



КОМИТЕТ
ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ
ГОРОДА МОСКВЫ



МОСВОЛОНТЁР

ДЕЛАЙ МИР
ДОБРЕЕ
ВМЕСТЕ С НАМИ!

*Волонтеры
Москвы*



Серия: для волонтера

Настольная книга медиаволонтера

mosvolonter.ru

ПРАВИТЕЛЬСТВО МОСКВЫ
КОМИТЕТ ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ ГОРОДА МОСКВЫ

Государственное бюджетное учреждение города Москвы
«Ресурсный центр по развитию и поддержке
волонтерского движения «Мосволонтёр»

С.В. ЕРОФЕЕВ

НАСТОЛЬНАЯ КНИГА МЕДИАВОЛОНТЕРА

Серия: Для волонтера

Москва
2018

УДК 364-4:070
ББК 60.94 + 76.00
Е78

Е78 **Ерофеев С.В. Настольная книга медиаволонтера.** – М.: ГБУ города Москвы «Мосволонтёр», 2018. – 82 с.

Эта книга – первое методическое пособие для волонтеров, мечтающих поработать в мире медиа. В ней сконцентрирован опыт журналистов разных СМИ, работающих с волонтерами, а также опыт Ресурсного центра «Мосволонтер», который готовит волонтеров к работе с разными видами медиа. В книге три основных раздела, которые дадут читателям базовые знания о журналистике и публичных коммуникациях, подскажут как писать для газет, телевидения, радио, интернет-СМИ и социальных сетей. Это пособие поможет волонтерам кратчайшим путем научиться информационному освещению любых событий.

ISBN 978-5-6040840-4-5



УДК 364-4:070
ББК 60.94 + 76.00

ISBN 978-5-6040840-4-5

©Ерофеев С.В., 2018.
©ГБУ города Москвы «Мосволонтёр», 2018.
© Издательство ООО «МИНУТА ПРИНТ МЕДИА», 2018.

Содержание

Кто такие волонтеры и медиаволонтеры?	5
Путеводитель по миру журналистики	10
Практикум	41
Правила писанные и неписанные	63
Двери в профессию	72
Глоссарий	75

Эта книга – моя признательность моим учителям:

[Илье Михайловичу Суслову](#) – первому ректору Школы юного журналиста на факультете журналистики МГУ, первому космическому журналисту и человеку, который заразил меня журналистикой на всю жизнь;

[Сергею Александровичу Муратову](#) – профессору факультета журналистики МГУ, журналисту, который придумал КВН и приобщал меня к журналистике как науке на протяжении всей моей карьеры;

[Рудольфу Андреевичу Борецкому](#) – профессору факультета журналистики МГУ, автору первого учебника по телевизионной журналистике и моему постоянному советчику;

[Леониду Абрамовичу Золотаревскому](#) – легенде российской журналистики, который из наставника стал другом и научил меня многому в профессии и в жизни.

КТО ТАКИЕ ВОЛОНТЕРЫ И МЕДИАВОЛОНТЕРЫ?

Начните с этой главки прежде, чем читать дальше

Уже столетие известно такое понятие как волонтер. Волонтер – это человек, который добровольно занимается каким-либо делом на пользу общества: своей школы, института, деревни, города, страны или всего мира. Понятие волонтер применимо к любому обществу любой страны. Везде и всегда находятся люди, которым интересно дополнительно к своему основному занятию (ничегонеделание, учеба, работа) делать то, чем они занимаются не за вознаграждение или деньги, а просто так - из интереса, любопытства, сострадания или чистого альтруизма.

Волонтерство является естественной потребностью каждого человека, поскольку человечество возникло как коллективный организм. Один человек без коллектива - слаб и беспомощен. Стремление к взаимопомощи заложено у нас в генах. Работа этого гена была нужна уже тысячелетия назад при коллективной охоте на мамонта или диких зверей, но не менее важно это и сейчас.

Волонтеры – это добровольные помощники разных возрастов, разных профессий и разного социального статуса (от школьников до членов королевских семей).

Волонтеры готовы добровольно тратить свои силы и время на пользу обществу или конкретному человеку. Синонимом слова «волонтер» является слово «доброволец». Общее, что объединяет волонтеров во всем мире – добровольность. Деньги или вознаграждение не являются основным мотивом волонтеров.

Что же движет волонтерами?

Конечно, у волонтеров самые разные мотивы, но главный – некая захватывающая идея, которая открывает человеку **новые горизонты** в его жизни.

У одних добровольцев есть внутренняя потребность **быть нужными**.

У других – это **потребность в общении**. Она легко реализуется в волонтерстве, особенно, когда подбирается веселая, классная и комфортная для всех компания. Волонтерское движение, безусловно, расширяет круг общения каждого добровольца.

