. Факты отобраны, информация систематизирована, можно садиться за написание текста. Начинать с чистого листа всегда трудно. Самое главное начать. Сначала надо продумать логику изложения контента, определиться с жанром и формой подачи материала, отобрать фотографии. Если надо, то продумайте инфографику или коллаж – это элементы, которые максимально информативно будут дополнять ваш текст.

Итак, текст. Ему должен предшествовать *заголовок*, привлекающий внимание – яркий, искрометный. Заголовок должен заинтересовать, обратить внимание читателя на ваш текст и заставить его прочитать. Иногда после заголовка идет *подзаголовок*, служащий для дополнительного разъяснения смысла или конкретизации проблемы.

Далее *лид* – краткая, желательно необычная вступительная часть, часто конкретизирующая авторскую мысль. Как правило, это первый абзац текста, в газете может быть выделен, который также призван привлечь внимание. Поэтому с первого абзаца надо постараться максимально заинтересовать читателя. Потом он решит, читать дальше или нет.

После вступления в выбранной вами последовательности вы приступаете к *констатации фактов*.

Описание может быть репортажным – рассказ очевидца с места события или реконструктивное – восстановление события по словам очевидцев с включением цитат, диалогов.

Работа журналиста – сотрудника информационной службы (редакции) – подразумевает ежедневный поиск новостей. Суммируя многочисленные научные определения данному термину, скажем следующее. Новость – это *оперативное* сообщение о каком-либо событии и/или происшествии, имеющем *общественную* значимость. Иными словами, если вы увидели драку на улице, сообщите сначала в милицию, а потом подумайте: так ли будет интересно вашему редактору, да и общественности узнать именно об этом уличном происшествии? Ведь сотрудники МВД фиксируют такие факты по несколько раз в день. Возможно, во время потасовки в городе происходит нечто более интересное и важное, о чем следует сообщить читателям.

Методы сбора информации в журналистике.

Чтобы написать информацию, сначала нужно найти факты, о которых вы будете сообщать своим читателям. В практической деятельности журналист использует многочисленные приемы и методы сбора данных, а в отдельных случаях и нелегально – даже запрещенные законом. Но нам всякого рода прослушивания телефонных переговоров, многочисленные сливы компроматов, вскрытия почтовых отправлений, подглядывания за знаменитостями не нужны, поэтому в данном параграфе речь пойдет только о законных способах сбора информации только для дальнейшей подготовки публикации в одном из информационных жанров журналистики.

Можно выделить следующие методы сбора информации.

1. Изучение документов. Ежедневно вам придется ходить в различные организации, посещать брифинги и пресс-конференции, семинары и другие мероприятия. Обычно при регистрации прессе сотрудники местной пресс-службы обеспечивают журналистов так называемым раздаточным материалом, куда непременно входит и пресс-релиз – краткая информация о мероприятии с указанием ключевых гостей, названий их докладов и другие справочные фактические сведения. Однако, как правило, такого рода документы написаны официальным языком и отражают позицию той организации, которая организует и проводит мероприятие. Следовательно, для полноты собственных общих впечатлений необходимо пользоваться иными материалами. Можно попросить пресс-службу подготовить статистическую справку по определенной теме, представить досье публикаций, сделать интервью с компетентным лицом и т.д. Необходимо принимать во внимание только те документы, автор которых известен и ему можно доверять. Пресс-релизы являются официальными документами только тогда, когда они публикуются на официальном бланке организации с указанием координат ответственных за связи с общественностью и заверенной подписью начальника или сотрудника пресс-центра. Тем самым подтверждается, что они несут ответственность за распространяемые сведения. В случае возникновения информационных конфликтов, данный документ может быть признан в качестве источника информации.

Если вы работаете над исследованием масштабной проблемы, то, возможно, отправитесь в архивы и будете изучать исторические документы: всевозможные приказы и постановления, статистические отчеты и справки, дела, рукописи и другие источники. К каждому документу необходимо бережное отношение. Не торопитесь с выводами, сопоставьте данные, сравните их по нескольким критериям. Только в этом случае реально получить достоверную и свежую информацию. Поиск по документам не совместим «по ритму» с работой редакционных информационных служб и требует прочного запаса времени. Главное – знать, какие сведения вам нужны, где они могут быть, и за какой временной период вы станете изучать документы.

2. Посещение различных мероприятий. На сегодняшний день этот метод сбора информации является, пожалуй, самым распространенным в журналистской работе. Что может быть легче для человека, не первый месяц работающего в отделе новостей, чем сходить на мероприятие, аккуратно записать озвученную там компетентными лицами информацию, взять у них экспресс-комментарий и, вернувшись в редакцию, за несколько минут написать небольшой текст. Действительно, самостоятельно ничего добывать журналисту не надо, организаторы ему предоставят все цифры и собеседников, у которых он может взять интервью. Все энергозатраты – только на дорогу до организации и обратно.

Все чаще информационными поводами для журналистских материалов становятся брифинги и пресс-конференции. Брифинг – это выступление уполномоченного по связям с общественностью сотрудника организации перед представителями прессы. Как правило, такая форма встречи посвящена одному или двум актуальным проблемным вопросам, кратковременна и предполагает минимальное количество вопросов со стороны работников СМИ. Цель брифинга – оперативно донести до общественности самую свежую информацию по проблеме.

Пресс-конференция предусматривает *диалог* журналистов и экспертов по обсуждаемым темам. Чиновники, представители общественных и неправительственных организаций, люди творческих профессий приходят «в гости» к работникам масс-медиа, чтобы поговорить с ними об актуальных проблемах в конкретной сфере деятельности. Цель этой формы встречи – не только предоставить возможность журналистам получить достоверную информацию, но и познакомить экспертов и сотрудников СМИ, представить гостей, как возможных потенциальных ньюсмейкеров и комментаторов по обсуждаемым на пресс-конференции социальным проблемам. В отличие от брифинга, встреча журналистов с экспертами может продолжаться от 15 минут до трех часов, а президент России В. Путин разговаривал с «акулами пера» до четырех с половиной часов. Здесь каждый представитель «четвертой власти» может задать свой вопрос и получить на него ответ. Однако и сведения, полученные на мероприятиях, во время брифингов и пресс-конференций, также желательно перепроверять и уточнять.

3. Встречи с компетентными лицами (экспертами). Как правило, в больших городах не существует проблемы нахождения экспертов по любой теме разговора. Для журналиста важно именно выйти на таких людей, задать вопросы, соответствующие их компетенции, и спокойно писать материал. В связи

с этим, репортер должен знать, за какое направление отвечает то или иное министерство, ведомство, управление и кто является его руководителем.

4. Опросы населения. Это разновидность интервью, но только с целью выяснить отношение общества к какой-либо социальной проблеме. Его можно проводить, применяя различные средства. Например, встать на оживленной улице и обращаться к прохожим с конкретным вопросом. Часто редакции для выяснения мнения читателей применяют технические возможности. Например, опрос посетителей сайта издания, всевозможные зрительских голосования, применяемые в развлекательных телепередачах. Кроме того, телекомпания «Эфир» ежедневно в информационной программе «Город» проводит опрос населения, выясняя актуальные для людей проблемы. Некоторые из них впоследствии становятся темами сюжетов. Любой телезритель может позвонить и через пейджинговую службу наговорить свое сообщение на редакционный компьютер, за которым работает продюсер выпуска. В свою очередь он в конце эфира читает наиболее интересные (на его взгляд) сообщения. А телерадиокомпания «Казань» устраивает тематические опросы населения на своем сайте.

В последнее время, с дальнейшим развитием компьютерных технологий, у каждого человека появилась возможность самостоятельно проводить опросы с целью выяснения мнений или предпочтений различных социальных групп. Можно использовать ресурсы блогосферы (например, www.livejournal.ru, www.livintenet.ru), а также возможности социальных сетей «В контакте», «Одноклассники» и «Мой мир». Причем задавать вопросы там можно не только друзьям, но и совершенно чужим людям. Главное, чтобы они ответили.

Наши наблюдения показывают, что бакалавры часто путают перечисленные экспресс-опросы по выяснению мнения населения с исследованиями различных социологических групп. У учащихся даже самый простой опрос называется «социологическим», хотя это неверно. Для проведения настоящего социологического исследования необходимо знать совокупность людей, которых придется опросить. Также нужен расклад по соотношению полов, степени занятости на работе, роду занятий и другим социальным характеристикам. Такой опрос невозможно провести в одиночку, существуют специальные центры изучения общественного мнения (ВЦИОМ, «Левада-центр», «Фонд «Общественное мнение» и другие), сотрудники которых постоянно проводят изучение предпочтений россиян во всех сферах жизни.

Проводя собственный небольшой опрос населения, необходимо помнить о следующем:

а). Не стоит считать, что в ходе опроса вы получите исчерпывающую информацию по интересующей теме. Сколько человек станет респондентами? Тридцать? Сорок? Сто? Или семь? Так вот, то, что они ответили – это их личное мнение, которое может постоянно изменяться. Вы имеете дело с неподготовленными к разговору людьми, поэтому вполне вероятно, что ваш вопрос мог обескуражить каждого. Чтобы этого не показать, человек мог сочинить ответ на ходу.

б). Необходимо задуматься о методе опроса. Можно встать на одном из оживленных городских перекрестков и приставать к людям, требуя их мнений по заданной вами теме. Имейте в виду, что социологи предупреждают: каждая

улица в определенное время имеет своих «первых встречных». Например, если стоять утром возле гипермаркета, то с большой долей вероятности может оказаться, что вы разговариваете с разными людьми, но объединенными одной сферой – торговля в данном гипермаркете. Или вас не интересует сфера деятельности респондентов? Что в таком случае будет иметь значение?

Для формирования общей картины мнений необходимо спросить людей разного возраста, сферы занятости и уровня дохода. В данном случае мы более имеем в виду корреспондентов печатных изданий, нежели телевидения или радио. И вряд ли имеет смысл опрашивать как можно больше людей в одном помещении или на одной улице. Думается, что если позволяет время, лучше обратиться в разные организации и учреждения для выяснения мнений людей. Почему бы не опросить представителей различных профессий?

в). Задавайте вопрос, который будет однозначно воспринят респондентами. Неизвестно, что хотел услышать в ответ журналист одной казанской телекомпании, решивший поинтересоваться «Мини-юбки – это как?» Естественно, многие потенциальные собеседники не могли от растерянности выразить свой ответ в словесной форме. Зато было много смеха и мыслей не впопад. Вам это нужно? Тогда будьте добры так отредактировать свой вопрос, чтобы он был понятен даже детям. Не лишним будет сначала потренироваться на коллегах.

г). Предлагайте аудитории разные, в том числе противоположные, точки зрения на обсуждаемую проблему. Это требование – одно из важнейших правил журналистики, предусматривает право общественности на получение максимальной информации о чем-либо.

5. Наблюдение. В повседневной работе журналисты часто используют и этот метод получения информации. Выделяют два вида наблюдений. а). *Включенное* – корреспондент является активным участником события. «Журналист меняет профессию» – так некоторое время назад назывались газетные рубрики, в которых журналист рассказывал о специфике работы на определенной должности. Вспомним, например, очерки М.Кольцова «Три дня в такси», «Семь дней учителя», публикации других авторов. В современной прессе также иногда можно прочесть материалы, авторы которых на несколько дней становились продавцами шаурмы, торговцами на рынке, официантами, поварами, работниками службы социальной защиты и прочее. Таким образом, во время включенного наблюдения (кстати, его еще называют «методом маски») журналист смотрит на специфику профессии изнутри, «примеряя на себя» все ее радостные и грустные моменты. При этом, для чистоты наблюдения, устраиваясь на «работу», корреспонденту вовсе не обязательно говорить, кем он на самом деле является и какова его цель. Включенное наблюдение подразумевает психологическую устойчивость человека, а также его готовность быстро реагировать на происходящее в новой для себя обстановке.

б). *Не включенным* называется такой вид наблюдения, при котором журналист следит за событием со стороны, не принимая в нем активного участия. В данном случае его задача – описать событие.

Когда корреспондент собирает информацию методом включенного / не включенного наблюдений, он должен обладать такими профессиональными ка-

чествами, как: быстрота реакции, умение видеть все одновременно, писать кратко и быстро, запоминать обстановку, которая сложилась во время мероприятия, и постараться воспроизвести ее на бумаге, коммуникабельность, настойчивость, умение распознать, чего ждать от участников события в ближайшие минуты. Конечно, не стоит рассчитывать только на свою память. Постарайтесь, если возможно, записать все, что видели и слышали, не разделяя важное и не очень. При написании материала может пригодиться все, особенно реплики и описание атмосферы на месте действия.

6. Периодическое ознакомление с содержанием СМИ. Возьмите себе за правило ежедневно читать несколько разных по форме собственности газет и журналов, а также смотреть новости главных федеральных телеканалов. Возможно, там будет сообщена свежая информация, по каким-то причинам еще неизвестная вашей редакции, но являющаяся здесь «форматной». Просматривайте ленты информационных агентств, ищите комментарии по заинтересовавшей вас проблеме. Сопоставляйте полученную информацию, анализируйте имеющиеся у вас данные, и вы получите новые сведения о чем-либо. Правда, среди сотрудников средств массовой информации нередко можно услышать, что «мы – профессиональные писатели, а не читатели». Такой подход к работе сужает информационное поле человека.

Постоянное ознакомление с публикациями других СМИ (особенно внимательно читайте прямых конкурентов) позволяет не только выявлять темы, которые почему-то до сих пор не освещались на страницах вашего издания, но и анализировать подходы и правила формирования «повестки дня», существующие в других печатных СМИ. Тем самым, вы будете знать, какие требования предъявляются к подаче информационных материалов в других редакциях.

1. Интернет-ресурсы. Можно подумать, что Всемирная сеть создана именно для журналистов. Теперь можно не ходить в библиотеки в поисках нужных сведений, а всего лишь иметь компьютер, подключенный к этому мировому информационному пространству. Интернет предлагает пользователям огромные возможности, чтобы отыскать все, что нужно. В связи с этим, в последние годы значительно возросла скорость подготовки и распространения новостей. Учитывая, что в глобальной сети все данные строго упорядочены, то зная, где их отыскать, любой человек теперь может найти необходимые ему данные за несколько минут.

К услугам пользователя Интернетом не только поисковые серверы, но и многочисленные ресурсы, которые можно классифицировать.

а). *Сайты информационных агентств разного уровня: от локально-местных до международных.* За несколько минут журналист может узнать, что происходит, например, в Новосибирской области и во Франции. Благодаря тому, что есть возможность просматривать одновременно несколько сайтов, информация будет поступать в редакцию оперативно. При этом быстро можно узнать не только о событиях, произошедших как на вашей улице, так и на другом конце планеты, но и о реакции на них со стороны различных организаций.

б). *Сетевые дневники (блоги).* В России они получили распространение лет пять назад. По некоторым подсчетам, на 1 февраля 2009 года в российском сег-

менте Интернета были зарегистрированы около двух миллионов личных дневников разной тематической направленности. Среди них – множество ресурсов, позиционирующих себя как информационные. Но пользоваться данным видом медиа надо очень осторожно: где гарантия достоверности опубликованной информации? Иной раз, чтобы поднять рейтинг и индекс цитируемости своего дневника, автор может пойти на распространение самых невероятных сведений. Не стоит верить сразу.

Мы рекомендуем в поиске информации изучать только блоги популярных сетевых авторов, имеющих большое количество ежедневных читателей и высокий рейтинг. Присмотритесь к так называемым «тысячникам» – людям, на ресурсы которых заходят более тысячи уникальных посетителей в сутки. Это авторитетные авторы, которым не нужны сенсации ради небольшой рекламы своего дневника в Сети. Кроме того, их редко можно заподозрить открытой рекламе чего-нибудь. В Интернете достаточно таких авторов. Практически все они – признанные эксперты в определенной области. И если у вас плохо получится найти тему, которую можно «раскрутить» и подготовить материал для своего издания, то, уверены, точно сможете найти еще одного эксперта (возможно, даже не из России), который согласится иногда за вознаграждение или просто так давать комментарии.

В поисках свежих новостей не забудьте постоянно просматривать десятку самых обсуждаемых тем блогосферы. Такая услуга предоставляется каждому, кто пользуется любой поисковой системой. Она отмечается на интерфейсе под темой «Сегодня в блогах». Читайте комментарии, вдруг среди них может быть что-то стоящее?

Учтите, что блогеры предлагают, в основном, отличную от официальной точку зрения на события. Если вы работаете в государственном издании, то вряд ли сможете опубликовать информацию из такого рода источников – здесь необходимо подтверждение из государственных организаций. В коммерческом СМИ ссылка на сетевых авторов возможна, но только если невозможно получить сведения другими доступными методами. Например, когда речь идет об обстановке в зоне боевых действий: обычно кроме официальной других точек зрения информационные агентства не передают, а собственных корреспондентов в «горячей точке» нет. Поэтому журналисты могут воспользоваться публикациями в сетевых дневниках, но только из ресурсов заслуживающих доверия авторов.

Осенью 2008 года в медиасообществе Татарстана разразился скандал. Пятого сентября ближе к вечеру бывший пресс-секретарь Президента РТ Ирек Муртазин в своем блоге опубликовал следующее сообщение: «Как стало известно из некоторых источников, на отдыхе в Турции на 72 году жизни скончался Президент Татарстана Минтимер Шаймиев. Честно говоря, не верится. Если это правда, тут такое начнется...» Информация получила большой общественный резонанс. Примерно через час-полтора это сообщение со ссылкой на Муртазина бездумно перепечатали на своих сайтах некоторые ведущие федеральные издания. Вслед за ними на бирже значительно понизились котировки акций ОАО «Татнефть». Как видим, М. Шаймиев жив, а на И. Муртазина прокуратурой г. Казани было заведено уголовное дело по обвинению в клевете. Почему

редакции российских изданий опубликовали «новость», не перепроверив ее, можно только догадываться. Вывод: необходимо перепроверять любые сведения, от какого бы авторитетного автора они не исходили.

в). *Тематические сообщества (форумы)*. На этих ресурсах можно проводить небольшие опросы общественного мнения на определенную тему. Сколько форумов в русскоязычном сегменте всемирной Сети – неизвестно, поэтому с большой долей уверенности можно говорить, что вы можете принимать участие в обсуждении любой не запрещенной темы. В данных сообществах также эффективно искать будущих экспертов, с которыми можно сотрудничать, предлагая время от времени комментарий каких-либо проблемных ситуаций в обществе. Если вы постоянно «зависаете» на тематических ресурсах, вчитайтесь в посты и определите, кто из постоянных участников форума является лидером мнений? К этим людям прислушиваются, им верят. Потому что их комментарии всегда взвешены и претендуют на объективность. Прежде чем начать общение на форуме наберитесь некоторых знаний в данной области. Не стоит показывать свою некомпетентность.

г). *Всевозможные базы данных, представленные на специальных ресурсах*. Например, для журналистов в Интернете существует множество сайтов, на которых содержится масса полезных сведений. Обычно они имеют сложную структуру, но, как правило, являются универсальными по содержанию. Например, база данных «Интегрум», содержащая архивы федеральных и региональных периодических изданий за более чем десять лет. За считанные минуты подписчик может получить доступ к нужному ему материалу, задав поиск либо по ключевым словам, либо по названию публикации, либо по фамилии-имени ее автора. Таким образом, многочисленные тематические базы данных позволяют журналисту тратить минимум времени для поиска необходимых сведений.

д). *Официальные сайты различных учреждений и организаций*. Предоставляют с разной степенью оперативности сообщения о мероприятиях, проводимых под патронажем данного министерства (ведомства). Удобны тем, что в соответствующих разделах можно найти планы мероприятий на следующую неделю, декаду или даже месяц. Кроме того, почти у каждого федерального и республиканского министерства есть архив пресс-релизов и документов, относящихся к данному учреждению. Раньше если журналисту надо было найти, например, приказ, изданный Министерством образования четыре года назад, ему надо было позвонить в министерскую канцелярию, попросить разрешения на ознакомление или копирование документа. При этом право журналиста на его получение могло быть ограничено желанием чиновников отказать ему в силу разных, прежде всего, административных причин (отсутствие указания со стороны начальства, в так называемых силовых министерствах часто ссылались на секретность документа или на гриф «для служебного пользования», нежелание идти на контакт без официального запроса и т.д.). Сейчас соответствующую официальную бумагу в электронных базах данных в отсканированном виде можно найти за считанные минуты. Конечно, это не касается секретных указов, приказов и распоряжений.

Таким образом, с дальнейшим развитием информационно-коммуникативных технологий (ИКТ) у работников средств массовой информа-

ции появляется все больше возможностей искать информацию, даже не выходя из редакции. Однако нынешние реалии предъявляют к журналисту такие требования, как: свободное владение компьютером и другой техникой, умение выделить главное, отличать новость от информационного мусора, заполонившего Интернет, и т.д.

Профессионализм журналиста состоит не только из того, насколько уверенно он владеет характеристиками различных жанров или может отличить эпитет от метафоры. Для творческого работника очень важно чувствовать реакцию на свой труд, получать отклик со стороны своего читателя. Причем желательны именно оперативные отклики на выступления, пока проблема, что называется, на слуху, не сошла с «повестки дня». Бывает, что мнения аудитории подсказывают журналисту темы дальнейших публикаций.

Но часто ли в редакциях прислушиваются к словам читателей? Успех любого сообщения зависит от того, насколько точно журналист передаст суть события и доступно расскажет о нем целевой аудитории. Поэтому, на наш взгляд, с первых дней производственной практики студенту отделения журналистики необходимо задуматься: для кого я пишу, будут ли меня читать? Почему именно на мой текст люди должны обратить внимание?

Параллельно с подготовкой материалов изучайте аудиторию вашего издания. Теоретиками журналистики выделяется несколько видов аудитории. Потенциальная – аудитория, которая может прочитать конкретное издание. Допустим, потенциальной аудиторией газеты «Республика Татарстан» являются все жители РТ. Что касается радио- и телевизионных каналов, то их потенциальная аудитория – совокупность населения, проживающая в зоне мощности передатчика. Реальная аудитория – это те люди, которые время от времени читают или смотрят конкретное СМИ. Целевая аудитория – совокупность людей, являющихся постоянными читателями изданий, на которую направлена информационная политика средства массовой информации. Успех каждой редакции зависит от того, насколько адекватно ее коллектив представляет себе, кто является целевой аудиторией издания.

Никогда не забывайте, что журналист пишет не просто так, а для определенной аудитории, которая ждет от конкретного издания, во-первых, обсуждения актуально-злободневных для нее проблем, и, во-вторых, честности в освещении всех вопросов повседневности. Помните, что любой читатель – это тот капитал, который дороже всех рекламных доходов.

Вторая часть занятия – лабораторная работа бакалавров в аудитории.

Задание для лабораторной работы:

Возьмите любой газетный текст и попробуйте написать к нему несколько наиболее приемлемых, на ваш взгляд, видов вступлений. Тему публикации менять запрещается.

После выполнения задания преподаватель совместно с бакалаврами анализирует качество творческих работ.

ЗАНЯТИЕ ВТОРОЕ

ЛЕКЦИЯ

Заметка как ключевой информационный жанр журналистики (2 часа)

План лекции:

1. Заметка: определение жанра.
2. Виды заметок в СМИ.
3. Жанровые характеристики заметки.
4. Заметка на страницах и в эфире СМИ.

Прежде чем говорить о своеобразии каждого из информационных жанров, необходимо разобраться, что такое жанр. В своей книге «Творим Золотым пером: мастер-класс для начинающих журналистов» доцент кафедры журналистики Казанского госуниверситета Дмитрий Туманов дает следующее определение этому термину. «Жанр – исторически сложившаяся литературно-публицистическая форма, обладающая определенными устойчивыми признаками. Это – одна из форм отражения объекта, жизненной ситуации, факта, одна из форм воплощения определенной идеи, мысли. При этом творческая личность в рамках определенного жанра всегда накладывает на публицистический материал свою неповторимую индивидуальность»¹.

Итак, заметка. Это самый простой из группы информационных жанров. Однако и он требует внимательной работы журналиста, строгого следования логике повествования, бережного отношения к любому известному факту. Чего люди ожидают от журналистов? Во-первых, *новости*. Практика современной журналистики свидетельствует, что, к сожалению, далеко не всегда так называемые «акулы пера» распространяют действительно новую и свежую информацию. Порой они занимают драгоценное время в эфире или место на полосе пересказом или интерпретацией уже известных аудитории фактов, из-за чего некоторые действительно важные, интересные, а возможно, и полезные сведения остаются не переданными. В конечном итоге такая практика может способствовать снижению уровня зрительского внимания к конкретному средству массовой информации. Уменьшение тиража или рейтинга (для электронных СМИ) неизбежно приведет к потере некоторой финансовой доли от рекламных поступлений.

Кстати, новостью можно назвать не каждое сообщение, а только то, в котором содержатся общественно значимые или необычные факты, позволяющие аудитории ориентироваться в информационном пространстве и на их основе самостоятельно принимать решения.

¹ Туманов Д.В. Творим Золотым пером: мастер-класс для начинающих журналистов. – Казань: Отечество, 2000. – С.146.

Во-вторых, выступая в жанре заметки, журналист должен постараться раскрыть аудитории логику факта, то есть показать его взаимосвязь с другими событиями реальной жизни. Поэтому любое сообщение не должно содержать в себе ни вымысла, ни домысла, а соответствовать правде жизни целевой аудитории вашего СМИ.