Для многих работа волонтером является **возможностью самореализации**. Многие люди не понимают своего истинного предназначения в жизни и интуитивно его ищут, порой тратя на это годы, силы и энергию. Самый легкий, безопасный и интересный способ – попробовать все, будучи волонтером. За короткое время доброволец сумеет понять, может ли он лично расти в том или ином деле.

Волонтерская деятельность может также стать хорошим **стартом карьеры** в выбранной области.

Для молодых и взрослых волонтеров это возможность **повысить свой авторитет** среди сверстников. В любом возрасте всегда уважают тех, кто занимается чем-то интересным, большим и неизвестным.

Некоторые волонтеры видят в новом занятии реализацию своих **творческих возможностей**. Особенно это касается реализации в творческих

областях – дизайне, журналистике, теле- и кинопроизводстве, фотографии и т.д.

Участие в волонтерском движении – это **обмен опытом**, который у вас есть, но не находит применения в вашей основной деятельности.

Что же получают волонтеры от работы добровольцами?

Самое первое и главное – **внутреннее удовлетворение от оказания бескорыстной помощи** другим. Вы будете гордиться собой.

У каждого волонтера **расширяется круг общения и знакомств**. Ваша адресная книжка пополнится новыми и полезными контактами.

Увеличиваются **ресурсные возможности** добровольцев – материальные, информационные и духовные.

Многих волонтеров **привлекает и поощрение своей деятельности**. Для людей, у которых уже все есть, грамота или диплом за волонтерскую деятельность на стене в кабинете – неплохое дополнение к остальным достижениям.

Таким образом, **финансовые компенсации** – не правило, а скорее, исключение.

Что же еще могут получить волонтеры?

- Публичную похвалу или личную благодарность от известного человека.
- Свою фотографию на доске почета на видном месте.
- Почетную грамоту, которая будет свидетельствовать о том, что вы интересный человек, а не прожигатель времени.
- Благодарственное письмо лично вам или такое же письмо на вашу работу или место учебы.
- Материальное вознаграждение (денежная премия или подарок с дарственной надписью).

- Приглашение на постоянную работу по результатам деятельности в волонтерском движении.

Зачем же нужны волонтеры, если есть профессионалы?

Самый простой ответ дает здравый смысл – в любой профессии любителей и волонтеров всегда больше, чем профессионалов. Профессионалы и волонтеры естественным образом дополняют друг друга.

Скажем, профессиональных астрономов во всем мире не так много, чтобы они могли постоянно следить за множеством космических объектов и явлений. Поэтому им на помощь приходят обученные волонтеры, которые в свободное время настраивают свои любительские телескопы и изучают объекты, на которые у профессионалов не хватает сил и времени. Именно поэтому многие космические объекты носят названия не профессионалов, а астрономов-волонтеров.

С другой стороны, профессиональные астрономы сами могут выступать в роли волонтеров. Например, они на добровольных началах ведут занятия в астрономических кружках или читают лекции для широкой публики.

А что такое медиаволонтер?

Совсем недавно, уже в 21 веке, появилось новое понятие – медиаволонтер. Если очень коротко, то **медиаволонтер** – это человек любого возраста, который в свободное время занимается журналистским творчеством.

Многим людям нравится работа журналиста, и они хотят на практике узнать и почувствовать, что это такое. Неважно, это молодой человек или человек пенсионного возраста. Главное – тяга к этому занятию.

Журналистика ваше призвание, если вы:

- любознательны;
- общительны;
- вам интересно все новое;
- вы равнодушны;
- вы мобильны и любите путешествовать;
- любите снимать и показывать другим свои фото и видео;
- рассказывать людям о чем-то новом, чего они не знают;
- теоретически готовы заниматься этим делом 24 часа в сутки, 7 дней в неделю, 365 дней в году.

Лучший и самый быстрый способ узнать, является ли журналистика вашим призванием, – это попробовать себя в роли медиаволонтера. Вы увидите эту профессию изнутри и достаточно быстро поймете, ваше ли это дело.

Вы можете прочесть много книг о журналистике и журналистах, но это вам не заменит собственного опыта. Сначала нужно испытать себя в новом деле.

Недавно один главный редактор рассказал мне историю о молодом волонтере, который работал добровольным помощником у одного известного журналиста. Медиаволонтер писал для него бэкграунды ([см. Медиасловарь](#)). Через достаточно короткое время молодой человек набил руку в написании этих материалов и понял, что журналистика – его призвание. А вскоре ему предложили начать самостоятельную журналистскую жизнь в знаменитой газете.

Если изложенное в этом предисловии показалось вам интересным, листайте дальше, и вы найдете много любопытного.

ПУТЕВОДИТЕЛЬ В МИР ЖУРНАЛИСТИКИ

Зачем эта книга и как ею пользоваться?

Если вы решили стать медиаволонтером и журналистом – это книжка для вас. Она поможет вам кратчайшим путем прийти в профессию. Это не учебное пособие и не популярное издание по журналистике. Эта книжка призвана, хотя бы в самом общем виде, раскрыть читателям некоторые тайны мира массмедиа.