В-третьих, от автора заметки требуется предельная краткость изложения факта. В тексте не должно быть ничего лишнего, отвлекающего от сути дела. Формула успеха проста: факт плюс мнения сторон или заинтересованных лиц (если таковые имеются). Выражение собственной позиции журналиста здесь неуместно. Не стоит также и оценивать то, о чем идет речь. Ваша задача – быть беспристрастным хроникером, фиксатором реальной действительности, а выводы пусть делает читатель (зритель). В заметке важен факт, а не его интерпретация.

В-четвертых, аудитория ждет свежих новостей, поэтому всегда стоит торопиться с распространением ставших известными вам фактов. Будьте оперативны! Кому нужны сведения, начинающиеся со слов «вчера», «на днях», «недавно», «не так давно», «стало известно»? Современная скорость распространения информации, технические средства позволяют передавать большие объемы данных на весь мир за считанные секунды. Поэтому общественность справедливо рассчитывает на получение самых последних сообщений о разных явлениях действительности. Начинайте текст со слов «сегодня», «несколько часов назад», «только что», «когда верстался номер», «в последний час». Если о важном факте почему-то не сообщили вовремя, а распространить эту информацию необходимо, можно сознательно скрыть временной период, а его заменить интересной, необычной деталью-подробностью с меропрятия.

В своей заметке каждый автор должен ответить на несколько вопросов, позволяющих аудитории получить исчерпывающую информацию о мероприятии, ситуации или ином случившемся факте. Этих вопросов всего шесть: что случилось? Где это произошло? Когда? Кто является участником события или его заинтересованной стороной? Каким образом развивалось действие? Почему было совершено то или иное действие, или вследствие чего человек оказался в плену обстоятельств? Вопросы сформулировал еще в первом веке римский оратор Марк Фабий Квинтилиан. На протяжении развития журналистики все, кто работает в жанре заметки, применяют это правило.

Заметки различаются по подвидам. Выделяют хроникальную, расширенную и заметку с комментарием. В *хроникальной заметке* автор всего в нескольких строках сообщает только о факте, не вдаваясь в его подробности. Здесь важно именно рассказать аудитории о событии, жертвуя всем остальным. К корреспонденту предъявляются два требования: оперативность и достоверность. Откройте газеты, взгляните на колонки новостей, например, «Вечерней Казани» («Абзац-информ»), «Республики Татарстан» («Факт есть факт») или «Молодежи Татарстана». Вы увидите подборку новостей, состоящих из одного абзаца, к некоторым из которых нет даже заголовков. Так в редакциях поступают в том случае, когда необходимо оперативно сообщить о важных событиях, а места для этого крайне невелико. Приходится избавляться даже от названий материалов и авторских подписей.

В *расширенной заметке* есть место для описания события. Здесь автор не только рассказывает о факте, но и может процитировать мнения людей, которые являются заинтересованными сторонами. При этом необходимо (однако, на практике почему-то не всегда выполняется) публиковать если не все, то хотя бы противоположные точки зрения на освещаемое событие или явление. Зачастую корреспондент, возможно, из-за лимита времени, собирает только общую информацию, разговаривает с одним человеком, как правило, организатором мероприятия и считает, что собрал необходимые для материала данные. Но очень может быть, что об этом же событии сообщат другие, конкурирующие с вашей газетой, издания. Чем ваш текст будет отличаться от их выступления? На что вы предложите своей аудитории обратить внимание? Поэтому для данного подвида заметки необходим дополнительный поиск информации, возможен показ важных деталей, ставка не необычность некоторых фактов, должно быть ударное окончание. Подумайте, что можно использовать, чтобы привлечь внимание читателей.

Современные газеты предлагают нам большое разнообразие расширенных заметок. Возьмите федеральные («Коммерсантъ», «Российскую газету», «Известия», «Ведомости», «Комсомольскую правду» и т.д.) и республиканские издания («Вечернюю Казань», «Казанские ведомости», «Время и деньги», «Республику Татарстан» и т.д.) и вы увидите на их первой-второй страницах много материалов, выполненных в данном жанре. Здесь ставка должна быть сделана не только на тему выступления, но также и на заголовок, и на подзаголовок, и на лид. Интригуйте читателя, владейте его вниманием!

Для *заметки с комментарием* характерно то же самое, что и для расширенной заметки. Спецификой этого подвида является то, что после описания события (явления) корреспондент предоставляет слово эксперту, который высказывает свое, авторитетное, мнение по поводу случившегося. Данный подвид предполагает, что комментарию подвергаются сложные, спорные темы, социальные проблемы, которые требуют оперативного отклика специалиста. Задача журналиста – предоставить аудитории такого специалиста, чтобы он своим мнением успокоил аудиторию, снял напряжение, которое может возникнуть у определенных групп читателей после прочтения материала. Заметка с комментарием состоит из двух жанров: собственно заметки, в которой автор рассказывает о каком-то социальном явлении или проблеме, и комментария эксперта. Второй жанр принадлежит к группе аналитических, с которой вы познакомитесь на следующем году обучения. В данном пособии мы не станем его изучать.

Существуют два способа подачи информации в жанре заметки. Первый, так называемый жесткий вариант, построен по принципу «перевернутой пирамиды». Вы сразу же сообщаете аудитории новость, итог какого-нибудь мероприятия, говорите о причинах случившегося. Здесь большое значение играет выбранный вид заголовка и лида. Так, уместными будут такие лиды, как «перевернутая пирамида», «вопрос», «нагнетание напряжения». Задача журналиста – представить каждый факт наиболее «ударно» и понятно для аудитории.

Второй вариант условно можно назвать мягким, так как в нем акцент делается не на конечном итоге события, а на его деталях. Принцип построения тек-

ста напоминает пирамиду: вы начинаете с отдельной детали и постепенно, развивая свою мысль, подводите читателя к и к мероприятию (явлению), и к условиям его проведения (проявления) и т.п. В данном случае корреспонденту не обойтись без умения интриговать аудиторию. Он должен так представить свое сообщение, чтобы, завладев вниманием читателя, не отпускать его до конца материала. При этом можно заигрывать с аудиторией, применяя различные приемы драматургии, такие как: постепенное предъявление деталей, эффект обманутого ожидания, неожиданные промежуточные итоги. Однако всегда следует помнить, что это – всего лишь заметка, где не должно быть большого объема и различных подробностей. В мягком варианте подачи информации уместны такие виды лидов, как: «зарисовка», «нагнетание напряжения», «цитата», «анекдот», «повествование («затяжной прыжок») и «фразеологизм».

Определяющую роль при выборе журналистом одной из указанных двух моделей подачи новостей играет редакционная политика того СМИ, в котором работает корреспондент. Практически в каждой редакции есть свои правила изложения текста. Например, жесткий вариант характерен для общественно-политических и деловых изданий, которым важно сообщить о факте как можно оперативнее, а всю детализацию раскрыть в подробностях. В свою очередь, мягкий способ часто используется «желтой» прессой: она заинтересована не в оперативности, а именно в сенсационности, которую могут ей обеспечить различные детали какого-либо факта. Кроме того, выбор варианта подачи информации кроме типов изданий, также может зависеть от предпочтений целевой аудитории и от ее запросов.

Тематический диапазон материалов, выполненных в данном жанре, может быть очень разнообразным. Журналисты говорят, что нет такой проблемы, которую нельзя было бы уместить в 30-40 газетных строк – стандартный размер заметки. То есть автору необходимо постараться как можно логичнее изложить известный ему факт, используя простую формулу «словам тесно, а мыслям – просторно».

В средствах массовой информации существует унифицированное правило представления новостей в зависимости от тематического блока. Так, вначале вы сообщаете о политике, затем – о российской и зарубежной экономике, продолжаете блоком социальных новостей. Далее может быть подборка информации о жизни регионов страны (для местных СМИ – районов области, губернии или республики), завершаете выпуск событиями из мира культуры и спорта. Как видно из практики многих современных федеральных изданий, их информационные рубрики выстраиваются, в основном, по такому правилу. Но журналистика всегда стремится к повышению оперативности, поэтому регулярно откликается на события, произошедшие, что называется, «когда верстался номер». Из этого следует, что самому важному событию (особенно если оно попадает в формат издания) может быть уделено значительно больше места, чем остальным новостям.

Корреспонденты службы информации государственных СМИ могут придерживаться иного принципа верстки новостей. По такой концепции, главными событиями являются те, в которых принимают участие первые лица государст-

ва, региона или муниципального образования. Соответственно, информация ранжируется по присутствию данных важных персон. Иногда бывает так, что весь выпуск передачи или рубрики заполняется заметками с таких, зачастую протокольных, мероприятий, а другие события остаются без внимания редакций из-за отсутствия места на полосе или нехватки времени. Мы считаем, что не стоит давать оценку такому принципу работы редакций, так как государственные СМИ дотируются из госбюджета, поэтому обязаны выполнять государственный заказ на информацию, то есть освещать деятельность первых лиц.

В зависимости от формы собственности, типологического своеобразия издания уровень его информационных предпочтений может быть различным. Редакция может сделать темой номера, например, выступление знаменитой молодежной группы, если данная тема попадает в поле зрения целевой аудитории конкретного СМИ. Не случайно, сотрудники многих редакций постоянно изучают не только социальные характеристики своих читателей / зрителей, но и их интересы, пристрастия, увлечения и стараются соответствовать им.

В электронных СМИ (особенно на радио), которое, по данным социологов, люди слушают обычно в качестве фона, выполняя другие дела, могут применяться иные средства привлечения внимания к некоторым темам. Таких средств несколько. Наиболее распространенным на данное время является способ, получивший в профессиональном сообществе неофициальное название «вкусный сэндвич». Правило базируется на психологических особенностях человеческого мозга запоминать, в основном, только первое и последнее сообщения информационного выпуска. Поэтому сообщения о самых важных (на взгляд редакции) событиях должны быть заверстаны либо в начало, либо в конец передачи. Образно говоря, первое и последнее сообщения составляют «начинку сэндвича», а между ними расположены «ингредиенты» – информация о других мероприятиях.

В практике электронных СМИ иногда можно найти трансформированный вариант этого метода. Он называется «ядовитый сэндвич». Суть его состоит в том, что за один краткий выпуск новостей аудитории сообщается только об одной теме, но с разными деталями. В начале сообщается ударная информация, после нее следуют детали события. При этом выпуск верстается таким образом, чтобы каждая из них постепенно нагнетала интригу, подводя слушателей к последней, самой ударной, обобщенной и сенсационной новости, которая и должна запомниться лучше остальных. Таким образом, «яд» – это все то, что находится между первым и последним сообщениями. Данный прием напоминает лид – нагнетание напряжения. Получается, что в арсенале репортеров много приемов привлечения внимания к новостям.

Теперь давайте еще раз обобщим умения, которыми должен обладать журналист, работая в жанре заметки.

1. Умение выделить из потока разнообразной информации новость, актуальную, необычную и полезную для целевой аудитории.

2. Желание подмечать и придавать гласности недостатки жизни, тем самым, способствуя решения определенных социальных проблем той местности, в которой вы живете.

3. Готовность к тому, что за любую новость придется бороться, не получая из рук пресс-секретарей официальный пресс-релиз с изложением сути события, а самостоятельно добывая каждый факт.

4. Стремление к постоянному повышению оперативности своей работы. Даже любая сенсация перестает ею быть через определенное время. Пишите о событиях или явлениях в тот же день, когда вы о них узнали. Конкуренты не дремлют.

5. Передавайте факты в том виде, в каком они стали известны вам. Ничего не домысливайте и не привирайте. Этим вы не только нарушите корпоративную этику, но и подставитесь перед аудиторией: люди чувствуют, когда их хотят обмануть. Всегда держите в уме афоризм: «лучше горькая правда, чем сладкая ложь».

6. Прежде чем придать огласке тот или иной факт уясните для себя, кому станет хуже / лучше от этого? Если ваш будущий материал никак не способствует улучшению ситуации, может, не стоит его писать? Насколько это важно именно сейчас?

7. Излагайте только конкретику, банальные фразы и абзацы отвлекают внимание и могут оттолкнуть часть аудитории.

8. Всегда проверяйте и перепроверяйте поступившие к вам сведения. Возьмите за правило не доверять даже официальным источникам, которые также могут ошибаться или путаться в своих данных. Постарайтесь найти подтверждение любой информации, желательно из двух и более разных источников.

9. Публикуйте только такие сведения, которые могут быть подтверждены. Часто журналисты, из-за желания поскорее распространить информацию, а также в погоне за возможной сенсацией, готовы рассказать обо всех слухах и сплетнях, особенно если они касаются известных людей. Подумайте о последствиях для них и для себя (редакции). Все находится в информационном поле, поэтому очень может быть, что с этим человеком вы еще не раз встретитесь. Будут ли вам доверять как источники информации, так и аудитория? Завоевать репутацию очень сложно, а потерять ее можно в один миг.

10. Всегда держите тесную связь со своими источниками информации. Если они не возражают, обязательно ссылайтесь на них. Помните: чем авторитетнее источник ваших сведений, тем больше шансов, что аудитория поверит вам. В случае, если источник хочет, чтобы его имя не было разглашено, он имеет на это право по Закону РФ «О средствах массовой информации».

Соблюдение этих простых правил позволит вам со временем овладеть мастерством хроникера и беспристрастного фиксатора событий или явлений. Все известные журналисты когда-то начинали именно с предоставления новостей, а затем совершенствовались свое мастерство. Если получилось у них, то почему не повезет вам?

Итак, заметка – информационный жанр, часто встречающийся на страницах газет любого уровня. Он прост в исполнении, но предъявляет высокие требования к автору, главными из которых можно считать: объективность, беспристрастность, честность и краткость изложения известного вам материала.

Итак, журналист сел за рабочий стол. Имейте в виду, что работа репортера связана с частыми командировками и далеко не везде условия для написания материала могут быть комфортными. Постепенно учитесь и привыкайте составлять текст от руки в блокноте и в уме, потому что писать придется и в дороге, и в гостинице, и в других местах, где невозможно сосредоточиться от большого скопления народа.

Прежде чем начать излагать свои мысли на бумаге, задумайтесь: что будет главным в вашем тексте? Что вы хотите рассказать читателям? Кстати, кто эти люди, какова целевая аудитория СМИ, в котором вы практикуетесь (работаете) или для которого собираетесь готовить материал? Ваш текст только тогда будет воспринят аудиторией, когда она почувствует, что автор разговаривает с ней, что называется, на одном языке: сообщает о проблеме, которая может вызвать резонанс, выбирает конкретные или образные заголовки, использует понятную этой группе лексику, термины, привлекает авторитетных экспертов, отбирает фактуру, детали, которые наиболее ярко характеризуют описываемую ситуацию.

Также желательно продумать, каким образом вы будете подавать информацию. Журналист от писателя отличается тем, что не может себе позволить работать «в стол», не донеся свои мысли и факты до аудитории. Кроме того, работник пера, видеокамеры или микрофона всегда заинтересован в том, чтобы именно его материал был замечен аудиторией. Поэтому необходимо вспомнить о целях, которые вы хотите достичь публикацией конкретного факта. Из дисциплины «Современный русский язык» вам уже известно, что существуют стратегическая и тактическая цели. *Стратегическая цель* всегда должна начинаться со слов «Сформировать определенное (положительное или отрицательное) общественное мнение» о чем-то или о ком-то. *Тактическая цель* направлена на убеждение вашего адресата (аудитории) в чем-либо отрицательном или положительном. Таким образом, стратегическая цель шире и масштабнее по замыслу, чем тактическая.

После того, как вы определите для себя, с какими целями и к какой аудиторной группе вы будете обращаться, можно приступать к подготовке текста. Стандартной формулы для написания материала в информационном жанре, к счастью, нет. Однако помните, что читатель обязательно должен получить ответы на следующие вопросы: «Что? (Кто?) Где? Когда? Каким образом?». Если не будет ответа хотя бы на один из этих вопросов, то у адресата может остаться чувство недоговоренности и ощущения неполной информации.

Структура материала, выполненного в одном из информационных жанров журналистики, обычно бывает такой:

1. Заголовок.
2. Подзаголовок (не всегда обязателен, в зависимости от того, принято ли в конкретной редакции таким образом определять тему материала).
3. Лид (краткая, желательно необычная вступительная часть, часто конкретизирующая авторскую мысль).
4. Развитие действия – основная часть (описание ситуации или события, представление мнений заинтересованных сторон, ответы на вопросы «Что? Где? Когда? Каким образом?»). Это подробный рассказ о факте или ситуации.

5. Заключение (постановка социальной проблемы). Здесь можно выразить свое отношение к факту. Но оно (отношение) не должно содержать оценочных слов.

6. Авторская подпись.

Теперь рассмотрим отдельно каждый из этих пунктов.

Заголовок. Пожалуй, самая важная часть материала. Журналисты-практики утверждают, что заголовок – 70 процентов успеха любого текста. Проведите эксперимент: возьмите газету и обратите внимания на названия ее публикаций. Они разнообразны. Но вряд ли вы располагаете временем, достаточным, чтобы прочесть газету от начала и до конца. Возможно, через несколько дней вы осилите весь номер, но сейчас вы ознакомитесь только с тем, что вам интересно. Заголовок – проводник в мир каждой публикации, его задача: привлечь внимание читателя к конкретному материалу. Поэтому данную часть текста современные дизайнеры газет и журналов помещают на полосах, используя различные приемы: укрупнение, обтекание текстом, нестандартное размещение и т.п. В редакциях крупнейших федеральных изданий («Комсомольская правда», «Известия», «Аргументы и факты») посменно работают люди, в обязанности которых входит только придумывание заголовков к будущим публикациям. Но во многих печатных СМИ автором заголовков является сам корреспондент. В связи с этим, ему необходимо знать виды заголовков и владеть приемами привлечения внимания аудитории к своим текстам.

Ученые считают, что названия всех публикаций можно разделить на две группы: конкретные (информационные) и образные заголовки. Задача *конкретного (информационного)* – постановка проблемы, отражение ее сути, как можно точнее передать смысл описываемых в материале фактов. Например, «На федеральной трассе перевернулся грузовик. Есть жертвы»; «Начались осенние ярмарки» и т.п. То есть человек должен получить представление о содержании материала, еще не приступив к его чтению.

Образные заголовки реже применяются в информационных жанрах журналистики. На первый взгляд, они трудны для восприятия, так как далеко не всегда сразу передают смысл написанного. Здесь широко используются средства художественной выразительности, такие как сравнение, эпитет, метафора, аллегория. Их предназначение – не столько констатация проблемы, сколько передача авторского отношения к ней. Например, «Светская львица против светской птицы», «Шок-шоу», «Вор у вора украл?» и т.п. Данная группа заголовков содержит в себе авторскую оценку описываемой ситуации, может проявлять ту или иную позицию журналиста. Здесь автор намекает читателю на определенную подмеченную ситуацию или проблему. Поэтому образные заголовки обычно стоят над аналитическими или художественно-публицистическими журналистскими выступлениями.

Теперь рассмотрим следующие виды заголовков.

1. **Заголовок-идея** («Выйдем из кризиса окрепшими»; «Сделаем город чище», «Любишь науку – работай с молодежью»).

2. **Заголовок-тема** («Главный герой «Обитаемого острова»; «Будни и праздники казанского суворовского училища»; «На полях Татарстана собран богатый урожай»; «Выборы депутатов пройдут во всех избирательных округах республики»).

3. **Заголовок-вопрос** («Понять? Простить? Принять?»; Знакомые лица: была – не была?»; «Вор у вора украл?»).

4. **Заголовок-цитата**. В нем могут быть приведены слова, содержащиеся в тексте, или предложение из речи кого-нибудь из официальных лиц. Например, государственные газеты РТ «Республика Татарстан» и «Ватаным Татарстан» регулярно в заголовки выносят фразы, сказанные Президентом республики М.Шаймиевым, а муниципальные городские издания – «Казанские ведомости» и «Шахри Казан» – Главой администрации Казани И.Метшиным.

5. **Заголовок-перечисление** («У предпринимателей своя ниша. И свои сложности»; «Антонина, Тоня, Тонечка...»; «68-я параллель. Деревня Нарыга: портрет с натуры»).

6. **Заголовок-фразеологизм** («Вместе мы сила, а врозь – хоть брось»; «Учиться, право, не грешно» (этот заголовок можно отнести и в группу заголовка-идеи); «Не пронеси эту чашу мимо меня!»).

7. **Заголовок-двусмысленность** («Специальность как характеристика времени»; «Осенний забой»; «Стакан наполовину полон»).

8. **Заголовок-противопоставление** («Утром – словари, вечером – прогулки до зари»; «Дадут рубль, а спросят на миллион»; «Есть мнение. Ваше. И есть мнение – наше!»).

9. **Заголовок-парадокс** («Творчеством – по кризису!»; «На восьми языках – об одном и том же»; «Верхом на игрушках»; «Кадровый голод – on-line»).

10. **Заголовок-каламбур** («Под прессом пресс-служб»; «Пиар власти или власть пиара?» (его можно также отнести в группы заголовков-вопросов и заголовков-тема»); «СМИ или СМНО?»).

Начиная работать над материалом, можно выбрать заголовок из любой указанной группы. Отнеситесь к этой части текста серьезно, ведь его название должно привлечь внимание аудитории к вашей работе. Кроме того, заголовок должен отражать содержание вашего материала. Не забудем про интригу: с одной стороны, человек должен с первого прочтения понять, о чем пойдет речь в публикации, а с другой – вы должны не раскрывать проблему полностью, а увести читателя за ходом своей мысли. Поэтому не будут лишними некоторые знания законов драматургии и логики. Рассказывая о факте, стоит применять принцип постепенности подачи информации.

Придумать красивый, привлекающий внимание и в то же время этичный, то есть не обижающий никого, заголовок трудно даже профессиональным журналистам, не один год работающим в СМИ. Чего уж говорить о тех, кто делает первые шаги в профессии. Попробуйте сначала подготовить текст, а после него вернуться к заголовку. Помните, мы говорили о стратегической и тактической целях? Название вашей работы должно работать на *тактическую* цель.

Бывает так, что текст закончен, факты и мнения изложены, а из нескольких вариантов заголовка автор не может выбрать наиболее точный. В данном случае можно посоветовать выписать на лист бумаги все имеющиеся варианты и в таком виде отнести в редакцию. Там опытные коллеги постараются вам помочь, либо совместными усилиями придется придумать что-то еще. **Чем проще бу-**

дет заголовок к информационному материалу, тем его быстрее и легче воспримет аудитория. Избегайте двусмысленности!

2. Подзаголовок. Эта часть материала не всегда присутствует в тексте, а зависит от редакционной политики. В некоторых, главным образом, федеральных изданиях («Комсомольская правда», «Аргументы и факты», «Российская газета» и некоторых других) подзаголовок является обязательным для каждой публикации. Его функция – одним предложением проинформировать читателя, о чем пойдет речь далее в тексте. Подзаголовок не может быть образным, он сжато передает авторскую мысль, становясь связующим звеном между названием материала и его основной частью. Здесь также уместна некоторая интрига для того чтобы читатель захотел знакомиться с текстом, а не понял все из заголовка и подзаголовка и перешел на другую страницу. Таким образом, еще одну функцию подзаголовка можно сформулировать, как привлечение интереса и управление вниманием человека. По мнению ученых, подзаголовок должен быть не более 8-10 слов. Однако эта рекомендация выполняется далеко не всегда.

Приведем примеры. «Российская газета»: «Земельная недостаточность. Владимир Путин о самой острой проблеме олимпийской стройки» (второе предложение является подзаголовком); «Час Зорькина. В Санкт-Петербурге избрали председателя Конституционного суда». «Комсомольская правда»: «Забудь про кризис, сталевар! Бери метлу, мети бульвар! Оптимистические заметки на тему мирового кризиса»; «Безопасность будет, если самолеты забетонировать». «Комсомолка» публикует отрывки из новой книги пилота Василия Ершова «Самолетопад». Другие примеры найдите самостоятельно.

3. Лид. Это начало заметки, репортажа, интервью, корреспонденции, отчета. Функция лида сходна с назначением заголовка и подзаголовка – привлечь внимание читателя к конкретному тексту и удержать его (внимание), заставить ознакомиться с содержанием до последней строчки. Лиды различаются по объему. Если материал небольшой, они могут состоять из одного предложения. Если мы готовим репортаж, отчет или информационную корреспонденцию, то к таким жанрам лид может занимать целый абзац. Основное требование к этой части текста – необычность, оригинальность авторской мысли и взгляда. Лид, словно увертюра к музыкальному произведению – яркое вступление к тексту.

Помимо того, лиды различаются по форме и способам передачи информации. Всего известно около ста видов лидов, выделяемых разными – российскими и зарубежными – учеными. Однако в результате систематизации в практике журналистики можно выявить не более десятка видов развернутого подзаголовка (это еще одно название лида). Рассмотрим следующую их классификацию.

А). Перевернутая пирамида. В начале повествования вы сообщаете суть события или факта, а далее в тексте описываете подробности, объясняете смысл того, что выразили в лиде. По нашим наблюдениям, данный вид часто используется в государственных печатных изданиях, а также в сообщениях информационных агентств.

Примеры: «Бакалавры – старшекурсники казанских вузов, занимающиеся исследованиями в банковской сфере, стали обладателями именных стипендий

ОАО «АИКБ «Татфондбанк». В пятницу в головном офисе банка им торжественно вручили почетные дипломы»;

«Футболисты «Рубина» в субботу прибыли в Испанию на второй тренировочный сбор, а во вторник уже провели первый контрольный матч с украинским «Металлургом», который завершился победой запорожской команды – 1:0»;

«Поместный собор РПЦ во вторник избрал шестнадцатым патриархом Московским и всея Руси митрополита Смоленского и Калининградского Кирилла».

Б). Нагнетание напряжения. Вы начинаете рассказ как бы издалека, постепенно подводя читателя к самому захватывающему моменту, подогревая его интерес. Постарайтесь использовать данный вид только тогда, когда рассказываете о необычных ситуациях (фактах), потому что при описании заурядных событий может просто не хватить драматургии. Однако в прессе такой лид используется часто.

Примеры: «Многие из тех, кто рос единственным ребенком в семье, завидуют знакомым, имеющим братьев и сестер. Однако не всегда самые близкие наши родственники оказываются и самыми близкими по жизни людьми – известно немало случаев, когда братья и сестры терпеть друг друга не могут. А что происходит в вашей семье? Понять это поможет тест от журнала...»;

«Не случайно руководство страны рассматривает необходимость улучшения демографической ситуации в качестве общенациональной задачи. Давно пора бить тревогу: население России сокращается на восемьсот тысяч человек в год, а само общество быстро стареет».

В). Зарисовка. Вы можете начать материал с описания обстановки, места события, героев будущей публикации. Подробность описания зависит только от фантазии автора, объема и жанра текста.

Примеры: «Продавщицу тетю Тосю знали в селе все. С самого утра к ней в магазин за свежим хлебом тянулись односельчане. И каждого она встречала с улыбкой. Для детей у тети Тоси всегда были припрятаны леденцы, а для взрослых – доброе слово»;

«На днях довелось нам побывать в Оренбуржье. Тамошние степи – это перекресток эпох, народов, цивилизаций. Гунны, ханты, сарматы, кипчаки – все оставили свой след на этих бескрайних просторах. Своя дорога в этот богатый и теплый край была и у татарских семей. И даже сегодня многие оренбургские деревни – это переплетение различных наций, каждая из которых, принимая привычки соседей, сохраняет только ей свойственные быт и культуру»;

«Издревле любимый на Руси православный праздник – Крещение Господне – традиционно открылся ночным богослужением в полночь в Раифском монастыре. Утром 19 января совершилась божественная литургия, по окончании которой состоялся Крестный ход на Раифское озеро, где силами братии обители и художниками-резчиками созданы ледяной городок и рукотворная Иордань».

Г). Вопрос. Вы задаете вопрос в первом предложении, а весь последующий материал является ответом на него. Избегайте риторических вопросов! Желательно, чтобы вопросы были нестандартными, неожиданными, интригующими, неординарными.

Примеры: «Недавно в главном здании КГУ установили видеоэкраны. Для чего?»; «Кто знает, что такое любовь?» (почти риторический вопрос, предполагающий однозначный ответ); «Какие возможности предоставляет пенсионерам 122-й закон?»; «Чем нас порадует телевидение в ближайшие выходные?».

Д). **Цитата.** Вы находите яркую фразу из выступления чиновника, которая, на ваш взгляд, характеризует событие, и начинаете с нее материал. Такой вид лида применяется, в основном, в официальных печатных СМИ, которые освещают деятельность первых лиц государства или регионов. При этом точная цитата обязательно должна заключаться в кавычки. Бывает еще цитата приблизительная (косвенная), передающая лишь смысл высказывания. Она в кавычки не берется.

Примеры: «Другого пути у нас нет», – убежден Президент Минтимер Шаймиев, побывавший во вторник в Зеленодольске»;

«Побывав у вас, я почти забыл о кризисе. Даже в такое непростое время здесь открываются новые социально значимые объекты, поддерживаются производственные предприятия. «И это отрадно», – отметил Президент Минтимер Шаймиев во вторник в ходе рабочей поездки в Зеленодольский муниципальный район».

Е). **Анекдот, шутка.** Использовать эту форму устного народного творчества необходимо всегда «в тему». Например, вряд ли такой вид будет уместным, если вы рассказываете о каком-либо трагическом случае или серьезном событии. И, наоборот, такой прием очень хорош при описании забавных случаев или во время написания сатирического материала. Но пользуйтесь юмором с осторожностью! Имейте в виду, что читатель или герой публикации может воспринять его, как обидный выпад в свой адрес. Поэтому желательно, чтобы ваше выступление имело обезличенный характер.

Пример: «Купи слона!

- А зачем он мне?

- Все так говорят, а ты возьми да и купи слона!

- У меня уже есть один.

- У всех уже есть, а ты возьми да и купи слона!

Диалог примерно такого содержания часть приходится слышать на одном из казанских вещевых рынков. Здесь то и дело со всех сторон вам предлагают «купить слона».

Ж). **Интересная подробность.** В начале публикации вы словно бросаете читателю «наживку»: привлекаете его внимание с помощью интересной детали, как бы выхваченной из общего контекста материала. Но сама суть описываемого события раскрывается далее, по ходу развития действия. Цель автора – завладеть вниманием читателя и заставить его прочесть весь текст, чтобы понять, о чем идет речь.

Примеры: «В смерти 27-летнего казанца, доставленного в отдел милиции «Азино-2», возможно, косвенно виноваты сотрудники милиции. Возбуждено уголовное дело по статье УК РФ «Халатность, повлекшая по неосторожности смерть человека». Парень истек кровью в камере для административно задержанных. В милиции заявляют, что это суицид, однако оружие его совершения до сих пор не найдено»;

«В Елабуге, как и во всех других городах республики, живут представители самых разных этносов. В прошлом году здесь было заключено более тысячи браков, из которых каждый третий – межнациональный»;

«В воскресенье, 1 марта, в выборах депутатов Госсовета Татарстана примут участие семьсот тысяч избирателей в возрасте до тридцати лет. По данным Центризбиркома РТ, это четверть электората республики».

3). **Затяжной прыжок (некоторые журналисты называют его повествовательным лидом).** По ходу своего материала вы выстраиваете логическую цепочку, в которой каждое следующее предложение дополняет, конкретизирует, обыгрывает предыдущее, то есть является его логическим продолжением. Последняя фраза должна подвести своеобразный итог вышесказанному. Как правило, этот вид лида объемён и применяется главным образом в аналитических и художественно-публицистических жанрах. Однако в изданиях Республики Татарстан мы встречали его и в информационных жанрах (речь идет о государственных газетах). Учитывая объём лида-повествования, автору материала необходимо сделать его интересным и увлекательным, а концовку – неожиданной.

Примеры. «Помните сказку про то, как две лягушки попали в крынку с молоком? Одна оказалась слабоустойчивой к стрессам. «Жизнь кончена, нам не выбраться», подумала она, сложила лапки и утонула. А другая решила бороться за жизнь до последнего. Прыгала и прыгала вверх, да так интенсивно, что сбила молоко в масло. Именно благодаря активности ей удалось пережить кризисную ситуацию. Вывод из притчи простой: попали в молоко – цельтесь в десятку! Это, разумеется, метафора. Но она может пригодиться, если вы попали под сокращение на родном предприятии и в данный момент не имеете работы».

«Яркая, немного сумбурная, порой загадочная, порой строгая и сдержанная, а главное, всегда разная – такова сущность женщины. Такими же разными оказались и работы участниц художественного проекта «Ребро Адама» Елабужского государственного музея-заповедника. Презентация выставки состоялась, а широкой публике она будет представлена в преддверии праздника Восьмое Марта».

«Вы когда-нибудь задумывались о том, какую роль в вашей жизни играют знания? Те самые сведения из школьных учебников, институтских лекций, бесчисленного количества книг, а теперь и Интернета? Большинство из нас, будем откровенны, над этим и не размышляет. Мы просто автоматически пользуемся определенным фактологическим набором, принимая это как нечто само собой разумеющееся».

Но есть же люди, для которых учеба, постоянное получение знаний становятся ценностью высшего порядка, возводится в некий культ. Обычно так трепетно к этой сфере жизни относятся те, кто достиг определенных высот, и достиг сам. К этой когорте можно причислить и Гумара Яруллина, председателя межрегиональной профсоюзной организации ОАО «Татнефть», которые в эти дни отмечает свое шестидесятилетие».

И). **История.** Вы начинаете свой материал с какого-либо факта, случившегося некоторое время назад, а затем постепенно, предложение за предложением,

подводите внимание читателя на день сегодняшний. В основной части текста вы рассказываете о ком-то или о чем-то уже с точки зрения современных реалий.

Примеры: «Накануне приближающегося Дня защитника Отечества Казанское высшее командное училище, которое казанцы привыкли именовать танковым, отметит круглую дату – 90 лет со дня основания. 22 февраля 1919 года на территории Казанского Кремля решением Военно-Революционного Совета РСФСР были созданы 1-е Казанские мусульманские пехотные командные курсы. Они были призваны готовить кадры для национальных формирований Восточного фронта, в тот критический момент сражавшихся с наступающими колчаковскими войсками»;

«В 2000 году сотрудники физфака КГУ провели первое испытание автоматизированного устройства компенсации намагниченных трубопроводов (ПКНТ)».

Обратите внимание на последний лид. Он является началом расширенной заметки, опубликованной в газете «Казанский университет» в февраля 2009 года. Информационные жанры требуют оперативности в подаче любого сообщения, владение вниманием аудитории с первого предложения. В современной газетной практике все реже можно увидеть материалы, начинающиеся со слова «вчера». Лид публикации подразумевает информирование аудитории о новом факте, а не о том, что было почти десять лет назад. Начало вашего сообщения всегда должно быть актуальным!

Кроме вышеприведенной классификации лидов, в прессе встречаются так называемые сложные вступления, состоящие из двух или даже трех видов лидов. Но они, как правило, используются в аналитических публикациях. Вам – начинающим журналистам – пока не надо обращать на них внимания. Осваивайте технику подготовки каждого из указанных видов заголовков и лидов по отдельности.

Вот пример сложного вступления к материалу. «У вас зубы болели? Хоть раз в жизни – наверняка. Рано или поздно, но с “зубными проблемами” сталкивается каждый человек. Редко кому в возрасте хотя бы сорока лет удастся похвастаться “беспломбной” и полноценной – в смысле числа зубов – улыбкой. И большинство из нас по сей день визит к стоматологу приравнивает к подвигу... К примеру, моя приятельница психологически начинает готовить себя к этому событию месяца за два, а боль пока заглушает всевозможными таблетками. Представляете, что происходит в это время с уже разрушающимся зубом?»

Этот лид можно отнести к так называемым сложным вступлениям. Из данного текста можно сделать три вида лида. Обратите внимание, он начинается и заканчивается вопросительными предложениями. Перед нами лид-вопрос. В середине текста, где речь идет о приятельнице автора, – лид-интересная подробность. Нагнетание напряжения происходит за счет заключительного вопросительного предложения. Мы процитировали вступление к материалу о проблемах современной стоматологии. Предложением «Представляете, что происходит в это время с уже разрушающимся зубом?» автор старается увлечь читателя, играя на его комплексе боязни посещения зубного врача. Однако автор рискует не столько увлечь читателя, сколько на наш взгляд, в данном случае своей излишней многословностью испугать его, не сообщая ничего важного и

нового. Работая над вступлением к будущей публикации, всегда задавайтесь вопросом: интересно ли будет то, что я пишу целевой аудитории издания?

Ваш лид должен отвечать на шесть главных вопросов: «Кто? Что? Где? Когда? С какой целью? Каким образом?» Некоторые практики и ученые считают, что в этот ряд можно добавить и вопрос «Почему?», но его наличие превращает информационный материал в аналитический, так как предполагает поиск причинно-следственной связи между фактами или явлениями. Изучение жанров аналитической журналистики у вас еще впереди, поэтому их мы затрагивать пока не будем.

Вот несколько советов практиков, как лучше подготовить лид. Приступая к написанию вступления к тексту, задайте себе такие вопросы:

1. Что произошло (ответьте 1-2 предложениями).
2. Насколько свежа ваша информация, что *нового* вы хотите сообщить обществу?
3. Это простое событие или сложное?
4. Кто является главным действующим лицом на мероприятии?
5. Какие детали вам известны и перепроверены?
6. В чем драматургия факта?
7. Как лучше подать экстренные моменты (если они были)?
8. Какова предыстория события?

Конечно, ответы на все эти вопросы невозможно вместить в краткое вступление к тексту. Вам придется выбрать только самое основное, что может привлечь и удержать внимание читателя и заставить его ознакомиться с публикацией до конца.

Как написать хороший материал? На помощь снова приходят журналисты-практики:

- Тема должна соответствовать идее, а заголовок – содержанию.
- Избегайте очень мелких и банальных тем.
- Мысли должны быть четко и ясно сформулированы.
- Старайтесь не употреблять очень длинных предложений.
- Пишите простым языком, близким к разговорному.
- Не употребляйте лишних слов.
- Не повторяйтесь в лиде и в заключении.
- У читателя не должно оставаться вопросов к автору материала.
- Публикация не должна быть похожа на рекламу. Собирайте и оглашайте разные точки зрения на одну проблему.
- Доказывайте свои рассуждения конкретными примерами.
- Старайтесь избавляться от аббревиатур, расшифровывайте их.
- Избавляйтесь от штампов. Они делают текст неинтересным.
- Пишите только о том, что видели сами, а не слышали от других.
- Если событие имело предысторию, напомните читателю о ней.
- Не стремитесь выдавать всю известную вам информацию сразу. Не стоит перегружать аудиторию. Придерживайтесь принципа постепенности. Рас-

скажите о событии так, чтобы ваш текст было интересно читать прочесть до конца, а не получить исчерпывающие сведения в двух первых абзацах.

Следуя этим несложным правилам, можно написать качественный, легко читаемый материал в одном из информационных жанров.

Однако мало правдиво изложить информацию, необходимо добиться, чтобы она была адекватно воспринята аудиторией. В данном параграфе кратко перечислим некоторые способы привлечения и удержания внимания читателя. Постарайтесь максимально использовать их в своих публикациях.

Неожиданность. Применяйте неожиданную и не известную читателям информацию, а также выпуклые формулировки с «оживляющим эффектом».

Провокация. На короткое время вызовите у аудитории реакцию несогласия с излагаемой информацией, используйте этот период для подготовки читателей к конструктивным выводам, для уточнения мысли и более четкого определения собственной позиции.

Гипербола. Не бойтесь прибегать к преувеличению, чтобы заострить внимание аудитории к предмету; это поможет выявить причинно-следственные и условно-следственные взаимосвязи между событиями, процессами и поведением людей. Не забудьте, однако, позже без преувеличений четко изложить свою позицию по затронутой территории.

Сопоставление всех «за» и «против». В качестве обзора ознакомьте читателей со всеми аргументами «за» и «против» какого-либо мнения, мероприятия, концепции и т.д. После сопоставления всех аргументов найдите правильное решение проблемы, используя при этом контрастную аргументацию: «однако на самом деле».

Сопереживание. Увлеченно описывайте события, связывающие вас с читателями, не упуская потребностей, важных для аудитории, и темы, заставляя аудиторию сопереживать.

Драматизация. Наглядно и увлекательно сознательно драматизируя, изображайте тему выступления события, чтобы читатели могли отождествить себя с действующими лицами и жизненной ситуацией. Готовьте, таким образом, необходимые абстракции.

Прямое включение. Откажитесь от растянутого выступления или отступлений. Говорите без обиняков, сразу же начиная с самого главного. Это избавит вас от необходимости разъяснять вам все с самого начала и позволит сэкономить место на полосе для изложения проблемы.

Юмор. Не «засушивайте» свой текст. Приводите смешные, парадоксальные примеры, разбавляйте повествования веселыми шутками, забавными историями из жизни окружающих вас людей. Дайте читателям возможность подумать и отдохнуть.

Экспрессия. Не отказывайтесь от средств усиления выразительности – конечно, в зависимости от конкретной ситуации (официальный – неофициальный стиль). Сознательно выбирайте такие формулировки, которые заметно отличаются от привычного стиля (неожиданные, стилистически необычные, запоминающиеся, привлекающие внимание) экспрессивные лексические средства.

ЗАНЯТИЕ ТРЕТЬЕ

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА

Заметка как ключевой информационный жанр (2 часа)

Задания для лабораторной работы:

1. Запишите 15-20 любых слов, которые вы спонтанно придумали, и подготовьте заметку, используя как можно больше данных слов. Тема материала – произвольная. Старайтесь, чтобы в тексте не было оценочности, а описывался только факт и развитие действия.

2. Возьмите любой объемный опубликованный материал и попробуйте сократить его до заметки, то есть оставить всего четыре-пять абзацев. Обязательным является наличие заголовка, подзаголовка и лида. Следите не только за логикой повествования, но и старайтесь управлять вниманием читателя с первой до последней строчки. Второй частью задания будет подготовка материалов, содержащих положительную и отрицательную оценку объекта описания.

После выполнения заданий преподаватель совместно с бакалаврами анализирует их качество.

Критерии оценки заметки:

- Простота изложения темы – 1 балл;
- Актуальность освещаемой социальной проблемы – 1 балл;
- Оригинальный заголовок (соответствие теме) – 1 балл.

ЗАНЯТИЕ ЧЕТВЕРТОЕ

ЛЕКЦИЯ

Специфика жанра интервью (2 часа)

План лекции:

1. Интервью: определение жанра.
2. Виды интервью в СМИ.
3. Жанровые характеристики интервью.
4. Интервью на страницах и в эфире СМИ.

Слово «интервью» в переводе с английского означает «беседа». В журналистике интервью используется и как жанр, и как метод сбора информации. Часто бывает так, что новость приобретает весомость, значимость только тогда, когда она будет дополнена мнением или комментарием какого-либо эксперта. Есть издания, в которых сообщение о любом факте или явлении подается только через мнение компетентного лица или устами самого источника информации.

Интервью бывает информационным и аналитическим. Назначение информационного интервью – оперативная передача фактических сведений о случившемся. В этом случае задачей журналиста является тщательный сбор данных о происшествии или явлении. Вопросы, на которые отвечает собеседник (Что? Где? Когда?), направлены на получение подробной информации о факте. А если из материала читатель может узнать, по какой причине произошло событие, каково его значение в современном информационном поле, тогда интервью переходит в разряд *аналитических*, так как в нем раскрываются причинно-следственные связи освещаемого факта. Аналитическое интервью требует специальной подготовки журналиста, потому он в данном случае является не только фиксатором информации, который верит своим источникам на слово, но и активным собеседником, умеющим критически оценить точку зрения своих респондентов, а также имеющим свою позицию по обсуждаемым вопросам.

Среди прочих материалов печатных изданий, выявить интервью очень просто. Почти всегда оно оформляется стандартно: вопрос корреспондента – ответ собеседника (респондента). Однако если мы говорим об интервью как жанре, то необходимо сказать о нескольких его видах, в которых он присутствует на страницах СМИ.

Теоретиками журналистики выявлено пять видов жанра информационного интервью. Рассмотрим их детальнее. Самым распространенным видом является так называемое *«протокольное» интервью* – разговор с собеседником, который выступает в роли источника информации. Цель журналиста – донести новость до аудитории, рассказать ей о случившемся. В силу стремления к оперативности, такой вид интервью почти всегда краток, не превышает ста газетных строк. К интервьюеру предъявляются соответствующие требования. Во-первых, он

должен подготовить такие вопросы, которые были бы направлены на раскрытие сущности события. При этом не следует увлекаться банальным «вы – компетентное лицо, поэтому и рассказывайте все, что знаете». Это не что иное, как переключивание журналистом своих обязанностей на собеседника. Получается, что респондент должен все рассказать, а работник СМИ постарается тщательно зафиксировать и опубликовать его слова, да еще впоследствии получить гонорар за материал. А каков процент труда журналиста? Он не добывал сведения, не собирал их по крупицам, а только старательно переписал их с блокнота или диктофона, подготовил заголовок, вступление и поставил свою подпись. К сожалению, таким необременительным для себя и неэтичным по отношению к собеседникам приемом в последнее время пользуется достаточное число коллег.

Во-вторых, мы считаем, что журналист должен использовать любую возможность, чтобы побывать на мероприятии. Не стоит опираться исключительно на интервью как метод получения информации, следует сначала увидеть все самому, понять, что происходит, а своему собеседнику задать только те фактические вопросы, на которые корреспондент пока не нашел ответа самостоятельно. Тем самым вы сэкономите время респонденту, которое он нашел для интервью.

В-третьих, даже к «протокольному» интервью необходимо подготовиться. Если возможно, перед мероприятием узнайте, кто является его организатором (представитель которого может дать интервью), план проведения, отметьте наиболее интересные для вас и для целевой аудитории издания выступления и освещаемые темы. Далее продумайте план вашего интервью, напишите на бумаге вопросы, которые хотите задать. Обратите внимание на их последовательность, ведь все вопросы должны быть заданы, исходя из логики. Не рассчитывайте, что сможете придумать их в последний момент. Вы уверены, что разговор состоится в спокойной обстановке? Обычно организаторам приходится решать много разных проблем, поэтому скорее всего на интервью будет отведено минут 10-15. Кроме того, молодые журналисты обычно теряются во время интервью. Начинают сказываться психологические факторы: путаются мысли, человек не может четко и кратко сформулировать вопрос, а также ориентироваться по ходу разговора. Плюс ко всему надо учитывать фактор того, что перед вами незнакомый человек, от которого вы ждете развернутых ответов на каждый заданный вопрос. Чтобы уверенно чувствовать себя во время разговора, а не дрожать от страха, боясь услышать «не знаю» или «это не в моей компетенции» и внимать каждому слову собеседника, боясь, что он быстро закончит разговор, **нужно готовиться к каждому интервью.** Даже опытные журналисты, не один десяток лет работающие в профессии, говорят, что стараются готовиться к любому интервью. Такое отношение необходимо рассматривать не как желание перестраховаться «на всякий случай», а как одну из составных частей профессионализма.

Существует много правил, как грамотно подготовиться и наиболее эффективно для своего издания провести интервью. Далее в этой книге мы подробнее изучим некоторые из них.

Вторым видом интервью является *монолог*. В публикации обычно присутствует только речь собеседника, а вопросов журналиста нет. Но это вовсе не означает, что корреспондент просто задал один вопрос, получил полный ответ и аккуратно все зафиксировал. Состоялся диалог собеседников, просто журналист, когда расшифровывал записанный разговор, посчитал свои вопросы лишними, возможно, нарушающими логику повествования. Однако тот, кто готовит для публикации интервью-монолог, должен во вступлении подготовить читателя к заочной встрече с человеком, ввести в суть разговора. Как правило, автор материала применяет такие виды лидов, как «перевернутая пирамида», «интересная подробность», «цитата» и «нагнетание напряжения», иногда могут присутствовать и другие виды. Обычно интервью-монолог используется для того чтобы подчеркнуть значимость какого-либо события или явления. А если речь идет о социальных проблемах и поиске их решений, то имя собеседника и высокий уровень его компетентности могут вызвать у аудитории чувство доверия к сказанному. Социологи считают, что чем известнее собеседник, чем его мнение авторитетнее для читателя (зрителя), тем больше аудитория может испытать эффект уверенности в том, что их проблемы стараются решить профессионалы. Таким образом, интервью-монолог можно рассматривать не только как метод получения информации, но и как прием, направленный на социальное успокоение аудитории, уверенности, что они не останутся один на один со своими бедами.

Следующая разновидность интервью – *диалог*. Диалогом называется разговор двух собеседников, имеющих собственные, часто противоположные, взгляды на что-либо. В средствах массовой информации интервью-диалог может проявляться в двух подвидах. Первый из них – классический: журналист задает вопросы, а респондент отвечает на них. При этом в задачи корреспондента входит не только озвучивание вопросов и фиксирование ответов, но и ведение интервью, соблюдение логики разговора. Уже во время встречи следует думать, как ваше интервью будет выглядеть на бумаге или в эфире. Каким оно получится? Скучным, если журналист будет следовать только вопросам, заранее записанным с свой блокнот и никак не реагировать на ход разговора. Сухим при условии, что автор материала не предпримет попыток разговорить своего *vis-à-vis*, а будет рад, что он вообще нашел время для встречи с читателями, а то отказывал несколько лет подряд. Здесь же стоит упомянуть боязнь многих начинающих журналистов формулировками своих вопросов обидеть респондента, получить негативную реакцию с его стороны на какой-нибудь вопрос. Жизнь очень сложна и в ней нет места только хорошему. Если все было бы прекрасно, для чего тогда были бы нужны журналисты? Поэтому не стоит опасаться непредвиденной реакции собеседника. Учтите, чем эмоциональнее ваш разговор, тем должно быть интереснее его читать или смотреть.

Второй подвид интервью-диалога – разговор двух собеседников. Как правило, при публикации журналист не указывает своих вопросов, а так логически выстраивает повествование, чтобы читатель самостоятельно смог понять, о каких темах идет речь. Но в современной практике СМИ такой подвид интервью-диалога встречается редко. Описываемая форма более подходит для аналитического жанра беседа, где собеседники обсуждают

различные проблемы, явления, а также пытаются выявить их первопричины. Характеристики этого жанра вы будете изучать в рамках дисциплины «Аналитическая журналистика» в следующем году.

Третья разновидность интервью – *полилог*. Приставка «поли» означает «много». Это разговор журналиста с более чем двумя собеседниками. Такая форма получения информации характерна, в основном, для телевизионного или радиого интервью, но иногда ее можно встретить и на страницах печатных изданий. Интервью-полилог предъявляет к журналисту строгие требования: умение корректно сформулировать вопросы, соблюдение логики повествования, умение слушать каждого собеседника, не перебивать, если нужно, стараться разговорить человека, своими дополнительными вопросами содействовать, чтобы он завершил свою мысль, равномерно распределять время для ответов и т.д.

Еще одним видом интервью можно назвать *пресс-конференцию и брифинг*. Пресс-конференция – это встреча журналистов с экспертом в какой-либо области. Допустим, после окончания спортивного матча у работников прессы есть возможность задать интересующие их вопросы, скажем, тренерам игравших команд и спросить, что получилось у их дружин, а что – нет. Брифинг, напротив, представляет собой краткое выступление, как правило, официального лица (министра, члена правительства или комиссии) или пресс-секретаря организации по какой-либо одной теме. В основном, такая форма получения данных используется для распространения заявлений официальных лиц, а также позиций государства по конкретным спорным вопросам. Иногда журналистам дается возможность задать 2-3 вопроса, касающихся уточнения данных.

Следующей разновидностью интервью является *блиц-интервью* – получение кратких сообщений нескольких респондентов строго по определенной проблеме. Как правило, такая форма применяется для выявления мнений общественности или конкретной социальной группы с целью дополнения к материалу, в котором анализируется обсуждаемая тема. Кроме того, блиц-интервью готовится для того чтобы «оживить» материал, представляя, если можно так сказать, «глас народа» – отношение нескольких респондентов к проблеме. Данная разновидность интервью предъявляет простые требования к журналисту. Во-первых, ему необходимо очень четко сформулировать вопрос, который он будет задавать. Однако может случиться так, что все те, кого корреспондент опрашивает, пока ничего не слышали о проблеме. В этом случае нужно суметь кратко пересказать собеседнику ее суть. Во-вторых, крайне желательно стремиться получить не только позитивные, но и нейтральные и отрицательные отклики о предмете разговора и опубликовать некоторые – наиболее самостоятельные и оригинальные – из них. Обычно в одном материале содержится 5-7 мнений респондентов. Понятно, что блиц-интервью не претендует на широту представления общественного мнения и не может в дальнейшем служить источником объективной информации. Его суть в том, чтобы зафиксировать «горячие» (придуманные в данный момент) мнения отдельных представителей общества, сделанных по принципу *случайной выборки*. В-

третьих, при подготовке блиц-интервью к печати следует оставлять в выступлениях только существенное, безжалостно удаляя любые отступления от вопроса.

Одной из форм интервью является организованная средством массовой информации «горячая линия». Она представляет собой разговор гостя редакции с читателями изданий, слушателями радио или зрителями телепередач и посвящена его (гостя) ответам или комментариям на задаваемые аудиторией вопросы по конкретно обозначенной теме или социальной проблеме. Обычно в таких случаях журналисты специально расширяют предмет разговора, чтобы увеличить интерес к нему со стороны различных аудиторных групп. Требования к приглашенному эксперту также должны быть высоки: роль играет должность, образование, опыт работы, коммуникабельность, умение быстро и по делу ответить на входящий в его компетенцию вопрос и т.д.

Итак, интервью как метод получения информации, можно классифицировать по нескольким видам: краткое («протокольное») интервью, монолог, диалог, полилог, пресс-конференция или брифинг, блиц-интервью и «горячая линия». Каждый из них предъявляет специфические требования к корреспонденту по организации и проведению разговора.

Готовясь к интервью, журналисту следует задуматься, почему он выбирает именно этот метод получения информации. В конечном счете, все зависит от цели, которую человек хочет достичь. Теоретики журналистики выделяют несколько видов интервью не только по форме (о них мы рассказали выше), но и по *способу общения*. Мы обратим внимание только на некоторые из них, так как многие способы общения применяются чаще в аналитических интервью.

Допустим, корреспондент получил задание взять краткое интервью у человека, который недавно получил новую должность. Договорился о встрече, приехал к собеседнику и записал с ним краткое интервью. На следующий день в газете был опубликован материал, сообщающий, что этот человек назначен на новую должность и содержащий небольшое интервью с ним. Так, корреспондента интересовало: образование респондента, его предыдущая деятельность, увлечения, семейное положение и т.д. Он не задавал вопросов про то, что не устраивает нового начальника в вверенной ему отрасли, каковы будут его первые указания, а ограничился внешним представлением человека. Такое интервью называется «*визиткой*».

Если журналист ставит перед собой задачу рассказать об интересном человеке, о его работе, увлечениях, жизненных взглядах, то это будет *интервью-портрет*. Здесь корреспондент должен глубже узнать человека, постараться частично приоткрыть для читателя его внутренний мир. Его вопросы должны помогать собеседнику логически раскрывать себя, демонстрировать свою позицию и убеждения по определенным проблемам. Интервью-портрет обычно больше по объему, чем интервью-«визитка», и занимает в среднем около ста печатных строк. От журналиста требуется умение слушать.

Бывает так, что редакции необходимо получить информацию, а ее компетентные лица по разным причинам от нее скрывают. В таком случае ее сотрудникам приходится придумывать приемы, позволяющие добиться предоставле-

ния нужных сведений. Можно вступить в официальную переписку с организацией с требованием предоставления информации, а можно действовать методом так называемого *провоцирующего интервью*. Его суть в том, чтобы в разговоре с человеком, вопрос за вопросом, заставить респондента приблизиться к неудобной для него теме, а затем открыто потребовать от него ответов именно по этим проблемам. Такое интервью можно еще определить, как нагнетание напряжения. Журналисту важно как можно быстрее спровоцировать человека на неудобную для него тему разговора, любой ценой, используя различные хитрости и уловки, «вытянуть» из собеседника нужные редакции сведения. К сожалению, есть примеры, когда некоторые «коллеги» не могут придумать ничего, кроме скрытого и открытого психологического давления на человека вплоть до шантажа и запугиваний (например, «мы сейчас готовим отрицательный материал о вас, но так и быть, материал пойдет в корзину, если вы расскажете нам о том-то и том-то»). Учтите: **если вы будете действовать такими методами, в то же время вы, возможно, еще не состоявшись, умрете, как профессионал в глазах коллег. Не таких же хитрых и предприимчивых, а нормальных, уважающих моральные нормы и ценности общества.**

В основном, такую форму интервью используют сотрудники «желтых» изданий, которым обязательно нужна сенсационная, эксклюзивная информация об известных людях. Все это делается исключительно ради повышения рейтинга и, следовательно, рекламных доходов. Постарайтесь остаться в стороне от такой практики. Это – не журналистика, а сознательное эксплуатирование человеческих предрассудков, стремление любой ценой повесить рейтинг.

Еще одним видом интервью по способу общения является *конфронтационное интервью*. В новостной журналистике применяется очень редко, а характерно, в основном, для беседы. Суть конфронтационного интервью в том, что корреспондент специально занимает позицию, противоположную взглядам его собеседника (оппонента). Делает он это для того, чтобы, во-первых, представить аудитории как можно больше существующих в обществе взглядов и точек зрения на обсуждаемые темы. Во-вторых, кто сказал, что интервью должно быть скучным и подтверждать только правоту респондента, каким бы профессионалом он не был? Но сказанное не означает, что задача журналиста заключается только в том, чтобы не соглашаться с оппонентом. Цель корреспондента – получить максимум информации по теме, постепенно, при помощи конструктивной конфронтации, разматывая «клубок проблем», касающихся организованного разговора.

Как правило, информационные интервью стилистически обеднены: средств художественной выразительности в них минимум. Представляя суть разговора читателям, журналист должен максимально точно передать мысли собеседника, манеру ее изложения, словом, сделать все, чтобы читателю было понятно, о чем идет речь. Чтобы профессионально брать интервью, надо учиться и, прежде всего, на своем опыте. Все блестящие интервьюеры когда-то делали первые шаги, учились разговаривать со специалистами разных профессий. У них получилось стать мастерами, но вы думаете, что второго Урмаса Отта или Владимира Познера из вас не получится. Правильно, старайтесь работать лучше их, придум-

майте собственный стиль, будьте в чем-то эксклюзивны. Только тогда вы станете выгодно отличаться от огромной массы репортеров, транслирующих чужие слова и мнения и относящихся к своему ремеслу не иначе, как к «подставке для микрофона». Вот несколько советов, которые могут помочь вам сделать первые, но эффективные, шаги к освоению мастерства интервьюера.

Как организовать и провести интервью? Советы профессионалов

Представьте, что вы от редактора муниципальной газеты, в редакции которой проходите практику, получили задание сделать интервью с директором местной фабрики по производству игрушек. На ваш вопрос, о чем спросить, получили ответ: «ты же начинающий журналист – придумай тему, разговори человека». Итак, если это не оперативное интервью, в котором речь идет о каком-то мероприятии, то ваша работа начнется задолго до встречи с потенциальным собеседником. Подготовка материала, основанного на интервью, требует от журналиста напряженной работы, состоящей из нескольких стадий: до разговора, во время и после него.

Подготовка к интервью. Прежде чем позвонить на фабрику и договориться об интервью, подумайте, о чем будет разговор, что нового вы как автор материала сообщите читателям? Любой информационный текст должен быть актуальным, поэтому следует поискать событийный повод для встречи. Выделите время для изучения ранее написанного о предприятии в средствах массовой информации, прочитайте интервью его директора, данное им местной прессе в разное время. Теперь нет необходимости идти в библиотеку, достаточно набрать ключевые слова в поисковых системах Интернета и читать публикации в электронном виде. Это нужно, прежде всего, потому, чтобы вы могли знать, ранее что писала пресса по интересующей вас теме, под каким углом зрения освещался тот или иной вопрос. Кроме того, изучая публикации, читая, а не просматривая каждую из них, вы, так или иначе, повышаете свою компетентность в проблемах, существующих у фабрики игрушек. Поэтому часть вопросов, которые вы соберетесь задавать собеседнику, будут опираться на прочитанные материалы.

Но если во время разговора опираться только на факты, опубликованные в СМИ, будет скучно и вам, и собеседнику. Подумайте, что вам или вашим близким, друзьям интересно в работе местной фабрики игрушек? Если у вас есть младшие братья или сестры, то, возможно, они поинтересуются, почему в магазине игрушки дорогие? Если у знакомых есть маленькие дети, спросите, игрушки производства какой страны (предприятия) они предпочитают покупать и почему? Но и это не все. Обязательно найдите время, чтобы зайти в несколько магазинов, торгующих игрушками. Поинтересуйтесь у продавцов, закупают ли магазины игрушки производства местной фабрики, а если нет – что мешает начать это делать прямо сейчас? Насколько они дороги / дешевы по сравнению с продукцией конкурентов? Что вообще предпочитают покупать родители своим детям? Сравните подходы различных магазинов, обобщите полученные данные. Сделали? Какие вопросы к руководству фабрики вы имеете после похода по магазинам, торгующими игрушками?

Никогда не жалейте времени на тщательный сбор первоначальной информации по предмету вашего будущего интервью. Собирайте любые материалы, ищите информацию самостоятельно, а не только в Интернете. Это поможет спланировать разговор, сделать его проблемным, и – самое гласное – интересным аудитории. Пусть у вас будет максимум информации во время разговора. Не стоит надеяться на собеседника, который, как вы полагаете, обрадуется предложению сделать с ним интервью и расскажет все тайны своего предприятия. Кто знает, вдруг не обрадуется? Вдруг у него негативное отношение к вашему изданию, потому что несколько лет назад к нему приходил такой же молодой журналист, все внимательно расспросил, записал ответы, а при подготовке материала немного подправил малоразговорчивого собеседника, да так, что смысл искажился? Поэтому не стоит рассчитывать на теплый прием и комфортные условия общения. Конечно, важно, чтобы интервью прошло в спокойной, деловой обстановке, но иногда, в силу различных обстоятельств, журналистам приходится действовать по ситуации.

Предварительный материал собран. Обобщите его, отметьте для себя, что вы узнали о предприятии? Исходя из этого, в одном-двух предложениях формулируйте, о чем будет ваше интервью. Предмет разговора должен быть конкретным, необходимо поставить цель получить наиболее достоверную и актуальную информацию в нашем случае о работе местной фабрики игрушек.

Возьмите лист бумаги, придумайте и запишите вопросы, которые планируете задать собеседнику. Выстройте их в логической последовательности, но учтите, что разговор вряд ли получится, если вы будете строго следовать своей «шпаргалке» и не реагировать на ответы респондента. В интервью каждый вопрос должен не ставить в тупик вашего собеседника, а способствовать его наиболее полному ответу. Не относитесь легкомысленно к данной части работы. Каждый ваш вопрос – это своего рода мини-текст на профпригодность. Да, за один или два раза сложно научиться четко и корректно задавать все вопросы, но стремиться к этому необходимо. Еще одна ошибка начинающих журналистов – желание спросить сразу обо всем. Так не бывает. «Обо всем», скорее всего, означает «ни о чем». Не льстите себе, не думайте, что сможете в одном интервью осветить все проблемы одного предприятия средней мощности. Кроме того, не стоит наивно рассчитывать, что после публикации вашего интервью все проблемы, существующие на фабрике игрушек, будут решены. Таким образом, выявите информационный повод, и, исходя из него, подготовьте несколько вопросов вашему потенциальному собеседнику. И вперед – к телефону, чтобы договориться об интервью!

Найдите в справочниках, либо на сайте фабрики игрушек телефон пресс-службы или специалиста по связям с общественностью. Это подразделение или должность создано (введено) именно для того, чтобы помогать журналистам и обеспечивать их разнородной информацией о деятельности предприятия. Если отыскать номера телефонов пресс-службы сложно, позвоните в приемную начальника и узнайте его у секретаря. Сейчас даже в очень маленькой организации есть свои пресс-центры. Позвоните туда и познакомьтесь с его руководителем.

Надо всегда помнить, что первое впечатление о человеке складывается именно во время вашего звонка в организацию. Ваш голос должен быть уверенным, не запинаясь, четко и конкретно назовите цель звонка, тему предстоящего интервью, а также (желательно) должность человека, с кем бы хотели поговорить. Если знаете его фамилию, укажите ее. В случае если вы не еще не решили, с кем сделать интервью, стоит попросить помощи. В пресс-службе могут взять на себя заботы по организации интервью, а могут дать номер телефона, чтобы вы договаривались с потенциальным собеседником самостоятельно. В некоторых организациях вам окажут содействие только после получения официального письма из редакции с просьбой организовать интервью, например, с директором фабрики игрушек. Этот документ пишется на имя руководителя организации, в нем указываются цель интервью, его ориентировочная тема, желательный срок встречи, иногда требуется приложить список вопросов. Документ подписывается гласным редактором издания или тем, кто его замещает.

Не стоит настаивать на разговоре только с директором предприятия. Часто бывает так, что начальник постоянно находится на совещаниях, в командировках, занимается другими представительскими делами, а всю офисную работу, рынок сбыта координирует один из его заместителей. Вы согласны ждать, пока директор фабрики найдет с своим плотным графике хотя бы полчаса для встречи? А как к этому отнесутся в редакции? Поэтому, посоветовавшись с пресс-секретарем, выберите подходящую кандидатуру. Позвоните специалисту и договоритесь об интервью. Если его во время звонка не будет на месте, спросите, когда лучше перезвонить. Во время телефонного разговора не вздумайте перепутать имя или отчество человека – тем самым, вы продемонстрируете свой непрофессионализм.

Договариваясь о времени встречи, уступайте собеседнику, ориентируясь на его рабочий график. Опытные практики советуют: чтобы получить глубокое представление о какой-либо теме (проблеме), для разговора необходимо выделить не менее тридцати минут. Таким образом, постарайтесь сообщить будущему респонденту, сколько ориентировочно по времени займет встреча.

Собеседник имеет право заранее ознакомиться с вопросами. Не стоит отказывать, возможно, ему необходимо время на подготовку. Поинтересуйтесь, как лучше вам их предоставить: по электронной почте, факсу, продиктовать по телефону или принести лично в руки. После того, как человек получит вопросы, ему необходимо два-три дня для написания ответов. В случае если вы отправляете вопросы по электронной почте или факсу, обязательно перезвоните будущему респонденту и уточните, дошли ли вопросы до него. Возможно, на канале связи произошел сбой, и вам необходимо повторить попытку.

Итак, ваш собеседник получил вопросы и начал готовиться к интервью. Но вам тоже нельзя отдыхать. Запишите себе в блокнот дату, время и место интервью, фамилию, имя, отчество и должность респондента. В день разговора обязательно позвоните ему еще раз и узнайте, не появились ли обстоятельства, которые могут помешать встрече. Если да, попросите человека назначить удобное ему время и постарайтесь построиться под него. Если все в порядке, и интервью ничего не сможет помешать, начинайте собираться в дорогу.

ЗАНЯТИЕ ПЯТОЕ

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА

Специфика жанра интервью (2 часа)

Задания для лабораторной работы:

1. Поговорите с одним из ваших одногруппников на одну из актуальных тем. Например, попросите его рассказать о том, что он считает главным в своей жизни за последнюю неделю или месяц. Проведите интервью, задайте максимум уточняющих вопросов, не отступая от заранее заявленной темы. По итогам разговора подготовьте его печатную версию, оформленную по всем правилам публикации для печатного издания. Наличие заголовка и лида обязательно.

2. В этой игре отрабатывается техника публичного интервью, характерного, прежде всего, для радио или телевидения. Два бакалавра, добровольно пожелавшие принять в ней участие, получают от преподавателя задание за несколько минут подготовиться к интервью по предложенной теме. Они распределяют между собой профессиональные роли (ведущего и отвечающего), быстро придумывают вопросы и садятся за стол для интервью. Стол является импровизированным студийным столом, за которым работают радиоведущие. Задача журналиста за отведенное время (максимум пять минут) задать такие вопросы, которые бы максимально осветили обсуждаемую тему, а также не увести разговор в сторону. В свою очередь, респондент должен отвечать на вопросы как можно содержательнее. После окончания беседы импровизированная аудитория – другие члены группы – делятся впечатлениями от увиденного. В частности, она должна отметить: поведение собеседников во время интервью, качество вопросов и полноту ответов на них, почему разговор было интересно / не интересно слушать и т.д. После бакалавров преподаватель кратко обобщает сказанное, попутно проводя собственный анализ практики. После этого собеседники меняются ролями. Таким образом, данная игра направлена на совершенствование коммуникативных навыков бакалавров, их умения разговаривать собеседника, формулировать проблему и придумывать вопросы, которые бы наиболее полно ее раскрыли. Прямой эфир, который имитируется во время игры, предполагает различные нестандартные ситуации, как для журналиста, так и для его собеседника. Поэтому важно проследить, как бакалавры будут преодолевать их во время беседы. По согласованию преподавателя и слушателей игра может продолжаться несколько занятий, трансформируясь в коллективное интервью. Чем больше бакалавров примут в ней участие, тем лучше для их практического освоения жанра интервью в прямом эфире. Для преподавателя, рецензирующего учебные работы, важно не только делать замечания, но и выявлять положительные моменты, творческие находки ребят.

3. Цель этой игры – отработать навыки поведения бакалавров-журналистов на пресс-конференции. Учебная аудитория на время превращается в зал для проведения встреч работников масс-медиа с интересными людьми. Каждый студент должен представить, что он выполняет задание какого-либо средства массовой информации. Преподаватель объявляет тему пресс-конференции. Желательно, чтобы она была посвящена оперативному поводу, например, ЧП на одном из предприятий города или другим фактам или явлениям, требующим незамедлительного комментария-реакции со стороны компетентных лиц или власти. Однако импровизированная встреча журналистов с экспертом в той или иной области по согласованию сторон может затрагивать другую, более спокойную, тему. Преподаватель может специально пригласить так называемого «джокера» – человека, который будет отвечать на вопросы, или самостоятельно войти в роль эксперта. После этого начинается пресс-конференция, которая проходит по всем правилам организации данного мероприятия: представление гостя, его заявление для прессы и, наконец, ответы на вопросы прессы. По ее окончании, каждый обучающийся по «горячим следам» пишет материал в жанре интервью в формате того издания, которое он представляет. Через некоторое время, отведенное преподавателем для подготовки публикации, учащиеся читают их. Преподаватель анализирует ход импровизированной учебной пресс-конференции, разбирая состоявшийся разговор и оценивая вопросы бакалавров.

После выполнения заданий преподаватель совместно с бакалаврами анализирует их качество.

Критерии оценки интервью:

- Простота изложения темы – 1 балл;
- Актуальность освещаемой социальной проблемы – 1 балл;
- Помочь корреспондента собеседнику в его самораскрытии – 2 балла.
- Оригинальный заголовок (соответствие теме) – 1 балл.

ЗАНЯТИЕ ШЕСТОЕ

ЛЕКЦИЯ

Репортаж как информационный жанр журналистики (2 часа)

План занятия:

1. Репортаж: определение жанра.
2. Виды репортажа в СМИ.
3. Жанровые характеристики репортажа.
4. Репортаж на страницах и в эфире СМИ.

Пожалуй, это наиболее сложный из всей группы информационных жанров журналистики. Чтобы освоить мастерство репортера, потребуется не один год постоянной практики. Ведь задача данного жанра – передать событие в момент его свершения как можно более фактурнее, эмоциональнее и правдивее.

У репортажа богатая история. Уже в первой русской печатной газете «Ведомости» (начало XVIII века) можно найти его проявления. Например, в материале о праздновании дня Святых апостолов Петра и Павла в Санкт-Петербурге, в описании хода Полтавской битвы... Исследователи пишут, что в начале XX века этот жанр часто сопоставляли с документалистикой кинематографа, видя общее в том, что и кино, и репортаж отражают события через поиск наиболее выразительных деталей. Таким образом, репортаж базируется на такой основе, как детализация каждого описываемого факта или явления.

Если автор будущего материала хочет выполнить его в жанре репортажа, он должен постараться выразительно и динамично нарисовать картину увиденного, пропустить смысл мероприятия через собственные размышления, восприятие, если хотите, удивиться увиденному. Да-да, журналист-репортер должен не только уметь удивляться любому нестандартному факту, который стал ему известен, но и стремиться передать свое удивление аудитории, заинтересовать ее образностью, точностью словесного воспроизведения логической последовательности описываемого события.

По своей сути, репортаж – это более или менее подробная картинка с места происшествия. Журналисту необходимо постараться словесно так подать сообщение, чтобы читатель, слушатель или зритель как будто бы сам побывал на месте действия. В связи с этим, огромную роль в данном жанре играет «эффект присутствия», который журналист должен вызвать у аудитории, прочитавшей его текст. И здесь многое зависит не только от мастерства «работника пера», но и от того, в редакции какого СМИ он работает. Тем, кто сотрудничает с телекомпаниями, несколько легче, ведь большое значение в телепроизводстве играет видео, а закадровый текст должен его дополнять. Кроме того, если есть интэршум (так на языке работников телекомпаний называются звуки, которые сопутствуют событию), то закадрового комментария может и не быть, а весь

смысл будет выражен в сочетании видео и интершума. Таких примеров очень много: вспомним рубрику «No comment» на телеканале «Euronews» или постоянную рубрику «Без комментариев», выходящую в эфир в конце каждого часа на круглосуточном российском телеканале «Вести-24». Кроме того, иногда в выпусках новостей можно увидеть сюжеты, в которых содержится минимум авторского текста, а максимум – интершума. Еще большую роль в достижении выразительности на телевидении, а особенно в кинематографе достигается за счет музыкального сопровождения видеоряда. Вспомните, например, известные советские комедии или детективы, в них музыка всегда соответствует драматургии ситуации и зачастую является частью развития действия.

На радио – иная специфика. Там информацию несут не только слова, но и речевые паузы, музыка, а также интершум. Радийный репортер должен не только словесно рассказать о событии, но и передать его звуки. Допустим, если мы ведем репортаж с митинга или забастовки, то обязательно запишем речевки участников, короткие интервью с ними. Ввиду отсутствия видео радио акцентирует внимание аудитории, так сказать, на «мелодии события».

Орудие труда корреспондента печатного СМИ – образ. Журналисту нужно максимально точно нарисовать словесно-образную картину произошедшего, передать настроение участников, заинтересованных сторон мероприятия. Поэтому на репортере во всех случаях, где бы он ни работал, лежит ответственность за свои слова. Его задача – максимально правдиво рассказать о факте или явлении глазами очевидца. Наглядность и достоверность – вот главные составляющие любого репортажа.

В научной литературе существует несколько определений данного жанра. На наш взгляд, наиболее емкая формулировка содержится в книге доцента кафедры журналистики Казанского государственного университета Дмитрия Туманова: «Динамичная картина, которая кажется сиюминутным откликом на событие, сохраняющем взволнованность очевидца, – вот что такое репортаж»². В данном определении акцент сделан на мгновении авторского восприятия действительности, мысленной его переработке, интерпретации и оперативной передаче аудитории. Эмоции при этом – желательны.

Есть другая «формула» данного информационного жанра: репортаж – новость в движении.

В любом случае, тот, кто ставит перед собой задачу написать хороший репортаж, должен стремиться не только как можно подробнее запомнить явление, но и как можно быстрее рассказать о нем. Репортаж – не только логическое повествование о факте или явлении, но и цепочка авторских размышлений. Ведь всякий репортаж пронизан авторским «я», на всем протяжении материала журналист пропускает каждую деталь сквозь призму собственной мысли. Как вы знаете, медийные тексты пишутся с определенными стратегической и тактической целями, поэтому корреспондент должен иметь свою позицию, для того чтобы убедить читателя в чем-то. Иначе репортаж превратится в хвастливый монолог автора, которому посчастливилось побывать там, где не смогла оказаться его аудитория.

² Туманов Д.В. Творим Золотым пером. – Казань: Отечество, 2000. – С.161.

От журналиста требуется стать «глазами и ушами» своих зрителей, слушателей или читателей во время проведения какого-то мероприятия. Огромное значение при подготовке репортажа уделяется *наблюдению*, поскольку корреспондент должен видеть и слышать больше, чем обычный человек. Задача репортера – запомнить, в какой последовательности проходило описываемое явление, акцентируя внимание на его деталях. Наблюдение бывает двух видов: включенным и не включенным. Когда журналист, дабы глубже понять специфику какого-либо дела или профессии, на время становится водителем такси, общественного транспорта, учителем, дворником, продавцом и так далее, он применяет *включенное наблюдение*, то есть «примеряет на себя» условия работы конкретного специалиста, смотрит на его занятие не с позиции работника редакции или обычного гражданина, а изнутри. Нередко в таких случаях, для чистоты эксперимента, корреспондент не раскрывает, что он является сотрудником редакции, а нанимается на работу через отдел кадров, придумав легенду о себе. Данный вид сложен для воплощения (придется менять привычный распорядок дня, работать с людьми, которые обычно не входят в ваш круг общения, на ходу постигать премудрости предмета своего отображения) и нередко требует от корреспондента специальной подготовки. *Не включенным* называется такой вид наблюдения, при котором журналист, присутствуя на мероприятии, сохраняет свою профессиональную роль и является сторонним наблюдателем, фиксируя происходящее. Тем не менее, вне зависимости от того, какой вид наблюдения журналист применяет, он всегда должен стремиться к правдивости ситуаций, о которых он сообщает в своем тексте, а также всегда думать, будет ли интересен читателю его текст.

Как и в заметке или интервью, при написании репортажа его автору следует ответить на вопросы: Что? Кто? Где? Когда? Каким образом? При каких условиях? Два последних вопроса призваны передать атмосферу факта или явления, дать возможность аудитории почувствовать его динамику, ритм, настроения участников... Словом, журналист в репортаже старается транслировать читателю всю гамму чувств, которую вызывает у него описываемый факт или явление.

Особую роль при этом играют лексика и стиль подачи информации. Чтобы передать динамику факта, журналист использует глаголы в страдательном залоге, краткие прилагательные, причастия, неологизмы, просторечия, пословицы и поговорки, другие средства выразительности. В последнее время в федеральной прессе все чаще можно встретить заимствованные иностранные слова, сленг. Обычно язык репортажа близок к разговорному, стремится к простоте, чтобы передать атмосферу описываемого факта или явления не только через увиденное, но и услышанное корреспондентом. Поэтому в репортаже особое внимание придается репликам сторон. Чем жестче и эмоциональнее реплики, тем более натурально передается драматизм конфликта. В сочетании с краткими авторскими комментариями, в которых содержится осмысление текущего момента, читатель должен сформировать для себя определенное мнение о предмете описания.

Работающий над репортажем журналист не должен лгать. В этом случае он перестает быть журналистом и превращается в писателя. В отличие от последнего, корреспондент работает с актуальной, злободневной социальной инфор-

мацией, фактами, которые нельзя замалчивать. С первых дней практики следует четко уяснить для себя разницу между вымыслом, домыслом и дезинформацией. Вот определения этих терминов, содержащиеся в работах исследователей:

«*Вымысел*» – способность автора представить то, что могло бы быть в жизни, но могло и не быть. На основе своего жизненного опыта автор представляет себе героя, воплощающего в себе черты времени и воображает такие обстоятельства, в которых может лучше всего проявиться характер героя. Это – одна из важнейших особенностей художественного творчества. Рисуя какие-то явления жизни, автор всегда соотносит их с реальностью определенной исторической эпохи, но не стремится к документализму. Поэтому, даже говоря о том, что действительно было в жизни, автор словно говорит – «могло бы быть», а не просто – «было».

«*Домысел*» – напротив, документален, так как базируется на строгих, хорошо проверенных фактах. Это если хотите своеобразная гипотеза, подчиняющаяся общим законам развития. И к созданию домысла необходимо относиться очень серьезно – так же, как и к созданию гипотезы. Журналист домысливает ситуацию, основываясь на тщательных исследованиях подобных ситуациях, но не имеет право бездоказательно утверждать, что высказывает истину в конечной инстанции³.

«*Дезинформация*» – любые опубликованные сведения, имеющие своего заинтересованного лица и распространенные с целью ввода в заблуждение определенной аудитории. Можно проще – опубликованные непроверенные (особенно в аналитических работах) сведения.

А «*ложь*» – это намеренное искажение истины, неправда, обман.

При подготовке репортажа журналист не имеет права использовать ни вымысел, ни домысел. Если в тексте содержится хоть одно слово, которое не связано с правдой факта, то вы уже выходите за жанровые особенности репортажа, превращая свой текст, допустим, в корреспонденцию. Но о ней мы поговорим позже.

Работая над репортажем, постоянно следите за стилем изложения. Он должен быть близким к разговорному, содержать различные средства художественной выразительности (особенно сравнения, метафоры, эпитеты). Журналисту должны быть интересны детали, передающие характер движения, напряженность момента. Постарайтесь не только описывать все, что видели, но и передать читателю (зрителю ил слушателю) ощущение постоянного движения, изменения ситуации.

Аудитория поверит только тому, кто наиболее точно передаст не только динамику происходящего факта или явления, но и представит цепочку логически связанных между собой его словесных картинок-эпизодов. Читателям необходим максимум информации и ощущений: звук, цвет, речи, звук и даже запах события. Репортер – «глаза и уши» своей аудитории, ему надо постараться так рассказать о случившемся, чтобы читатели почувствовали свою сопричастность с объектом и предметом описания, представили себе всю картину про-

³ См.: Туманов Д.В. Творим Золотым пером. – Казань: Отечество, 2000. – С.180.

изошедшего, как будто это не корреспондент, а они видели мероприятие своими глазами, а, возможно, и были его участниками.

Поэтому, говоря о профессиональных качествах журналиста-репортера, мы еще раз заострим внимание на *оперативности его работы*. Динамика и драматургия события – вот что важно передать в первую очередь. Не забывайте, что сегодня факт очень быстро теряет свою актуальность. Если журналист станет писать репортаж не по «горячим» следам, а спустя день-другой после случившегося, то его материал имеет все шансы попасть не на газетно-журнальную полосу, а в корзину. Действительно, в век максимально быстрого распространения информации вокруг земного шара, кому будет интересно прочесть о том, что произошло позавчера, вчера или даже минувшей ночью или утром? Корреспондент должен остро чувствовать, какого рода сведения нужны его аудитории, под каким углом зрения подать тот или иной факт. Промедление в этом случае чревато потерей (скорее всего, безвозвратной) части ваших читателей. Вероятнее всего, что она уйдет к конкурентам, которые не станут медлить, а быстро представят людям все известные сведения, утолив их информационной голод. Вот почему *событийный* репортаж чаще является прерогативой ежедневных изданий или газет, имеющих периодичность от двух до пяти раз в неделю. В еженедельных печатных СМИ более распространен *репортаж на социальную тему*, в котором обязательно конкретизируются проблемы, например, связанные с социальной жизнью города или коммунальными проблемами его жителей. Для того чтобы событийный репортаж занял место на полосе еженедельного издания, он должен рассказывать о факте или явлении, не потерявшем актуальности и спустя несколько дней.

Репортер по специфике своей работы должен быть универсалом. Логика, четкость и ясность его мысли – второе качество после оперативности. Пишите языком, понятным вашей целевой аудитории. Под универсальностью журналиста мы в первую очередь понимаем владение фото- и аудиотехникой, компьютерными технологиями, современными электронными поисковыми базами данных. Без этого сейчас никуда. Не стоит надеяться на фотографа, кто лучше вас знает, что и как надо запечатлеть? Кроме того, тему для репортажа можно найти в самых неожиданных местах, и часто, как говорится, во «внерабочее время». Журналист должен быть всегда на работе. Не стоит надеяться на кого-то, а собрать максимум информации с места события. Сопровождающая текст фотография придает больше наглядности описываемому явлению и усиливает эффект достоверности. Поэтому покупайте цифровой фотоаппарат и диктофон, ежедневно тренируйтесь в сборе и передаче информации. Научитесь также фотографировать на мобильный телефон, осваивайте технику фотосъемки и создавайте свои архивы электронных документов.

Кстати, в качестве эксперимента можно принять участие в конкурсах «мобильных репортеров», которые регулярно устраивают некоторые казанские телекомпании или редакции газет. Реклама об этом идет постоянно. Проекты «мобильный репортер» рассчитаны на тех, кто не сидит дома, наблюдателен и хочет рассказать городу о необычных фактах или явлениях. Не забывайте, что определенную роль в репортерском деле играет удача. Это значит, что необхо-

димо не только воспитывать в себе работоспособность и стрессоустойчивость, а также умение ждать. Если вы считаете журналистом только того, кто ищет и любой ценой находит исключительно сенсации, «жареные факты», советуем заняться чем-нибудь другим. Настоящие сенсации случаются далеко не каждый день, да и как без профессионального взгляда определить, что является сенсацией, а что – нет? Пусть ваши первые работы будут о необычных явлениях природы, дорожных авариях, очередях в местный гипермаркет и тому подобное, пусть вы не получите приз по результатам конкурса, зато тем самым вы потренируете навыки поиска информации, ее обработки и оперативного распространения. А победы в жизни обязательно будут.

Мы не сказали еще об одном качестве, которое отличает журналиста от представителей других профессий. Назовем его желанием поделиться известными вам сведениями с другими людьми. Объяснить словами это чувство вряд ли возможно. На наш взгляд, достичь его можно только при условии, что вам нравится тема выступления, вы имеете *свою* оригинальную точку зрения на нее. Передайте свою позицию общественности, расскажите о наболевшем.

При подготовке репортажа у журналиста обычно не остается времени на дополнение своего багажа знаний по теме выступления. Репортеры в большинстве своем не имеют четкой специализации. Действительно, сегодня корреспондент может отправиться по заданию на рынок, завтра, допустим, он на время станет продавцом, на следующий день попробует сделать репортаж с митинга или спортивного матча. Но в зависимости от места его работы, бывает так, что в редакции конкретного СМИ принято разделять журналистов по тематическим направлениям. Существует несколько видов специализаций: политика, криминальная хроника, международная жизнь, социальные проблемы, экономика и спорт. В зарубежных редакциях есть корреспонденты, специализирующиеся на освещении проблем науки. Как лучше: быть универсалом по тематике или все-таки специализироваться? Решите сами, но сначала попробуйте себя в нескольких темах.

В заключение, несколько практических советов, как должен вести себя корреспондент и о чем он не должен забывать ни при каких условиях.

1. Постарайтесь своим материалом вызвать *сопереживание* читателя тому, о чем вы повествуете. Вовлеченность аудитории – кратчайший путь к усвоению информации.

2. Не забывайте о главных вопросах, на которые в тексте необходимо как можно быстрее дать ответ. Вопросы обычные: Что? Кто? Где? Когда? При каких условиях? С какой целью?

3. Будьте в курсе последних событий в разных областях. Неизвестно, куда вас направят завтра, а специально готовиться, что называется, «под событие», времени не будет. Репортаж получается хорошим не только тогда, когда передается сиюминутность и драматургия действия, но и когда из материала понятно, что журналист представляет себе, о чем он пишет, знает предысторию факта.

4. На месте событий быстро фиксируйте все, что видите. В редакции разберетесь, что важно, а что – нет. Сразу переводите записи на понятный

для себя язык. Делайте сокращения только в том случае, если уверены, что не запутаетесь в них и не исказите смысл.

5. Не отказывайтесь от деталей. Порой они лучше передают суть событий, чем рассуждения журналиста или цитаты его участников.

6. Рассказывайте о людях – героях мероприятий. Репортаж выиграет, если вы постараетесь передать настроение собравшихся.

7. Будьте тактичны: соболезуйте скорбящим, сочувствуйте обездоленным, по мере возможности помогайте нуждающимся.

8. Думайте о последствиях, к которым может привести любое ваше неосторожное слово. Вы несете ответственность за каждую букву текста.

9. Если в репортаже имеется количественная информация, быстро свяжитесь с компетентным лицом и перепроверьте ее.

10. Воспитывайте стрессоустойчивость. Далеко не всегда и везде вам будут рады. У опытных журналистов есть правило: если вас выгоняют в дверь, влезайте в окно. Снова выгнали? Ищите другие пути, чтобы попасть туда, куда нужно.

11. Не будьте обидчивыми и злопамятными. Это непременно будет выражено в публикации и будет адекватно понято читателями.

12. Описывая факт или явление, не принимайте точку зрения одной из сторон. Ваша задача – максимально правдиво рассказать о событии. В противном случае вы не имеете права называться журналистом, а станете пропагандистом кого-либо.

13. При подготовке репортажа постоянно думайте о том, может ли обычный читатель понять, что написано в каждом предложении и абзаце? Ясно и просто ли вы излагаете суть события? Есть ли логическая связь между предложениями и абзацами?

14. В материале не должно быть неподкрепленных аргументами тезисов и не относящихся к теме рассуждений.

ЗАНЯТИЕ СЕДЬМОЕ

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА

Репортаж как информационный жанр журналистики (2 часа)

Задание для лабораторной работы:

Каждый студент получает задание в течение определенного времени на занятии подготовить мини-репортаж (3-4 абзаца) о чем-то. Например, о состоянии аудитории, о том, что происходит за окном и так далее. В тексте обязательно должны быть: заголовок, лид, постановка проблемы, детали, оригинальность взгляда на проблемную ситуацию. Во время выполнения задания (не более 50 минут) бакалавры имеют право выходить из аудитории в поисках информации. По истечению регламента каждый из них знакомит коллег со своим произведением. Слушатели (в том числе и преподаватель) могут задать выступающему уточняющие вопросы, после чего анализируют услышанный текст. В игре не стоит выявлять того, кто лучше других справится с заданием. Здесь важно, чтобы ребята постарались образно мыслить, продемонстрировать свою творческую цель и выбор деталей, которые могут помочь в его осуществлении. Не последнюю роль также играют логика и четкость мысли.

После выполнения задания преподаватель совместно с бакалаврами анализирует их качество.

Критерии оценки репортажа:

- Простота изложения темы – 1 балл;
- Обращение внимание на детали события – 1 балл;
- Актуальность освещаемой социальной проблемы – 1 балл;
- Создание «эффекта присутствия» аудитории на месте события – 1 балл;
- Наличие разных точек зрения на освещаемую социальную проблему – 1 балл;
- Оригинальный заголовок (соответствие теме) – 1 балл.

ЗАНЯТИЕ ВОСЬМОЕ

ЛЕКЦИЯ И ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА

Своеобразие отчета как информационного жанра журналистики (2 часа: 1 час – лекция и 1 час – лабораторная работа)

План занятия:

1. Отчет: определение жанра.
2. Виды отчетов в СМИ.
3. Жанровые характеристики отчета.
4. Информационный отчет на страницах и в эфире СМИ.
5. Лабораторная работа по теме занятия.

Как и репортаж, отчет – жанр, имеющий долгую историю своего становления. Как пишет Д.В. Туманов, еще петровские «Ведомости» активно использовали еще как форму сообщений о происходивших в то время мероприятиях. До появления печати отчет существовал в устной форме: каждый день царю докладывали важные сообщения⁴.

Сегодня теоретики журналистики выделяют два вида отчета – *информационный* и *аналитический*. В рамках дисциплины «Новостная журналистика» для нас более важным для освоения является первый вид, однако, поскольку аналитический ответ встречается в прессе регулярно, то бакалаврам необходимо знать и его характеристики.

Назначение *информационного* отчета – информирование аудитории о каком-нибудь значимом мероприятии, событии. Например, с партийных конференций, заседаний Государственной Думы РФ или Государственного Совета РТ, президиума Государственного Совета РФ, парада Победы, вручения государственных наград и так далее. Сейчас отчет можно встретить, в основном, в изданиях, учредителями которых являются органы власти. В Республике Татарстан это такие печатные СМИ, как «Республика Татарстан», «Ватаным Татарстан», журнал «Татарстан». Кроме того, отчет периодически размещается на полосах газет «Казанские ведомости» и «Шахри Казан». Среди федеральных изданий государственная пресса представлена такими печатными СМИ, как «Российская газета» и «Парламентские вести». Собственно, информационным поводом к освещению мероприятий в жанре отчета для этих изданий может стать не только их значимость для общественной, а также политической, экономической ситуации республиканского, федерального и международного масштаба, но и участие в заседаниях крупных чиновников различного уровня. Так, для государственных СМИ Татарстана, для того чтобы осветить событие достаточно участия в нем одного из четырех первых лиц республики: Государственного советника Республики Татарстан М. Шаймиева, Президента Республики Татарстан Р. Минниханова, Председателя Государственного Совета РТ

⁴ Туманов Д.В. Творим Золотым пером. – Казань: Отечество, 2000. – С.157.

Ф. Мухаметшина или Руководителя Аппарата Президента РТ А.Сафарова. Федеральные газеты и журналы ориентируются на присутствие в работе мероприятия первых лиц страны: Президента РФ В. Путина, Председателя Правительства РФ Д. Медведева, Председателя Совета Федерации В. Матвиенко, Председателя Государственной Думы РФ С. Нарышкина, а также других персон, занимающих крупные должности как в Правительстве или Думе, так и в различных организациях и учреждениях, а также политических партиях.

Автор информационного отчета знакомит аудиторию о том, какие вопросы обсуждались на мероприятии, какие проблемы затрагивались, к каким выводам и решениям пришли участники встречи. Словом, журналист должен рассказать обо всем, что, на его взгляд, будет интересно целевой аудитории издания, в котором он работает.

Информационный отчет может быть разделен на несколько подвидов: хроникальный, развернутый, тематический, проблемный, а также отчет с углубленным анализом проблем и *вопросов*. *Хроникальный* отчет – самый краткий из всех подвидов данного жанра. Когда журналист рассказывает о мероприятии, на котором побывал, он может не публиковать все, что видел, а ограничиться лишь самым главным. В самом деле, современная практика газетного дела стремится к сокращению текстов, лаконичности изложения фактов. Поэтому автор хроникального отчета должен постараться не затягивать свое повествование. Требования к материалу просты: акцент на важных деталях, пересказ основных моментов события (кстати, не обязательно в хронологической последовательности), краткость изложения информации. По своим характеристикам хроникальный отчет близок заметке и стремится рассказать только об основных эпизодах мероприятия, не вдаваясь в подробности. Объем такого выступления обычно не превышает половины газетной полосы формата А3.

Но происходят такие события, о которых интересно узнать большинству из целевой аудитории конкретного СМИ. В этих случаях корреспонденты могут сделать *развернутый* отчет с места действия. Здесь журналист, присутствующий на мероприятии, внимательно наблюдает за его ходом, фиксируя буквально все: главные мысли и проблемы, освещаемые в докладах выступающих, реплики слушателей, реакцию зала, какие-то курьезные моменты. Данный подвид отчета достаточно трудоемок, ведь он требует от журналиста не только оперативности, но и пересказа события в хронологической последовательности, умения логически соотнести проблемы, затронутые в докладах, максимально корректно и понятно изложить сюжет события в его логической и хронологической последовательности. Не стоит забывать про детали, используя которые журналист передает атмосферу места действия. Развернутый отчет сейчас все реже можно встретить на газетно-журнальных страницах. Обычно он занимает большой объем (до 700 газетных строк). Всякий ли редактор согласится снять для этого с номера три-четыре небольших публикации?

Тематический отчет применяется тогда, когда журналист, во-первых, посещает конференцию, симпозиум, саммит или встречу, посвященную какой-либо актуальной проблеме. Во-вторых, если на мероприятии, среди прочего, много времени заняло обсуждение конкретной темы, о которой есть, что

написать, но в таком случае корреспондент рискует значительно превысить объем развернутого отчета. Поэтому разговор об одной проблеме можно вынести в отдельный материал. Данный подвид отчета по своим характеристикам напоминает информационную корреспонденцию, потому что автор материала должен представить читателю несколько точек зрения на проблему, которые были озвучены на мероприятии. А еще ему необходимо «развернуть» тему, показать не только ее современное состояние, но и осветить предлагаемые пути ее решения. Только в тематическом отчете журналист имеет право высказать собственный взгляд на описываемую ситуацию. При этом все остальные темы, менее значимые с точки зрения журналиста, в данном подвиде отчета подаются в сжатом, хроникальном, плане. Тем самым, автор публикации показывает, что на мероприятии, котором он побывал, обсуждалась не только одна проблема, но и что-то другое.

Самый сложный подвид информационного отчета – *отчет с углубленным анализом проблем и вопросов*. Вот как его определяет Д. Туманов: «Как бы зацепившись за событие как повод для материала, журналист проводит самостоятельное изучение проблемы, сравнивая услышанное или увиденное на коллективном мероприятии с реальными жизненными фактами»⁵. Получается, что здесь от журналиста требуется не только умение сопоставлять и обобщать информацию, выявлять наиболее важные сведения, оценивать их правдоподобность, жизнеспособность, но и склонность к логическому рассуждению по предмету изучения.

Выступления в жанре информационного отчета предполагает, что корреспондент владеет некоторыми профессиональными приемами работы с информацией. Во-первых, быстрой фиксацией всего увиденного в блокнот. Мы рекомендуем для записи речей использовать диктофон, но основные тезисы отмечать и на бумаге. Вдруг запись окажется некачественной или сядут батарейки? Кроме того, на диктофон можно зафиксировать далеко не все детали, сопутствующие мероприятию. Во-вторых, как и подготовке репортажа, работнику СМИ надо постоянно проявлять наблюдательность. В-третьих, большое внимание следует уделить развитию и тренировке логического мышления, чтобы передавать ход события в той последовательности, в котором оно происходит или разворачивалось некоторое время назад. В-четвертых, даже в самой, казалось бы, заурядной проблеме можно отыскать что-то интересное. Поэтому надо забыть слово «банальность» и писать материал легким для понимания, но в то же время ярким и временами образным языком. Главный критерий в том, чтобы читатель не заскучал при ознакомлении с вашей публикацией.

Следующий вид отчета – *аналитический отчет*. Это жанр, который предусматривает предварительную исследовательскую работу автора. Поэтому в массовой периодической печати он, в силу своей специфики, практически не встречается. Его место в основном на страницах научных изданий, а порой – на страницах корпоративной прессы, рассказывающей о достижениях своего предприятия за определенный временной период. Подготовка аналитического

⁵ Туманов Д.В. Творим Золотым пером. – Казань: Отечество, 2000. – С.159.

отчета требует от человека продолжительного запаса времени, умения искать, сопоставлять, обобщать полученные сведения. Данный вид отчета – не повествование о проведении какого-то мероприятия, а описание результатов конкретного научного исследования. Если задача автора, пишущего информационный отчет, – максимально подробно пересказать хронологию события, ознакомить читателя с ключевыми тезисами докладов, то тот, кто работает над аналитическим отчетом, должен постараться не только максимально подробно описать методологию исследования, но и *объяснить* полученные результаты. Например, сейчас в России действует множество социологических центров изучения общественного мнения. Они постоянно проводят опросы населения страны, чтобы узнать его точку зрения по каким-либо вопросам. После сбора информации сотрудники центров не только публикуют сухие статистические данные, но и готовят аналитические отчеты, в которых содержатся предположения и объяснения, почему респонденты считают так, а не иначе.

Работа над аналитическим отчетом выходит за рамки журналистики. «Информационный конвейер» средств массовой информации ограничивает корреспондента жесткими временными рамками, а также ограниченными площадями печатных изданий. Если информационные отчеты по объему могут достигать размера одной газетной полосы формата А2, то средний объем аналитических – около 15 обычных листов формата А4. Поэтому и составляют их люди подготовленные, часто имеющие ученые степени. Кроме того, аналитический отчет практически невозможно написать одному человеку, ведь исследование, как правило, проводится группой ученых. Аналитический отчет также имеет свои разновидности: теоретики *выделяют отчет-объяснение, отчет-описание и отчет-оценку*.

В рамках изучения дисциплины «Новостная журналистика» от бакалавра требуется усвоение жанровых характеристик и приобретение практических навыков подготовки информационного отчета. В дальнейшем процессе обучения они могут попробовать себя и в подготовке аналитического отчета.

Вторая часть занятия – лабораторная работа.

Задание для лабораторной работы:

1. Вспомните свой вчерашний день. Напишите хроникальный отчет о наиболее важном (с вашей точки зрения) его эпизоде. Следите, чтобы повествование было понятным вашей аудитории. Обращайте внимание на логику изложения материала, сопутствующие эпизоду детали. Аудиторное время на выполнение этого задания – 30 минут, после чего каждый из вас должен прочитать получившийся материал. Слушатели имеют право задать несколько вопросов, направленных на уточнение содержащейся в текстах фактуры. Побеждает тот, кто выполнит задание с соблюдением всех требований, предъявляемых к хроникальному отчету.

2. Следующее задание учащимся можно выполнять, как в группах, так и индивидуально. Преподаватель раздает им публикации, выполненные в разных подвидах информационного отчета: хроникальном, тематическом, развернутом и отчете с углубленным изучением проблем и вопросов. Всего четыре материа-

ла. Бакалавры, применяя полученные теоретические знания, должны самостоятельно определить принадлежность каждого текста к одному из подвидов информационного отчета и объяснить, почему они так считают. Задание можно усложнить двумя способами. Во-первых, пронумеровать абзацы каждого из текстов с целью, чтобы учащиеся сначала распределили их в логической и хронологической последовательности, а затем определили, к какому подвиду можно отнести каждый из них. Во-вторых, можно раздать пять материалов. Получится, что один из подвидов информационного отчета будет присутствовать два раза. Задача ребят не только выявить жанровые характеристики каждого из отчетов, но и определить этот подвид. В этом случае у каждого бакалавра (группы) должен быть разный повторяющийся подвид. Побеждает тот учащийся (группа), который быстрее других правильно справится с заданием и наиболее полно обоснует свой ответ.

3. Преподаватель раздает каждой группе бакалавров, каждая из которых состоит максимум из трех человек, листок бумаги, на котором кратко написана законченная история. Посоветовавшись со студентами, в каждой из групп может быть как одинаковая, так и разные истории. За максимум 50 минут учащиеся должны сделать из предложенных текстов как минимум два вида информационного отчета по своему усмотрению. Каждый из полученных текстов публично обсуждается после выполнения задания. Группы-слушатели совместно с преподавателем анализируют тексты, отмечая достоинства и недостатки учебных материалов.

После выполнения заданий преподаватель совместно с бакалаврами анализирует уровень представленных к оценке творческих работ.

Критерии оценки отчета:

- Простота изложения темы – 1 балл;
- Актуальность освещаемой социальной проблемы – 1 балл;
- Логичность повествования – 1 балл.
- Оригинальный заголовок (соответствие теме) – 1 балл.

ЗАНЯТИЕ ДЕВЯТОЕ

ЛЕКЦИЯ И ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА

Информационная корреспонденция как пограничный жанр между информационной и аналитической журналистикой (2 часа: 1 час – лекция и 1 час – лабораторная работа)

План занятия:

1. Информационная корреспонденция: определение жанра.
2. Виды информационной корреспонденции в СМИ.
3. Жанровые характеристики информационной корреспонденции.
4. Информационная корреспонденция на страницах и в эфире СМИ.
5. Лабораторная работа по теме занятия.

Мы с вами подошли к изучению в рамках дисциплины «Новостная журналистика» последнего жанра – информационной корреспонденции. Некоторые ученые (М.Н. Ким, М.И. Шостак, Д.В. Туманов и другие) относят ее (корреспонденцию) к группе аналитических жанров. В то же время А.А. Тертычный, например, считает, что информационная корреспонденция вполне может быть причислена к информационным жанрам журналистики. Нам также близка скорее вторая точка зрения, так как, исходя из современной практики печатных СМИ, авторы публикуемых там корреспонденций все реже анализируют различные проблемы, но постоянно стремятся привлечь к ним внимание аудитории без решения ситуации. В своих текстах журналисты применяют приемы, характерные для информационных жанров.

Корреспонденция делится на *информационную* и *аналитическую*. Специфику аналитической корреспонденции мы рассматривать не будем, оставив ее для дисциплины «Аналитическая журналистика», которую вы будете изучать на следующий год. В переводе с латинского языка «корреспонденция» означает «осведомлять». На первый план здесь выходит не обычное сообщение о чем-то, не пересказ события. Журналист в первую очередь должен объяснить ход события, выяснить его причины (именно поэтому этот жанр относят, в основном, к аналитическим), определить его значимость, место в череде других фактов и явлений, возможно, спрогнозировать дальнейшее развитие действия. Автор, желающий написать качественную корреспонденцию, должен «примерить на себя» профессиональную роль ученого, который, располагая временем, вникает в суть каждого события и анализирует его, выявляет причинно-следственные связи, проводит много дополнительных, уточняющих, интервью и т.д.

В информационной корреспонденции журналисту необходимо подробно рассказать о социальной проблеме. Вряд ли есть смысл готовить корреспонденцию, если фундаментом ее будет малозначительный с точки зрения конкретного социума факт, не проблема. Ведь если информационная корреспонденция – пограничный с аналитической журналистикой жанр, то его назначением стано-

вится обсуждение конкретных проблем, а не простое информирование граждан. Поэтому задачей корреспондента становится не только выявление сути проблемы, но и группировка фактов по тематическим и другим разработанным автором критериям, а также рассказ о процессах, происходящих внутри объекта своего исследования. Таким образом, *целью журналиста*, работающего над информационной корреспонденцией, *является привлечение внимания аудитории своего СМИ к описываемой проблеме и показ тенденций ее развития.*

Корреспонденция имеет ряд специфических признаков. Во-первых, ее автор ведет речь о какой-либо одной локальной проблеме, не выходя за рамки ее исследования. Во-вторых, журналист должен не только собрать факты, но и обязательно сопоставить, проанализировать их. Объясняя факты и явления, корреспондент стремится установить логическую связь между ними. Поэтому любой, кто решил написать корреспонденцию, должен потратить немало времени не только на поиск информации, но и на проверку и перепроверку каждого из ставших ему известных фактов. В-третьих, в информационной корреспонденции, как правило, не бывает авторских выводов и предложений по решению сложившейся проблемной ситуации. Вместо этого читателю предлагается сделать выводы самостоятельно, журналист своими рассуждениями должен лишь «подтолкнуть» его к этому. Здесь мнение аудитории напрямую может зависеть от того, насколько глубоко и корректно журналист проанализировал тему. В-четвертых, автор корреспонденции не описывает факты и явления, но объясняет их в зависимости от цели своего выступления. В-пятых, главные герои этого жанра – люди со своими проблемами, трудностями жизни и бытовыми противоречиями.

У корреспонденции есть своя структура. В начале текста журналист обязан ознакомить читателя с центральной проблемой своей работы, показать ее социальность. Затем идет выявление ее причин, анализ и объяснение сложившейся ситуации, поиск заинтересованных в таком положении дел должностных лиц. То есть, в данной части журналист силой своих аргументов направляет внимание и мысль читателя по определенному вектору рассуждений. На этом информационная корреспонденция обычно заканчивается. Аналитическая корреспонденция имеет еще и третью часть, в которой могут быть спрогнозированы последствия центрального события.

Чтобы убедить аудиторию в своей правоте, заставить читателя сопереживать героям материала журналист использует различные коммуникативные приемы. Информационная корреспонденция – это оригинальный заголовок, в котором отражается суть описываемой проблемы; лид, логически продолжающий отраженный в названии материала вопрос; различные средства художественной выразительности; иностранные заимствования; богатые синонимичные ряды и так далее. Для журналиста очень важно владеть логикой рассуждения, уметь отличить главное от второстепенного, а также доказывать каждую свою мысль аргументами, обобщать и сопоставлять факты.

Поисково-исследовательская работа автора корреспонденции оказывает влияние на ее объем. Обычно в печати данный жанр занимает от 120 газетных строк до половины и даже целой газетной полосы или одного-двух журнальных разворотов.

Вторая часть занятия – лабораторная работа.

Задание для лабораторной работы:

Подготовьте авторскую заявку на информационную корреспонденцию. В заявке необходимо указать: а) главную проблему, которая получит освещение; б) стратегическую и тактическую цель предполагаемого материала; в) обоснование актуальности заявленной темы; г) аргументную базу, с помощью которой студент собирается доказывать свою точку зрения; д) максимально подробную структуру будущего текста; е) список собеседников; ж) 2-3 первых абзаца выступления.

На занятии каждая заявка должна быть публично представлена и обсуждена не только с преподавателем, но и с одногруппниками. Если будут замечания, студент должен устранить их и самостоятельно подготовить корреспонденцию. После этого рекомендуется снова устроить групповое обсуждение каждой учебной работы. Преподавателю необходимо постараться, чтобы в дискуссии принимали участие все бакалавры.

После выполнения заданий преподаватель совместно с бакалаврами анализирует их качество.

Критерии оценки информационной корреспонденции:

- Простота изложения темы – 1 балл;
- Обращение внимание на детали события – 1 балл;
- Актуальность освещаемой социальной проблемы – 1 балл;
- Создание «эффекта присутствия» аудитории на месте события – 1 балл;
- Наличие разных точек зрения на освещаемую социальную проблему – 1 балл;
- Обобщение выявленных фактов, возможная формулировка тенденций – 1 балл;
- Оригинальный заголовок (соответствие теме) – 1 балл.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Вузовское освоение дисциплины «Основы журналистской деятельности: новостная журналистика» предполагает использование как традиционных, так и инновационных образовательных технологий, а также настоятельно требует рационального их сочетания.

Традиционные образовательные технологии подразумевают использование в учебном процессе таких методов как лекция и лабораторное занятие. **Инновационные образовательные технологии**, такие как встречи с корреспондентами отделов информации ведущих СМИ Казани и Республики Татарстан, организация нескольких студенческих деловых игр (в рамках лабораторных занятий), имитирующих организацию деятельности отдела информации СМИ, направлены на дальнейшее, углубленное, освоение бакалаврами специфики журналистской деятельности по овладению методами сбора, обработки, проверки информации, а также самостоятельной подготовке каждого из информационных жанров журналистики (заметка, интервью, репортаж, отчет, информационная корреспонденция).

ВИДЫ ЛАБОРАТОРНОЙ РАБОТЫ БАКАЛАВРОВ

1). Написание собственных оригинальных материалов в каждом из информационных жанров журналистики (заметка, интервью, репортаж, отчет, информационная корреспонденция). Бонусные баллы студент может получить за публикацию данных материалов в прессе.

ВИД САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ БАКАЛАВРОВ

1). Подготовка к зачету.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ БАКАЛАВРОВ (50%)

| Форма контроля | Единица измерения | Базовая оценка |
|---|-------------------|----------------|
| Подготовка материалов в информационных жанрах журналистики (лабораторные работы). | 5 работ | 25 баллов |

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ БАКАЛАВРА (написание материалов в информационных жанрах журналистики)

Трудоемкость подготовки каждого материала в зависимости от жанра:

- **Заметка** – три балла (максимум);
- **Интервью** – пять баллов (максимум);
- **Репортаж** – шесть баллов (максимум);
- **Отчет** – четыре баллов (максимум);
- **Информационная корреспонденция** – семь баллов (максимум).

Критерии оценки заметки:

- Простота изложения темы – 1 балл;
- Актуальность освещаемой социальной проблемы – 1 балл;
- Оригинальный заголовок (соответствие теме) – 1 балл.

Критерии оценки интервью:

- Простота изложения темы – 1 балл;
- Актуальность освещаемой социальной проблемы – 1 балл;
- Помочь корреспондента собеседнику в его самораскрытии – 2 балла.
- Оригинальный заголовок (соответствие теме) – 1 балл.

Критерии оценки репортажа:

- Простота изложения темы – 1 балл;
- Обращение внимание на детали события – 1 балл;
- Актуальность освещаемой социальной проблемы – 1 балл;
- Создание «эффекта присутствия» аудитории на месте события – 1 балл;
- Наличие разных точек зрения на освещаемую социальную проблему – 1 балл;
- Оригинальный заголовок (соответствие теме) – 1 балл.

Критерии оценки отчета:

- Простота изложения темы – 1 балл;
- Актуальность освещаемой социальной проблемы – 1 балл;
- Логичность повествования – 1 балл.
- Оригинальный заголовок (соответствие теме) – 1 балл.

Критерии оценки информационной корреспонденции:

- Простота изложения темы – 1 балл;
- Обращение внимание на детали события – 1 балл;
- Актуальность освещаемой социальной проблемы – 1 балл;
- Создание «эффекта присутствия» аудитории на месте события – 1 балл;
- Наличие разных точек зрения на освещаемую социальную проблему – 1 балл;
- Обобщение выявленных фактов, возможная формулировка тенденций – 1 балл;
- Оригинальный заголовок (соответствие теме) – 1 балл.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) основная литература:

1. Киселев, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество-СМИ-власть: учебник. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 431 с.
2. Кривошеев, В.М. В творческой лаборатории журналиста: учеб.-практ. пособие для бакалавров вузов / сост. и общ. ред. В.М. Кривошеева. – М.: Университетская книга, 2010. – 192 с.
3. Криницын, Е. Акулы интервью: 11 мастер-классов. - М.: Альпина Паблшер, 2010. – 173 с. // Доступно на: URL: <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=9562> (режим доступа – свободный).
4. Крокер, Л. Введение в классическую и современную теорию тестов [Электронный ресурс]: учебник / Л. Крокер, Дж. Алгина; под общей ред. В.И. Звонникова и М.Б. Чельшковой. – М.: Логос, 2010. – 668 с. // Доступно на: URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=468889> (режим доступа – свободный).
5. Лазутина, Г.В.; Распопова, С.С. Жанры журналистского творчества. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 322 с. // Доступно на: URL: <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=5988> (режим доступа – свободный).
6. Лазутина, Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. – М.: Аспект Пресс. 2010. – 238 с. // Доступно на: URL: <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=5987> (режим доступа – свободный).
7. Чернявская, В.Е. Дискурс власти и власть дискурса : проблемы речевого воздействия [Электронный ресурс]: учеб. пособие / В.Е. Чернявская. – 2-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. – 128 с. – ISBN 978-5-89349-987-2 (ФЛИНТА), ISBN 978-5-02-034816-5 (Наука) // Доступно на: URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=457226> (режим доступа – свободный).

б) дополнительная литература:

1. Гуськова, С.В. Культура речи журналиста. Практикум для бакалавров вузов [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / С.В. Гуськова. – 2-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА, 2013. – 97 с. // Доступно на: URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=458087> (режим доступа – свободный).
2. Зарва, М.В. Слово в эфире: О языке и стиле радиопередач: произношение в радио- и телевизионной речи. [Электронный ресурс]: справочное пособие / М.В. Зарва. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2011. – 376 с. – (Стилистическое наследие). – ISBN 978-5-9765-0935-1 (ФЛИНТА), ISBN 978-5-02-037295-5 (Наука). // Доступно на: URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=455097> (режим доступа – свободный).
3. Прохоров, Е.П. Введение в теорию журналистики. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 322 с.
4. Тертыйный, А.А. Аналитическая журналистика. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 351 с.

6. Язык современной публицистики. [Электронный ресурс]: сб. статей / сост. Г.Я. Солганик. – 3-е изд. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 232 с. – ISBN 978-5-89349-743-4 (Флинта), 978-5-02-032997-3 (Наука). // Доступно на: URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=465558> (режим доступа – свободный).

в) Интернет-ресурсы:

1. <http://www.oldkpfu.ru/f13/rbakanov> – персональный сайт Романа Баканова;
2. <http://www.smi.ru> – тематический ресурс «СМИ.ру»;
3. <http://www.gipp.ru> – тематический ресурс Гильдии издателей периодической печати России;
4. <http://www.inosmi.ru> – тематический ресурс «ИноСМИ.ру»;
5. <http://www.inopressa.ru> – тематический ресурс «Инопресса.ру»;
6. <http://www.ruj.ru> – сайт Союза журналистов России;
7. <http://www.cjes.ru> – сайт Центра экстремальной журналистики России;
8. <http://www.mediasprut.ru> – образовательный ресурс для начинающих журналистов «Медиаспрут»;
9. <http://www.press-display.com> – Всемирная онлайн-библиотека периодического изданий.
10. <http://www.journalist-virt.ru> – официальный сайт журнала «Журналист».
11. <http://www.evartist.narod.ru> – проект «Евартист». Электронная библиотека по журналистике.

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ К ЗАЧЕТУ

1. Какой из перечисленных жанров не является информационным?

- А) Интервью
- Б) Зарисовка
- В) Репортаж
- Г) Отчет

2. На какие вопросы должен, прежде всего, отвечать любой информационный жанр?

- А) С какой целью? Кто? Отчего?
- Б) Сколько? Где? Почему?
- В) Почему? Кто? Где?
- Г) Что? Кто? Когда? Где?

3. Лид – это:

- А) Количество строк, которые занимает материал
- Б) Авторская подпись
- В) Игра слов
- Г) Главная мысль конкретного сообщения

4. Напишите название, пропущенное в следующей фразе: «Факт или явление, побуждающие журналиста к подготовке и распространению информации о конкретном событии, называется _____».

5. Какой характер прежде всех должно носить событие, достойное освещения в прессе?

- А) Детективный
- Б) Комический
- В) Социальный
- Г) Необходимый владельцу данного медиа

6. К какой из следующих жанровых групп относится отчет:

- А) Аналитической
- Б) Информационной
- В) Художественно-публицистической

7. Неофициальное звание «Король репортажа» получил этот автор:

- А) Исаак Бабель
- Б) Владимир Гиляровский
- В) Марк Дейч
- Г) Павел Любимцев

8. Что в первую очередь важно передать репортеру:

- А) Количество людей, пришедших на мероприятии
- Б) Эффект присутствия читателя (зрителя) на событии
- В) Личностные ощущения от поездки на мероприятие
- Г) Спонсора, оказавшего поддержку мероприятию

9. Репортер – это:

- А) Тот, кто написал за свою жизнь более одного репортажа
- Б) Сотрудник службы новостей в редакции
- В) Аппарат для записи комментариев на радио
- Г) Блокнот, в котором собраны необходимые журналисту материалы

10. Синхрон – это:

- А) Умение работать в команде
- Б) Профессиональное обозначение интервью в теле-радио передачах
- Г) Искусство подачи информации

11. На каком федеральном телеканале отсутствуют регулярные информационные выпуски?

- А) «Звезда»
- Б) «Культура»
- В) «Домашний»
- Г) «Россия»

12. Кем является журналист при подготовке информационного сообщения:

- А) Расследователем сущности жизни
- Б) Транслятором информации
- В) Исследователем жизненных проблем
- Г) Критиком общественности

13. Задачей этого вида заголовка является постановка проблемы, отражение ее сути, как можно точнее передать смысл описываемых в материале фактов:

14. Напишите слово, пропущенное в следующей фразе: «Главное требование к освещению любого события при изложении взглядов на него – _____».**15. Объективность – это:**

- А) Показ правды жизни
- Б) Стремление пересказать событие в «формате» СМИ
- В) Антиреклама
- Г) Представление разных, часто противоположных, точек зрения на одну проблему

16. **Информационная колонка в газете «Республика Татарстан» называется:**

- А) «События»
- Б) «Надо же!»
- В) «Факт есть факт»
- Г) «Тем временем»

17. **Популярное федеральное информационное агентство называется:**

- А) «Россия»
- Б) «Родина»
- В) «Интерфакс»
- Г) «Пульс жизни»

18. **Напишите слово, пропущенное в следующей фразе: «Один из субъектов интервью называется корреспондент, а другой – _____».**

19. **Какая из следующих федеральных радиостанций является информационно-музыкальной:**

- А) «Эхо Москвы»
- Б) «Маяк»
- В) «Ностальжи»
- Г) «Автордио»

20. **Информационный шаг – это:**

- А) Временной промежуток между информационными выпусками в электронных СМИ
- Б) Количество информационных сообщений в одном блоке
- В) Сообщения о международной жизни
- Г) Цикл работы отдельной службы новостей

21. **Заметку, интервью, репортаж и отчет объединяет:**

- А) Показ человека во всех его жизненных ситуациях
- Б) Газетная полоса
- В) Событийный повод
- Г) Главный редактор

22. **Основная цель информационных жанров:**

- А) Рассказать о правде жизни
- Б) Оперативно сообщить о факте, событии или явлении
- В) Формировать общественное мнение
- Г) Влиять на информационного конкурента

23. **Определяющим признаком информационных жанров является:**

- А) Комментарий компетентного лица
- Б) Новизна сообщаемой информации
- В) Отработка новых приемов убеждения аудитории
- Г) Быстрое распространение слухов

24. В обязанности журналиста при подготовке информационного сообщения входит (отметьте два пункта):

- А) Стремление быть полезным обществу
- Б) Надежда на улучшение социальных условий жизни
- В) Раскрытие логики факта
- Г) Привлечение внимания к деталям определенных событий

25. Напишите слово, пропущенное в следующей фразе: «Субъектом информации является _____».

26. Какая из следующих федеральных радиостанций не является информационной:

- А) «Шансон»
- Б) «Радио России»
- В) «Эхо Москвы»
- Г) «Маяк»

27. Предназначение этого вида заголовков – не столько констатация проблемы, сколько передача авторского отношения к ней: _____

28. Какова общепринятая практика размещения информационных блоков в политематических СМИ?

- А) Политика-спорт-погода-политика-спорт-культура-экономика-светская жизнь
- Б) Культура-экономика-спорт-политика-социальная жизнь-криминал-погода
- В) Политика-экономика-международная жизнь-социальная жизнь-криминал-светская хроника-культура-спорт-погода
- Г) Политика-экономика-криминал-спорт-погода

30. Напишите название, пропущенное в следующей фразе: «_____ – простейший вид заметки».

31. Выстройте последовательность жанровых групп по мере их усложнения:

1. Информационная
2. Публицистическая
3. Аналитическая

32. Установите соответствие между элементами левого и правого столбиков: каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.

| | |
|-----------|---|
| Сообщение | Сведения, передаваемые, излагаемые кем-либо |
| Отчет | Подробное сообщение о положении дел |
| Хроника | Краткое сообщение о текущих событиях |
| Беседа | Разговор, после которого журналист создает произведение |

33. Какой из следующих видов является информационным интервью:

- А) Интервью-монолог
- Б) Интервью-портрет
- В) Беседа
- Г) Все три вида

34. В чем главный смысл информационного интервью? (выберите два пункта):

- А) Представить собеседника аудитории
- Б) Желание журналиста снять с себя ответственность за освещение события
- В) Стремление журналиста качественнее донести новость до аудитории
- Г) Стремление журналиста продемонстрировать умение разговаривать собеседника

35. Напишите название, пропущенное в следующей фразе: «Для журналиста его собеседник, прежде всего, – _____».

36. Интервью – это:

- А) Общение старых друзей
- Б) Метод сбора информации
- В) Один из видов светской хроники в СМИ
- Г) Желание редакции повысить к себе доверие со стороны аудитории

37. Что из нижеперечисленного не является методом сбора информации:

- А) Анализ документов
- Б) Интервью
- В) Наблюдение
- Г) Подготовка материала

38. Напишите слово, пропущенное в следующей фразе: «Интервью – это _____ метод».

39. Установите соответствие между элементами левого и правого столбиков: каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.

| | |
|---------------------|----------------|
| Антон Хреков | «НТВ» |
| Даниил Логинов | «Эфир» |
| Максим Шарафутдинов | «Первый канал» |
| Мария Штейн | «Культура» |

40. Андрей Караулов – это:

- А) Актер театра и кино
- Б) Профессиональный спортсмен
- В) Ведущий передачи на канале «ТВ-Центр»
- Г) Бывший советник Президента РФ по экономическим вопросам

41. **Напишите слово, пропущенное в следующей фразе:** «Предоставить собеседнику возможность высказаться по актуальной проблеме – главная задача жанра _____».

44. **Интервью-полилог – это:**

- А) Разговор, в котором затрагивается много различных тем
- Б) Разговор, опубликованный в нескольких изданиях сразу
- В) Разговор, в котором главной целью является недосказанность
- Г) Разговор, в котором участвуют два или более лица

43. **Установите соответствие между элементами левого и правого столбиков: каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.**

| | |
|-----------------------|---|
| Горячая линия | Диалог между гостем или корреспондентом редакции и аудиторией |
| Общественная приемная | Наблюдение за каким-либо процессом или состоянием чего-либо |
| Круглый стол | Обсуждение актуальной проблемы с привлечением специалистов |
| Мониторинг | Комната в редакции для приема посетителей |

44. **Главное официальное информационное агентство Республики Татарстан называется:**

- А) «Интертат»
- Б) «Татцентр»
- В) «Татар-информ»
- Г) «Е-Татар.ру»

45. **Установите соответствие между элементами левого и правого столбиков: каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.**

| | |
|---------------------|--------------------------|
| Сергей Пархоменко | Политический комментарий |
| Леонид Радзиховский | Журнал новостей |
| Артемий Троицкий | Публикации о природе |
| Василий Песков | Музыкальное обозрение |

46. **Напишите слово, пропущенное в следующей фразе:** «_____ – вид общения, чаще всего встречающийся в интервью».

47. **Ежедневная вечерняя информационная телепередача, в которой всегда есть студийное интервью со специалистом, называется:**

- А) «Время»
- Б) «События. 25-й час»
- В) «24»
- Г) «Новости»

48. Пресс-конференция – это:

- А) Выступление журналиста в печати
- Б) Выступление компетентного лица в средствах массовой информации
- В) Выступление компетентного лица перед журналистами по определенной проблеме с последующим ответом на задаваемые вопросы
- Г) Выступление пресс-секретаря организации перед журналистами

49. Брифинг – это:

- А) Общение компетентного лица с журналистами
- Б) Выступление журналиста в печати
- В) Выступление компетентного лица перед журналистами по определенной проблеме
- Г) Торжественная презентация чего-либо нового

50. Кто является главным редактором каждого из этих изданий? Установите соответствие между элементами левого и правого столбиков: каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.

| | |
|--------------------|------------------------|
| Николай Зятьков | «Аргументы и факты» |
| Владимир Сунгоркин | «Комсомольская правда» |
| Владислав Фронин | «Литературная газета»\ |
| Юрий Поляков | «Российская газета» |

51. Этот информационный жанр петровские «Ведомости» использовали как привычную форму сообщений о происходивших мероприятиях:

- А) Реляция
- Б) Отчет
- В) Корреспонденция
- Г) Хроника

52. Напишите слово, пропущенное в следующей фразе: «Телевизионная передача, которую Михаил Дегтярь вел на канале «ТВЦ», называется «_____».

53. Напишите слово, пропущенное в следующей фразе: «_____ – жанр, в котором как и в репортаже, очень важен эффект присутствия автора на мероприятии».

54. Этот вид отчета может быть очень большим в зависимости от происходящего события:

- А) Аналитический
- Б) Обычный
- В) Развернутый
- Г) Информационный

55. Напишите слово, пропущенное в следующей фразе: «Цель аналитического отчета – показать _____ тех или иных суждений, предложений, оценок, выводов и дать их оценку, определить значимость».

56. Этот вид жанра в зависимости от направленности интереса журналиста может быть объяснением, оценкой или программой:

- А) Заметка с комментарием
- Б) Реплика
- В) Аналитический отчет
- Г) Репортаж

57. Материал М. Кольцова «Три дня в такси» написан в жанре:

- А) Отчет
- Б) Эссе
- В) Репортаж
- Г) Статья

58. Российский журнал, специализирующийся на путевых репортажах:

- А) «Эксперт»
- Б) «Вокруг света»
- В) «Дом»
- Г) «Деньги»

59. Напишите слово, пропущенное в следующей фразе: «В начале XX века _____ часто сопоставляли с документалистикой кинематографа, видя общее в отчетливой работе через деталь, исключая описательность».

60. Главное назначение репортажа:

- А) Оперативность
- Б) Осмысление жизненных реалий
- В) Представление динамичной картины события
- Г) Выражение мнений организаторов мероприятия

61. Напишите слово, пропущенное в следующей фразе: «Репортаж – не только цепь фактов, но и цепь _____».

62. Федеральная газета, в которой регулярно публикуются репортажи:

- А) «Московские новости»
- Б) «Московский комсомолец»
- В) «Независимая газета»
- Г) «Твой день»

63. Выражение «глаза и уши аудитории» образно определяет журналиста профессии:

- А) Репортер
- Б) Фотокорреспондент
- В) Ответственный секретарь
- Г) Главный редактор

64. **Напишите слово, пропущенное в следующей фразе:** «Материалы новостной рубрики газеты «Казанские ведомости» относят к информационному жанру _____».

64. **Какое из следующих изданий является online-СМИ:**

- А) «Газета»
- Б) «Грани»
- В) «Аргументы недели»
- Г) «Трибуна»

65. **Функция, являющаяся главной для журналиста:**

- А) Отстаивать интересы определенных групп
- Б) Участвовать в информационных войнах
- В) Формировать общественное мнение
- Г) Объективно информировать общественность о событиях

66. **Еженедельная информационно-аналитическая передача телеканала РЕН-ТВ называется:**

- А) «Акция»
- Б) «Неделя»
- В) «Постскриптум»
- Г) «Взгляд»

67. **Для репортажа характерно (отметьте два пункта):**

- А) Легкость и простота изложения темы
- Б) Краткость и телеграфный стиль
- В) Стремление осмыслить реалии современной действительности
- Г) Агрессивная тональность, изобилующая политическими лозунгами

68. **Установите соответствие между элементами левого и правого столбиков: каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.**

| | |
|-------------|---|
| Инфотеймент | Доведение новости, откликов на нее до логического конца |
| Финишинг | Текущая информация, не содержащая сенсацию |
| Эвент экшн | Спровоцированное событие |
| Бэкграундер | Разыгрывание новости |

69. **Выстройте порядок размещения составных частей материала:**

1. Рубрика
2. Заголовок
3. Лид
4. Текст

70. Выстройте информационные жанры в порядке их укрупнения:

1. Хроникальная заметка
2. Блиц-опрос
3. Заметка
4. Интервью

71. Телепередача, полностью подготовленная в жанре интервью, называется:

- А) «В центре событий»
- Б) «Момент истины»
- В) «Столица»
- Г) «Петербург: время и место»

72. Напишите слово, пропущенное в следующей фразе: «Для раскрытия темы в информационном жанре необходимо ответить на вопросы: Кто? Что? Где? _____».

73. По мнению А.А. Тертычного, к информационной группе следует отнести именно этот жанр:

- А) Статья
- Б) Прогноз
- В) Анкета
- Г) Анонс

74. Напишите слово, пропущенное в следующей фразе: «Представление противоположных по сути точек зрения на одну проблему называется _____».

75. Вставьте пропущенные слова в следующие фразы:

- А) «Во время _____ наблюдения журналист смотрит на специфику профессии изнутри, «примеряя на себя» все ее радостные и грустные моменты»;
- Б). «_____ называется такой вид наблюдения, при котором журналист следит за событием со стороны, не принимая в нем активного участия».

76. Жанровая группа, к которой относится репортаж:

- А) Информационная
- Б) Аналитическая
- В) художественно-публицистическая

77. Автор произведения «Как я был первым»:

- А) Д. Писарев
- Б) В. Овечкин
- В) А. Аграновский
- Г) С. Довлатов

78. Информационное интервью ставит перед собой эту основную цель:

- А) Проинформировать читателя о предмете авторского интереса
- Б) Проанализировать создавшуюся ситуацию
- В) Познакомить читателя с одной из версий события
- Г) Развлечь читателя

79. Какая из транслируемых в Казани федеральных FM-радиостанций не имеет собственной информационной службы:

- А) «Русское радио»
- Б) «Милицейская волна»
- В) «Шансон»
- Г) Все редакции имеют службу новостей

80. Какая радиостанция Республики Татарстан регулярно рассказывает о событиях в республике:

- А) «Бим-радио»
- Б) «Новый век»
- В) «Наше радио»
- Г) «Дорожное радио-Казань»

81. Информационные выпуски федеральных телекомпаний не имеют политической темы:

- А) «Первый канал»
- Б) «СТС»
- В) «ТВ-Центр»
- Г) «Рамблер»

82. Напишите название, пропущенное в следующей фразе: «Ведущие _____ России: ИТАР-ТАСС, РИА «Новости», Росбалт, Интерфакс, ИМА-Пресс».

83. Официальным публикатором всех официальных документов РФ является:

- А) «Российская газета»
- Б) «Комсомольская правда»
- В) «Советская Россия»
- Г) «Аргументы и факты»

84. Эти два издания Республики Татарстан являются официальным публикатором всех официальных документов РТ:

- А) «Вечерняя Казань»
- Б) «Шахри Казан»
- В) «Республика Татарстан»
- Г) «Ватаным Татарстан»

85. **Какое из следующих изданий не является федеральным:**

- А) «Известия»
- Б) «Время и деньги»
- В) «Новая газета»
- Г) «Твой день»

86. **Совокупность сообщаемых сведений за единый промежуток времени называется:**

- А) Бюллетень
- Б) Набор данных
- В) Обзорение
- Г) Информационный выпуск

87. **Prime-time – это:**

- А) Время, когда данный канал слушает (смотрит) наименьшее число аудитории
- Б) Время профилактики на конкретном канале
- В) Время, когда данный канал слушает (смотрит) наибольшее число аудитории
- Г) Субботний день

88. **Deadline – это:**

- А) Цикл издания одного выпуска газеты (журнала)
- Б) Контрольное время сдачи материала в номер (передачу) или номера (передачи) в печать или в эфир
- В) Одна из дизайнерских программ
- Г) Один из журналистских обучающих проектов

89. **Какое из информационных агентств не является государственным:**

- А) «ТАСС»
- Б) «Россия сегодня»
- В) «Интерфакс»
- Г) «Regnum»

90. **Интервью может быть (отметьте два пункта):**

- А) Информационным
- Б) Игровым
- В) Публицистическим
- Г) Аналитическим

91. **Какой из следующих телеканалов является государственным:**

- А) «НТВ»
- Б) «СТС»
- В) «Культура»
- Г) «Муз-ТВ»

92. Установите соответствие между элементами левого и правого столбиков: каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.

| | |
|---------------------------|--|
| Виды заголовков | Тема, парадокс, идея, цитата |
| Характер новости | Сенсационный, актуальный, оригинальный, значимый, полезный |
| Составные части материала | Лид, зачин, развитие действия, основная часть, заключение |
| Вид новости | Смысловой, драматический, сюрпризный, скандальный, локальный, глобальный |

93. Какая из следующих телекомпаний является региональной:

- А) «Домашний»
- Б) «Эфир»
- В) «Россия»
- Г) «РЕН-ТВ»

94. В каком году принят Закон РФ «О средствах массовой информации»:

- А) 1993
- Б) 1991
- В) 2003
- Г) 1992

95. Метод наблюдения делится на подвиды:

- А) Ответственное и безответственное
- Б) Отчаянное и нечаянное
- В) Включенное и невключенное
- Г) Явное и неявное

96. Напишите слово, пропущенное в следующей фразе: «_____» – передача республиканской телекомпании «Эфир», рассказывающая о новостях на криминальную тему».

97. Напишите название, пропущенное в следующей фразе: «Сведения о тираже, телефонах отделов, руководстве редакции, графике сдачи номера в печать, публикуемые в номере, получили название _____».

98. В какой из республиканских газет информационная рубрика называется «Абзац-информ»:

- А) «Ватаным Татарстан»
- Б) «Банковская газета»
- В) «Вечерняя Казань»
- Г) «Известия Татарстана»

99. **Егор Яковлев был основателем и редактором газеты:**

- А) «Аргументы и факты»
- Б) «Труд»
- В) «Московские новости»
- Г) «Комсомольская правда»

100. **Автор книги «50 интервью»:**

- А) Александр Тертычный
- Б) Наум Мар
- В) Ясен Засурский
- Г) Иван Засурский

101. **«Новости – время местное» – это:**

- А) Название одной из районных газет в РТ
- Б) Рубрика в радиопередаче
- В) Рубрика в телепередаче
- Г) Профессиональный журналистский конкурс

102. **К информационным жанрам относятся (выберите три пункта):**

- А) Интервью
- Б) Заметка
- В) Письмо
- Г) Реплика

103. **Основные требования к заметке:**

- А) Оперативность, краткость, информативность
- Б) Образность, детализация, авторская субъективность
- В) Сенсационность, скандал, драматургия
- Г) Краткость, хронология события, оценка автора

104. **Что не является источником информации для журналиста:**

- А) Сообщения информационных агентств
- Б) Заявления для прессы официальных лиц
- В) Слухи
- Г) Публикации в негосударственных изданиях

105. **Напишите слово, пропущенное в следующей фразе:** «Журналист обязан _____ любую поступившую к нему информацию».

106. **Закон, в котором прописаны права и обязанности журналиста, называется:**

- А) О средствах массовой информации
- Б) Конституция
- В) О рекламе
- Г) Профессиональный кодекс чести

107. **Не является обязательным сообщением для официального СМИ:**

- А) Информация от учредителя
- Б) Информация из пресс-службы главы страны (региона)
- В) Сообщения государственного информационного агентства
- Г) Сообщение для прессы от любой другой группы лиц

108. **Напишите слово, пропущенное в следующей фразе:** «Человек, предоставивший журналисту информацию, называется _____».

109. **Напишите слово, пропущенное в следующей фразе:** «Если необходимо, журналист обязан хранить в тайне свой _____ информации»

110. **Какая из следующих республиканских газет официально является государственной:**

- А) «Вечерняя Казань»
- Б) «Казанские ведомости»
- В) «Республика Татарстан»
- Г) «Студенческая газета «Молодежь Татарстана»

111. **К какому типу издания относится «Правда.ru»:**

- А) Коммерческое издание
- Б) Информационный бюллетень
- В) Online-СМИ
- Г) Глянцевый журнал

112. **Главная радиостанция федерального эфира в России:**

- А) «Маяк»
- Б) «ГНВ»
- В) «Курай»
- Г) «Радио России»

113. **Федеральная радиостанция, широко освещающая вопросы религии:**

- А) «Орфей»
- Б) «Голос России»
- В) «Радонеж»
- Г) «Славянка»

114. **В каком виде репортажа работает Дмитрий Губерниев:**

- А) Политический
- Б) Социальный
- В) Спортивный
- Г) Криминальный

115. **Объектом журналистского выступления является:**

- А) Сфера интересов учредителя издания
- Б) Актуальные проблемы современности
- В) Реальная действительность
- Г) Самые популярные в обществе темы

116. **Государственная телерадиокомпания Республики Татарстан называется:**

- А) «Эфир»
- Б) «Вести-Татарстан»
- В) «Новый век»
- Г) «СТС-Казань»

117. **Радиостанция, являющаяся официальным информатором о жизни России на иностранные государства:**

- А) «Маяк»
- Б) «Голос России»
- В) «Настроение»
- Г) «Юность»

118. **Напишите слово, пропущенное в следующей фразе:** «Часть информационного текста, в которой выражена главная авторская мысль, называется _____».

119. **Напишите название, пропущенное в следующей фразе:** «_____ является официальным печатным органом Коммунистической партии Российской Федерации»

120. **Установите соответствие между элементами левого и правого столбиков: каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца.**

- | | |
|------------------------|--------------|
| «Комсомольская правда» | Ежедневник |
| «Московские новости» | Еженедельник |
| «XXL» | Ежемесячник |
| «Автобизнес.ру» | Ежегодник |

121. **Издание, являющееся на сегодняшний день основным деловым изданием в России:**

- А) «Коммерсантъ»
- Б) «Ведомости»
- В) «Взгляд»
- Г) «Россия»

122. **Республиканское издание, являющееся официальным публикатором сообщений Министерства по делам молодежи, спорту и туризму РТ:**

- А) «Я etc»
- Б) «Студенческий формат»

- В) «Студенческая газета «Молодежь Татарстана»
- Г) «Город»

123. **Передача «Профессия – репортер» выходит на федеральном телеканале:**

- А) «ТНВ»
- Б) «СТС»
- В) «МТВ»
- Г) «НТВ»

124. **Андрей Лошак, Вадим Такменев, Александр Хабаров, Аркадий Мамонтов. Какой жанр объединяет этих журналистов?**

- А) Интервью
- Б) Отчет
- В) Репортаж
- Г) Комментарий

125. **Передача «Специальный корреспондент» выходит на федеральном телеканале:**

- А) «Россия»
- Б) «Первый канал»
- В) «НТВ»
- Г) «Культура»

126. **Эта федеральная газета не имеет специального республиканского вкладыша:**

- А) «Комсомольская правда»
- Б) «Российская газета»
- В) «Известия»
- Г) «Спорт-экспресс»

127. **Еженедельная рубрика о культуре на телеканале «Эфир» называется:**

- А) «Культура»
- Б) «Диалог о культуре»
- В) «Культурный калейдоскоп»
- Г) «Культурная жизнь Казани»

128. **Издание, являющееся отраслевым, называется:**

- А) «Строительная газета»
- Б) «Вечерняя Казань»
- В) «Жизнь»
- Г) «Трибуна»

129. **Выберите правильный вид следующего заголовка: «Любишь науку – работай с молодежью»**

- А) Тема
- Б) Перифраз
- В) Идея
- Г) Двусмысленность

130. **Издание, являющееся муниципальным для столицы Татарстана:**

- А) «Вечерняя Казань»
- Б) «Выбор»
- В) «Известия Татарстана»
- Г) «Казанские ведомости»

131. **Федеральный телеканал, являющийся нишевым, называется:**

- А) «Первый канал»
- Б) «Домашний»
- В) «ТВ-Центр»
- Г) «РЕН-ТВ»

132. **Напишите слово, пропущенное в следующей фразе: «_____ – интересное, необычное и значимое событие, происшедшее за последние двадцать четыре часа».**

133. **«Петербургец Игорь Сазеев – первый россиянин, который захотел стать миллионером, участвуя в популярной телеигре, и стал им!» Представленный фрагмент является следующим видом лида:**

- А) «Затяжной прыжок»
- Б) Описание
- В) Зарисовка
- Г) Перевернутая пирамида

134. **Вид лида, при котором повествование начинается как бы издалека, постепенно подводя читателя к самому захватывающему моменту, подогревая его интерес, называется:**

- А) Вопрос
- Б) «Затяжной прыжок»
- В) Нагнетание напряжения»
- Г) Шутка

135. **Отметьте образные заголовки из предложенных вариантов:**

- А) Почему Шаймиев не рассказывает предвыборные сказки?
- Б) Праздник со слезами на глазах
- В) Комедия без ошибок
- Г) Зинаида Славина: «Я счастлива, когда меня понимают»

136. **Информационные жанры журналистики должны (правильных ответов может быть более одного):**

- А) Оперативно сообщать о факте, событии, явлении
- Б) Оперировать простой первичной и новой информацией
- В) Воссоздавать полноту картины мира
- Г) Использовать дихотомичные философские ряды

137. Может ли интервью носить не информационный характер:

- А) Нет, это жанр информационной журналистики
- Б) Нет, интервью – это метод сбора информации
- В) Да, в зависимости от его задач
- Г) Да, поскольку интервью предназначено для анализа действительности

138. Отчет – такой жанр, в котором:

- А) Автор обращает внимание исключительно на детали мероприятия, точно придерживаясь его хронологии
- Б) Автор излагает новость кратко и емко
- В) Автор информирует читателя о том, какие вопросы обсуждались или какие события происходили на его глазах, в зависимости от предполагаемой аудитории
- Г) Автор рассказывает о своих встречах, не пропуская ни одной детали

139. Какой из предложенных отрывков является фрагментом репортажа:

А) «Врач, орудуя блестящими инструментами, которые ловко вкладывала в его руки ассистентка, что-то говорил сквозь хирургическую маску, пациентка непринужденно ему отвечала, голоса тонули в мягких, обволакивающих звуках морского прибоя, доносящихся из стереодинамиков»

Б) «Сотрудники Гарвардского университета установили: определяющие уровень интеллекта традиционные тесты из необходимых семи факторов учитывают всего лишь два. Как считают специалисты, для того, чтобы наиболее достоверно и точно определить уровень интеллекта, необходимо иметь всеобъемлющую картину о возможностях и способностях данного человека»

В) «Кроме поздравлений и подарков по случаю женского праздника, в стенах татарской гимназии девочек обсуждался важный вопрос, касающийся расширения этого учебного заведения. Председатель Госсовета РТ Фарид Мухаметшин, заместитель председателя постоянной комиссии Госсовета РТ по социальным вопросам, делам детей и молодежи Роза Туфетулова, министр образования РТ Фарис Харисов прошли по учебным классам гимназии и вынесли свой вердикт – здание нужно расширять»

140. Задача любого репортера в первую очередь заключается в том, чтобы:

- А) Произвести эффект эмоционального толчка
- Б) Создать эффект присутствия
- В) Вызвать психологический эффект воздействия на аудиторию
- Г) Побудить читателя к непосредственным и немедленным действиям

141. Жанр в журналистике – это:

- А) Форма отражения объекта, жизненной ситуации, факта
- Б) Тип литературного произведения в единстве специфических свойств его формы и содержания
- В) Способ отображения предмета, характер его изображения
- Г) Способ группировки данных

142. Основным содержанием событийной заметки является:

- А) Фактологическое описание
- Б) Превентивные сообщения о будущих мероприятиях
- В) Оценка журналистом информационного явления
- Г) Изложение версии события

143. «Знаменитую певицу не было слышно несколько лет и вдруг в конце прошлого года она прерывает молчание, дает сольные концерты в Государственном Кремлевском дворце. А затем объявляет о своем гастрольном турне по городам России, которое посвящает 30-летию своей творческой деятельности. Однако, по слухам, гастроли София Ротару организовала с тем, чтобы собрать деньги на лечение мужа, который тяжело болен – недавно перенес инсульт». **Представленный фрагмент является:**

- А) Лидом-зарисовкой
- Б) Лидом – интересной подробностью
- В) Лидом-перевернутой пирамидой
- Г) Лидом-повествованием.

144. **Определите заголовок-цитату:**

- А) Знакомьтесь: Павел Бородин
- Б) Два мира – два кефира
- В) Звиад имел золотые горы и реки полные вина
- Г) Евгений Сухов: «Я сделал этого Акунина!»

145. **Этот жанр в переводе с латинского означает «осведомлять»:**

- А) Репортаж
- Б) Заметка
- В) Информационный отчет
- Г) Корреспонденция

146. **Определяющим признаками информационных жанров являются (правильных ответов может быть более одного):**

- А) Новизна
- Б) Оперативность
- В) Наглядность
- Г) Обоснованность

147. **Выберите два правильных суждения:**

- А) Информационное интервью должно быть предельно лаконичным, нейтральным
- Б) Информационное интервью должно быть развернутым, подробно комментирующим факт
- В) Информационное интервью должно позволять собеседнику раскрыть причинно-следственные связи, анализировать обсуждаемое событие
- Г) Информационное интервью может иметь только один вопрос, на который журналист пытается получить ответ от множества людей

148. **С каким информационным жанром соотносятся следующие определения:** «форма оперативного комментирования факта, предназначенная для осведомления читателей, предполагающая подробный, но отстраненно-объективный рассказ о событии, процессе, сочетающая изложение, показ и группировку фактов с их интерпретацией, компактное монотемное сообщение, самый скучный жанр в газете» и «формула успеха этого жанра – единство двух задач: сообщить и оценить»:

- А) Репортаж
- Б) Отчет
- В) Информационная корреспонденция
- Г) Интервью

149. Какой из предложенных отрывков является фрагментом интервью:

А) «В понедельник в Большом концертном зале царил Его Величество романс. Стоит ли говорить о том, что зал был полон? Здесь пела королева этого жанра, несравненная Валентина Пономарева. ...Певица вышла на сцену в эффектном черно-фиолетовом платье, переливающимся серебром, с ней вместе – замечательные гитаристы Сергей Воронцов и Константин Гогунский. Артисты выступали без всяких лазерных шоу, дымовых завес и прочей мишуры. «Никаких проводов, никаких прибабасов, - сказала Валентина Дмитриевна. Я стою очень близко, и вы все видите это: гитары, живой голос, никаких фонограмм – это я вам гарантирую!» С восторгом принимала публика романсы из фильма Рязанова «Жестокий романс». По словам певицы, фильм вышел в 1984 году, и два-три года никто не знал, кто поет за кадром».

Б) «Весь день депутаты ждали: когда же президент произнесет самые важные слова – о месте республики в России, о послании Путина, о судьбе суверенитета. Но он молчал, даже когда уже была принята последняя поправка. На лицах депутатов уже появился было немой вопрос. И буквально за пять минут до конца сессии Минтимер Шарипович взял слово. Еще раз заметив, что Татарстан по-прежнему стоит на своем, придерживаясь принципов Договора 1994 года, он неожиданно заявил: «Путин сказал, что договоры с регионами вполне конституционны, но в то же время, возможно, эти договоры будут утверждаться федеральным законом. Я думаю, что надо будет вести подготовительную работу в этом направлении...»

В) «Разговоры об открытии в столице РТ художественного вуза ведутся уже несколько лет, но сведения об этом противоречивые. Как же на самом деле обстоят дела? Чтобы прояснить вопрос, мы встретились с директором Казанского художественного училища Махмутом Вагаповым:

- Махмут Ахатович, так все-таки будет у нас в Казани художественное высшее учебное заведение или нет?

- Совершенно твердо заявляю: будет. Подготовка к этому идет уже четыре года.

- Говорят, что Церетели холодно отнесся к этой идее. Якобы ему не оказали должного внимания...

- Да ничего подобного! Напротив, он всецело за открытие в Казани вуза. Он поборник классического образования...

- Когда реально можно ожидать открытия художественного вуза?

- В ближайшие месяцы. Документы подготовлены, четко сформирована вся программа, последнее слово за Кабинетом Министров. В 2003 году мы должны запустить первый факультет – живописи и набрать группу из 12 человек».

150. Своеобразие жанра репортажа возникает в результате:

А) Развернутого применения метода наблюдения и фиксации в тексте его хода и результатов

Б) Сообщения о событиях, которые с большой степенью вероятности должны произойти в ближайшем будущем

В) Сообщения читателю о впечатлении, полученном журналистом в ходе знакомства с отображаемым предметом

Г) Представление актуальной проблемы в вопросно-ответной форме

151. Что означает заголовок-тема?

А) Перечисление людей – героев материала

Б) Слова, содержащиеся в тексте, или предложение из речи кого-нибудь из официальных лиц

В) Главная мысль, содержащаяся в данной публикации

Г) Перефразирование известного афоризма или пословицы

152. **Какие вспомогательные фрагменты заметки помогают журналисту удостовериться, дополнить, «протащить» новость, сформировать отношение к ней:**

- А) «Картинки», наглядные детали
- Б) Ссылки, цитаты, цифры
- В) Реплики
- Г) Пояснения

153. **«Мать, потерявшую ребенка, ищут в Турции». Представленный фрагмент является:**

- А) Заголовком-темой
- Б) Заголовком-идеей
- В) Заголовком-цитатой
- Г) Лидом-интересной подробностью

154. **Определите заголовок-идею:**

- А) Танцы с саблями
- Б) Совершит ли «третий мир» прыжок в век информации?
- В) Суриковых воспитаем в Казани
- Г) Газета – с июля, а призы – уже сейчас!

155. **С помощью каких приемов журналист создает эффект присутствия аудитории на мероприятии (выберите два варианта):**

- А) «Работой через деталь»
- Б) Использования насыщенного описания (новеллистических элементов)
- В) Ссылок на слухи
- Г) Использования цитат

156. **Выберите правильные суждения:**

- А) Жесткая новость предполагает, что суть сообщения сконцентрирована в первом абзаце, изложена предельно лаконично и ясно
- Б) Блиц-интервью предполагает опрос эксперта по проблеме, человека, обладающего общезначимым общественным статусом, высоким профессиональным рангом
- В) Журналистский отклик на новейшие события, помимо оперативной передачи новостей, подразумевает их оперативное комментирование
- Г) Отчет предполагает воссоздание целого через деталь

157. **Главным в информационном интервью является (выберите два варианта):**

- А) Избежать неопределенности в ответах собеседника и верно зафиксировать их
- Б) Коротко прокомментировать ответы интервьюируемого лица
- В) Получить ответы на вопросы: Что? Где? Когда?
- Г) В наибольшей мере соответствовать информационным ожиданиям аудитории
- Д) Сообщить новые интересные факты о личности собеседника

158. **Чем отличается информационная корреспонденция от других жанров той же группы:**

- А) Вопросно-ответной формой изложения

- Б) Обязательным присутствием автора на месте события в момент его совершения
- В) Более детальным и более широким освещением единичного события, явления, действия, выяснением причин действия.
- Г) Актуализацией исследуемого явления

159. Какой из предложенных отрывков является фрагментом отчета:

А) «Завтра в Казани состоится совещание лидеров национальных движений тюркских и финноугорских народов. В нем, помимо татарстанцев, участие примут делегаты из Башкортостана, Мордовии, Марий Эл, Удмуртии и других национальных республик. Основной вопрос, ради которого они соберутся в Казани, – создание евроазиатских региональных конфедераций и Центра туранских народов»

Б) «С тех пор, как в районе появился торговый комплекс «Савиново», для частных торговцев других рынков настали не светлые времена. Не проходит и дня, чтобы к ним не наведались проверяющие, «советующие» им перебраться в «Савиново». А там, между прочим, аренда прилавка стоит 100 рублей в день... Предпринимателям с рынка «Кристалл» на улице Чуйкова, 25 дали понять, что они должны покинуть данную территорию: истек срок договора на отвод земли. В принципе, договор можно продлить, но это делать никто не собирается»

В) «В одном из красивейших мест Нижнекамска – Корабельной роше – прошел седьмой Фестиваль телерадиожурналистов «На волне Татарстана». Три дня пролетели как мгновение. И у меня осталось впечатление, что скоро не только в городах, даже в селах откроют свои телерадиостудии. С удивлением узнала, что районные ТРК существуют в Заинске, Актаныше, Сабах, Нурлате. Недаром на Фестиваль прислали около 300 работ... Фестиваль в этом году впервые расширил свои границы до Приволжского федерального округа. В его рамках прошел конкурс «Культура в эфире ПФО». А местом его проведения стал Нижнекамск, который завоевал право называться культурной столицей Поволжья. Самым интересным гостем фестиваля стал директор службы новостей телеканала «Культура» Владислав Флярковский, который хотя и не смог ответить на многие вопросы, но всех подкупил своей искренностью и интеллигентностью. Церемония награждения состоялась в культурно-развлекательном центре «Джалиль» Нижнекамска. Лучшим диджеем был признан бугульминец Радик Нургалиев из радиостанции «Ностальжи»...»

160. Использование метода наглядного изображения действительности в репортаже преследует цель:

- А) Дать возможность аудитории увидеть описываемое событие глазами очевидца
- Б) Помочь обобщить, типизировать материал
- В) Украсить, оживить размышления автора
- Г) Создать живописное полотно речевыми средствами

161. Этот прием не является ошибкой в создании заголовка:

- А) Использование аббревиатур
- Б) Введение элемента недосказанности
- В) Двусмысленность
- Г) Несоответствие главной теме материала

162. Какими методами репортер пытается вызвать сопереживание читателя (выберите несколько вариантов):

- А) Акцентирует внимание на сенсационности события
- Б) Излагает внешнюю динамику события

В) Передает динамику авторских переживаний, вызванных его знакомством с событием

Г) Представляет яркие, «кричащие» негативные факты общественной жизни, нарушающие справедливость

163. Вставьте пропущенное слово в следующую фразу: «Заголовок к любому вашему материалу должен работать на _____ цель».

164. Эти две составные части любого информационного текста несут в себе функцию привлечения и удержания внимания аудитории к тексту: _____ и _____.

165. Распределите заголовки по их видам:

| | |
|--|---------------------------|
| «Выйдем из кризиса окрепшими» | Заголовок-тема |
| «Не пронеси эту чашу мимо меня!» | Заголовок-фразеологизм |
| «Малый бизнес: лучше помогите материально | Заголовок-идея |
| «Осенний забой» | Заголовок-двусмысленность |

166. Распределите заголовки по их видам:

| | |
|--|------------------------|
| «Антонина, Тоня, Тонечка...» | Заголовок-каламбур |
| «Под прессом пресс-служб» | Заголовок-перечисление |
| «На восьми языках – об одном и том же» | Заголовок-идея |
| «Сделаем наш город чище» | Заголовок-парадокс |

167. Распределите заголовки по их видам:

| | |
|---|------------------------|
| «Вор у вора украл?» | Заголовок-тема |
| «Учиться, право, не грешно» | Заголовок-перечисление |
| «У предпринимателей своя ноша. И свои сложности» | Заголовок-фразеологизм |
| «Главный герой «Обитаемого острова» | Заголовок-вопрос |

168. Распределите заголовки по их видам:

| | |
|--|------------------------------|
| «Вместе мы сила, а врозь – хоть брось» | Заголовок-фразеологизм |
| «Взгляд с Туманного Альбиона» | Заголовок-противопоставление |
| «Наука победит даже кризис!» | Заголовок-идея |
| «Утром – словари, вечером – прогулки до зари» | Заголовок-тема |

169. Распределите заголовки по их видам:

| | |
|--|---------------------------|
| «Николай Ильинский: Истинная добродетель не ищет похвалы» | Заголовок-вопрос |
| «На полях Татарстана собран богатый урожай» | Заголовок-двусмысленность |
| «Стакан наполовину полон» | Заголовок-цитата |
| «Знакомые лица: была – не была?» | Заголовок-тема |

170. Распределите заголовки по их видам:

| | |
|--|------------------------------|
| «Дадут рубль, а спросят на миллион» | Заголовок-перечисление |
| «Кто возьмет билетов пачку...» | Заголовок-двусмысленность |
| «Антонина, Тоня, Тонечка...» | Заголовок-противопоставление |
| «Молодые фотографии начинают выигрывать» | Заголовок-тема |

171. Распределите заголовки по их видам:

| | |
|---|------------------------------|
| «68-я параллель. Деревня Нарыга: портрет с натуры» | Заголовок-тема |
| «Дмитрий Медведев: Перестаньте кошмарить бизнес!» | Заголовок-цитата |
| «Есть мнение. Ваше. И есть мнение – наше!» | Заголовок-перечисление |
| «Прощание с Учителем» | Заголовок-противопоставление |

172. К какому из видов лида относится следующее сообщение: «Поместный собор РПЦ во вторник избрал шестнадцатым патриархом Московским и всея Руси митрополита Смоленского и Калининградского Кирилла?»

- А) Зарисовка
- Б) Нагнетание напряжения
- В). Перевернутая пирамида
- В). Интересная подробность

173. К какому из видов лида относится следующее сообщение: «В смерти 27-летнего казанца, доставленного в отдел милиции «Азино-2», возможно, косвенно виноваты сотрудники милиции. Возбуждено уголовное дело по статье УК РФ «Халатность, повлекшая по неосторожности смерть человека?»

- А) Зарисовка
- Б) Нагнетание напряжения
- В). Перевернутая пирамида
- В). Интересная подробность

174. К какому из видов лида относится следующее сообщение: «В Елабуге, как и во всех других городах республики, живут представители самых разных этносов. В прошлом году здесь было заключено более тысячи браков, из которых каждый третий – межнациональный?»

- А) Анекдот
- Б) «Затяжной прыжок»
- В). Повествовательный
- В). Интересная подробность

175. К какому из видов лида относится следующее сообщение: «Яркая, немного сумбурная, порой загадочная, порой строгая и сдержанная, а главное, всегда разная – такова сущность женщины. Такими же разными оказались и работы участниц художественного проекта «Ребро Адама» Елабужского государственного музея-заповедника. Презентация выставки состоялась, а широкой публике она будет представлена в преддверии праздника 8 Марта?»

- А) Интересная подробность
- Б) История
- В) Цитата
- Г) «Затяжной прыжок»

176. **К какому из видов лида относится следующее сообщение:** «Футболисты «Рубина» в субботу прибыли в Испанию на второй тренировочный сбор, а во вторник уже провели первый контрольный матч с украинским «Металлургом», который завершился победой запорожской команды – 1:0»?

- А) Анекдот
- Б) Зарисовка
- В) Нагнетание напряжения
- Д) Перевернутая пирамида

177. **К какому из видов лида относится следующее сообщение:** «Многие из тех, кто рос единственным ребенком в семье, завидуют знакомым, имеющим братьев и сестер. Однако не всегда самые близкие наши родственники оказываются и самыми близкими по жизни людьми – известно немало случаев, когда братья и сестры терпеть друг друга не могут. А что происходит в вашей семье? Понять это поможет тест от журнала...»?

- А) Повествовательный
- Б) Перевернутая пирамида
- В) Нагнетание напряжения
- Г) История

178. **К какому из видов лида относится следующее сообщение:** «Другого пути у нас нет», – убежден Президент Минтимер Шаймиев, побывавший во вторник в Зеленодольске»?

- А) Перевернутая пирамида
- Б) Идея
- В) Цитата
- Г) Интересная подробность

179. **Вставьте пропущенное слово в следующее предложение:** «По ходу своего материала вы выстраиваете логическую цепочку, в которой каждое следующее предложение дополняет, конкретизирует, обыгрывает предыдущее, то есть является его _____ продолжением. Последняя фраза должна подвести своеобразный итог вышесказанному».

180. **Вставьте пропущенное слово в следующее предложение:** «Цель автора лида-интересная подробность – завладеть _____ читателя и заставить его прочесть весь текст, чтобы понять, о чем идет речь».

181. **Вставьте пропущенное слово в следующее предложение:** «Совет автору лида-зарисовки: «Вы можете начать материал с _____ обстановки, места события, героев будущей публикации. Подробность описания зависит только от фантазии автора, объема и жанра текста».

182. **Вставьте пропущенное слово в следующее предложение:** «В начале повествования вы сообщаете суть события или факта, а далее в тексте описываете _____, объясняете смысл того, что выразили в лиде-перевернутой пирамиде».

183. **Вставьте пропущенное слово в следующее предложение:** «Самое важное в лиде-нагнетании напряжения – это _____»

184. **Вставьте пропущенное слово в следующее предложение:** «от автора заметки требуется предельная _____ изложения факта».

185. **Вставьте пропущенное слово в следующее предложение:** «В заметке не стоит _____ то, о чем идет речь».

186. **Перечислите пять первых лиц чиновников в Российской Федерации на данное время:**

1. _____ (фамилия) _____ (должность)
2. _____ (фамилия) _____ (должность)
3. _____ (фамилия) _____ (должность)
4. _____ (фамилия) _____ (должность)
5. _____ (фамилия) _____ (должность)

187. **Перечислите пять первых лиц чиновников в Республике Татарстан на данное время:**

1. _____ (фамилия) _____ (должность)
2. _____ (фамилия) _____ (должность)
3. _____ (фамилия) _____ (должность)
4. _____ (фамилия) _____ (должность)
5. _____ (фамилия) _____ (должность)

188. **Вставьте пропущенное слово в следующее предложение:** «Задача автора заметки – быть _____ хроникером, фиксатором реальной действительности, а выводы пусть делает читатель (зритель)».

189. **Вставьте пропущенное слово в следующее предложение:** «В заметке важен _____, а не его интерпретация»

190. **Следующие перечисленные подвиды относятся к этому жанру журналистики: хроникальный, расширенный, с присутствием комментария:**

- А) Отчет
- Б) Заметка
- В) Репортаж
- Г) Интервью
- Д) Информационная корреспонденция

191. Следующие перечисленные подвиды относятся к этому жанру: хроникальный, развернутый и тематический:

- А) Отчет
- Б) Заметка
- В) Репортаж
- Г) Интервью
- Д) Информационная корреспонденция

192. Вставьте пропущенное слово в следующую фразу: «Самый краткий из всех подвидов информационного отчета называется _____ отчетом».

193. Вставьте пропущенное слово в следующую фразу: «Если журналист, присутствующий на мероприятии, внимательно наблюдает за его ходом, фиксируя буквально все: главные мысли и проблемы, освещаемые в докладах выступающих, реплики слушателей, реакцию зала, какие-то курьезные моменты, то его задача – подготовить _____ отчет».

194. Вставьте пропущенное слово в следующую фразу: «_____ отчет применяется тогда, когда журналист, во-первых, посещает конференцию, симпозиум, саммит или встречу, посвященную какой-либо одной актуальной проблеме. Во-вторых, если на мероприятии, среди прочего, много времени заняло обсуждение конкретной темы, о которой есть, что написать, но в таком случае корреспондент рискует значительно превысить объем развернутого отчета».

195. Вставьте пропущенное слово в следующую фразу: «В _____ от журналиста требуется не только умение сопоставлять и обобщать информацию, выявлять наиболее важные сведения, оценивать их правдоподобность, жизнеспособность, но и склонность к логическому рассуждению по предмету изучения».

196. Вставьте пропущенное слово в следующую фразу: «Целью журналиста, работающего над информационной корреспонденцией, является привлечение внимания аудитории своего СМИ к описываемой проблеме и показ _____ ее развития».

197. Вставьте пропущенное слово в следующую фразу: «Журналист, работающий над информационной корреспонденцией, должен не только собрать факты, но и обязательно сопоставить, _____ их».

198. Вставьте пропущенное слово в следующую фразу: «Объясняя факты и явления в корреспонденции, журналист стремится установить _____ между ними».

199. О какой проблеме должен вести речь автор корреспонденции?

- А) Международной
- Б) Глобальной
- В) Локальной
- Г) Региональной

200. Установите, к какому виду относится каждый из следующих лидов:

«Благотворительность в интересах детей стала темой состоявшегося в Казанском Кремле заседания под председательством Президента Минтимера Шаймиева» Интересная подробность

«Нижекамеец Олег Петров, впервые взял в руки фотокамеру десятилетним мальчишкой и вот уже четверть века не расстается с ней, увлеченно работая в области художественной фотографии» Нагнетание напряжения

«Вчера в центре Казани количество вопросов «Как пройти на улицу Баумана?» или «Как добраться до Кремлевской?» резко увеличилось. Более полутора тысяч бакалавров из 67 регионов страны, участников фестиваля «Российская студенческая весна-2009», решив не дожидаться централизованных экскурсий, устроили самостоятельное знакомство с городом» Перевернутая пирамида

201. Установите, к какому виду относится каждый из следующих лидов:

«К сожалению, с каждым годом все меньше остается среди нас ветеранов Великой Отечественной войны. Тем более мы обязаны дорожить такими людьми, которые в невиданно жестокой схватке с врагом отстояли Отечество, независимость страны. И мы просто обязаны сделать их жизнь лучше, светлее» Интересная подробность

«Сегодня во всем мире отмечается Международный день семьи, учрежденный Генеральной Ассамблеей ООН в 1993 году. Установление этого дня ставит целью обратить внимание общественности разных стран на многочисленные проблемы семьи. По мнению ООН, когда попираются основные права одной семьи – единство всей человеческой семьи, членами которой семьи являются, находится под угрозой» История

«Как вы думаете, где проще всего зарегистрировать собственное предприятие? Оказывается, лидерами в Татарстане являются Нижнекамск, Чистополь, Зеленодольск, Казань и Елабуга» «Затяжной прыжок»

202. Установите, к какому виду относится каждый из следующих лидов:

«...Они собрались в холле, празднично разодетые, в окружении своих друзей, участников фольклорного ансамбля «Яшь Ерякляр» села Конь, и в ожидании

гостей из района пели песни. Когда мы вместе с начальником управления отдела соцзащиты Пестречинского района и заведующей дома престарелых села Конь вошли в помещение, дружный хор исполнял веселую татарскую песню «Сандугач». Мы тихонько присели в сторонке, заслушались» Перевернутая пирамида

«Какие земельные участки подпадают под «дачную амнистию» и сколько документов нужно собрать для приватизации своих шести соток?» Зарисовка

«13 мая Председатель государственного Совета Фарид Мухаметшин в ходе рабочей поездки в Бугульминский муниципальный район ознакомился с положением дел на полях и объектах животноводства» Вопрос

203. Установите, к какому виду относится каждый из следующих лидов:

«Актриса Татьяна Самойлова 4 мая отметит юбилей. Жизнь часто ломала эту женщину. Ее биография полна взлетов и обидных простоев, переживаний и суровых испытаний. Первым испытанием на прочность для студентки Самойловой стала всемирная известность, которая обрушилась на нее очень рано – после премьеры фильма «Летят журавли» Нагнетание напряжения

«В конце прошлого года «Комсомолка» первой написала о том, что в семье участника проекта «Ледниковый период» Ксении Алферовой и Егора Бероева не все так гладко, как прежде» Интересная подробность

«Федеральная антимонопольная служба может отменить обязательное страхование жизни при оформлении жилищного кредита» Перевернутая пирамида

204. Установите, к какому виду относится каждый из следующих лидов:

«Паевые фонды показывают неплохую прибыль, пока растут фондовые рынки» Перевернутая пирамида

«Недоброжелатели и завистники зовут французского президента «кроликом Duracell». Слишком он уж активный, энергичный. Точь-в-точь как те длинноухие зверьки на долгоиграющих батарейках из рекламного ролика. Живчик и в политике, и в личной жизни» Зарисовка

«В Киеве Пугачева давала концерты и проводила презентацию «Радио Алла» Интересная подробность

205. Установите, к какому виду относится каждый из следующих лидов:

«Новая тенденция: жители российских мегаполисов вкладывают деньги в свою внешность, а этим пользуются нечистые на руку врачи» Интересная подробность

«В то время. Когда Республика Татарстан признана наиболее пострадавшей от экономического кризиса, в центре Казани выставлена на продажу квартира по фантастической для местных условий цене – 78 миллионов рублей» Вопрос

«Что общего у фигурного катания и КВН?» Нагнетание напряжения

206. Установите, к какому виду относится каждый из следующих лидов:

«Мама Насти Приходько: «Я не стыжусь своего прошлого!» «Затяжной прыжок»

«Свое «антикризисное решение» 13-летняя Маша Клец соорудила из пары колготок» Интересная подробность

«У премьера были и хорошие, и плохие новости. Плохая: 2009 год будет очень трудным. Хорошие: «рубль стабилизировался, есть основания полагать, что и инфляция будет снижаться», – пообещал премьер. На борьбу с кризисом государство бросило 1,4 триллиона рублей» Цитата

207. Напишите лид-перевернутую пирамиду, используя, в том числе, следующие слова: группа, люди, Волга, сюжет, деньги, просто, снег, жизнь, город, человек, работа, ум. Можно использовать сочетания с этими словами.

208. Напишите лид-зарисовку, используя, в том числе, следующие слова: мама, улица, дерево, сила, автомобиль, душа, честность, автобус, толпа. Можно использовать сочетания с этими словами.

209. Напишите лид-интересную подробность, используя, в том числе, следующие слова: велосипед, бизнес, продажа, увлечение, сила, состояние, группа, медицина, владеть, хранение. Можно использовать сочетания с этими словами.

210. Напишите лид-«затяжной прыжок», используя, в том числе, следующие слова: дом, картина, бабушка, молоко, желание, клавиатура, интрига, стихи, просьба, учитель, память, надоело, думать. Можно использовать сочетания с этими словами.

211. Напишите лид-нагнетание напряжения, используя, в том числе, следующие слова: просьба, стол, курить, женщина, страна, политика, состояние, мучить, расслабляться, вред, система, отношение. Можно использовать сочетания с этими словами.

212. Напишите лид-вопрос, используя, в том числе, следующие слова: любовь, проект, история, система, ответ, скучно, мальчик. Можно использовать сочетания с этими словами.

213. Напишите лид-историю, используя, в том числе, следующие слова: пароход, нелепо, глубина, курс, состояние, думать, родиться, искать, исследовать, привлекать, риск, умение, ждать. Можно использовать сочетания с этими словами.

214. Дополните ряд профессиональных качеств, которыми должен обладать журналист, собирающий материал для заметки:

- А) Мобильность
- Б) Бережная работа с фактом
- В) _____
- Г) _____
- Д) _____

215. Дополните ряд профессиональных качеств, которыми должен обладать журналист, работая в жанре интервью:

- А) Умение слушать собеседника
- Б) Умение реагировать на реплики собеседника
- В) _____
- Г) _____
- Д) _____

216. Дополните ряд профессиональных качеств, которыми должен обладать журналист, работая в жанре репортажа:

- А) Мобильность
- Б) Умение видеть и слышать обстановку
- В) _____
- Г) _____
- Д) _____

217. Дополните ряд профессиональных качеств, которыми должен обладать журналист, работая в жанре отчета:

- А) Внимательность
- Б) Любознательность
- В) _____
- Г) _____
- Д) _____

218. Дополните ряд профессиональных качеств, которыми должен обладать журналист, работая в жанре информационной корреспонденции:

- А) Умение сопоставлять факты
- Б) Поиск причин того или иного события (явления)
- В) _____
- Г) _____
- Д) _____

219. Дополните ряд – перечисление источников информации для журналиста:

- А) Различные официальные документы
- Б) Пресс-релизы, поступающие из пресс-служб организаций
- В) _____
- Г) _____
- Д) _____

220. Дополните ряд, указывающий на методы сбора информации:

- А) Наблюдение
- Б) Блиц-опрос
- В) _____
- Г) _____
- Д) _____

221. Подвидом этого жанра является полилог:

- А) Информационная корреспонденция
- Б) Анонс
- В) Репортаж
- Г) Интервью
- Д) Интервью и заметка
- Е) Заметка

222. Этот метод сбора информации не является для журналиста этичным:

- А) Проработка документов
- Б) Интервью
- В) Изучение прессы
- Г) Ориентация на слухи

223. Этот метод сбора информации считается обязательным в работе журналиста:

- А) Прослушивание телефонных переговоров
- Б) Слив компромата
- Д) Изучение отчетов исследовательских групп
- Е) Ориентация на слухи

224. Что такое джинса?

- А) Прием в дизайне периодического издания
- Б) Профессиональное название выходных данных издания
- Г) «Мягкая» реклама чего-либо в тексте
- Д) Реклама товара, выполненная на твердых носителях

225. Сообщение аудитории новости, итога какого-либо события или явления, разговор о причинах случившегося в начале материала называется следующим вариантом подачи информации:

- А) Мягким
- Б) Косвенным
- Г) Жестким
- Д) Сильным

226. В этом варианте подачи информации акцент делается не на конечном итоге какого-либо события, а на его деталях. Как называется этот вариант?

- А) Мягкий
- Б) Жесткий
- В) Ударный
- Г) Косвенный

227. Монолог, диалог, полилог являются подвидами следующего жанра:

- А) Репортаж
- Б) Корреспонденция
- В) Заметка
- Г) Отчет
- Д) Интервью

228. Встреча журналистов с экспертом в какой-либо области называется:

- А) Брифинг
- Б) Беседа
- Г) Пресс-конференция
- Д) Релиз

229. Краткое выступление, как правило, официального лица (министра, члена правительства или комиссии, полномочного представителя) или пресс-секретаря организации по какой-либо одной теме называется:

- А) Митинг
- Б) Брифинг
- В) Пресс-конференция
- Д) Встреча

230. Выступление официальных лиц перед журналистами, не предполагающее вопросов, называется:

- А) Релиз
- Б) Брифинг
- В) Заявление для прессы
- Д) Перфоманс

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с требованиями ФГОС вузы должны располагать специализированными кабинетами, лабораториями. Соответственно, для проведения аудиторных занятий по настоящей дисциплине необходима лаборатория / кабинет конвергентной (мультимедийной) журналистики.

Помещение лаборатории / кабинета конвергентной (мультимедийной) журналистики должно быть оснащено необходимой учебной и учебно-методической литературой, подшивками ведущих федеральных и республиканских печатных СМИ. **Технические средства, необходимые в помещении лаборатории / кабинета конвергентной (мультимедийной) журналистики.**

А). Мультимедийный компьютер или ноутбук (технические требования: графическая операционная система, привод для чтения-записи компакт-дисков всех форматов, аудио- и видео входы/выходы, возможность выхода в Интернет, оснащение акустическими колонками с пакетом прикладных программ (текстовых, графических, презентационных) для чтения файлов, верстки медийных текстов, монтажа аудио- и видео файлов);

Б). Мультимедийный проектор;

В). Средства телекоммуникации (выход в Интернет, электронная почта, социальные сети);

Г). Сканер;

Д). Принтер и ксерокс;

Е). Экран на штативе.

Учебное издание

Баканов Роман Петрович

**ОСНОВЫ
ЖУРНАЛИСТСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**новостная
журналистика**

Учебно-методическое пособие

Подписано в печать 16.07.2015.

Бумага офсетная. Печать цифровая.

Формат 60x84 1/16. Гарнитура «Times New Roman». Усл. печ. л. 6,74.

Уч.-изд. л. 6,27. Тираж 100 экз. Заказ 48/7

Отпечатано с готового оригинал-макета
в типографии Издательства Казанского университета
Верстка: Р.П. Баканов

420008, г. Казань, ул. Профессора Нужина, 1/37
тел. (843) 233-73-59, 233-73-28