Медиаволонтерам нужны системные базовые знания о той области, в которой они собираются работать.

Хочу сразу предостеречь – нельзя научиться журналистике по книгам, в том числе и по этой. В журналистике нужна практика каждый день, 7 дней в неделю, 365 дней в году.

Это хорошо знают студенты факультетов журналистики. Чтобы получить диплом бакалавра, им нужно не только изучать теорию 4 года, но и постоянно оттачивать навыки журналистской работы на учебных и производственных практиках.

Настольная книга медиаволонтера построена таким же образом.

В первой части книги вы получите базовые знания о журналистике как профессии и ее истории. В ней же будут изложены базовые понятия теории коммуникаций и журналистики.

Вторая часть – это журналистский практикум. Здесь вы узнаете, как писать для газет, журналов, телевидения, радио, интернет-СМИ, блогов и ваших постов в социальных сетях.

Третья часть книги также сугубо практическая. В ней есть все, что нужно знать каждому, кто предполагает работать медиаволонтером и журналистом.

Приложение расскажет вам, где можно попробовать себя в журналистике, где и как можно получить журналистское образование, а также подскажет бумажные и интернет-источники по журналистике.

Краткая история журналистики

Всегда ли была журналистика?

Многие считают, что в истории человечества журналистика существовала всегда. Это в корне неверно. Сейчас мы наглядно покажем вам, что она занимает ничтожную часть в истории человечества.

Большинство историков предполагают, что вся история человечества занимает 2 миллиона лет или 20000 веков.

Из них Древний мир, который создал основы современной цивилизации, – 40 веков.

Средние века занимают 12 веков, а Новое время, в котором мы живем, еще меньше – всего три века.

Путем несложных подсчетов можно определить, что последние три века, когда зародилась и расцвела журналистика, занимают всего лишь **0,015% времени истории человечества.**

Роль коммуникаций в обществе

На протяжении всей истории человечества у людей была необходимость и **тяга к коммуникации**, то есть передаче знаний и какой-то важной информации другим. Так постепенно появился язык, а потом и письменность — одна из форм существования человеческого языка. Это процесс занял тысячелетия.

До создания письменности языком коммуникаций была **пиктография**. Пиктограмма - это знак, отображающий важнейшие узнаваемые черты объекта, предмета или явления в схематическом виде.

В отличие от привычного нам алфавитного письма, пиктограммы способны отображать только часть многоуровневого характера естественного языка.

Самые известные пиктограммы сегодня – дорожные знаки и эмодзи. Эмодзи будут постоянно присутствовать в этой книге, потому что они постепенно становятся естественной частью современного письменного языка.



Например, этой китайской пиктограмме примерно 6000 лет.
Она изображает солнце.

В начале журналистики было письменное слово

Значительным шагом на пути сближения устной и письменной речи стало формирование слоговой письменности. Финикийское слоговое письмо сыграло в жизни человечества очень важную роль. Именно оно легло в основу греческого письма, а от него произошли латиница, кириллица и большинство современных письменностей.

Развитие письменности привело к развитию протожурналистики (ее еще называют пражурналистика) – одной из форм коммуникации, предшествовавшей появлению журналистики.

Протожурналистика была лишена одного из важнейших атрибутов современной журналистики — массовой коммуникации, но тем не менее она достаточно успешно выполняла свою роль на протяжении веков.

Протожурналистика корнями уходит в античный мир и средневековье, ко временам возникновения письменности. В Древнем Египте и Месопотамии цари и владыки пытались донести до подданных специально отобранные и отредактированные новости через герольдов, глашатаев и вестников.

Уже в глубокой древности появились первые службы сбора и распространения новостей. Хорошо известны древнеримские рукописные вестники *Acta Senatus* (Акты Сената) и *Acta Publica* (Общественные Акты). Имеются свидетельства того, как по приказу императора Юлия Цезаря писцы размножали сенатские бюллетени или его личные послания и рассылали их видным политическим деятелям, находившимся как в самом Риме, так и за его пределами.

Вся письменная информация тогда была исключительно рукописной. Нужен был технологический рывок, чтобы знания стали более-менее массовыми, нужно было придумать способы тиражирования знаний и информации.

Фундамент журналистики – печатное слово

Книгопечатание было изобретено в нескольких странах – в Китае, Корее и в Средневековой Европе. Первые книги были рукописными. Как правило, их тиражировали таким способом: один читал первоисточник, а все остальные записывали под его диктовку в свой экземпляр книги.

Настоящая история книгопечатания и журналистики в современном смысле слова началась, когда изобрели наборный шрифт. Наборный шрифт – это отдельные металлические выпуклые буквы, вырезанные в зеркальном отображении. Их можно было переставлять и набирать в строки книг. Потом с помощью печатного пресса их оттискивали на бумаге в нужном количестве экземпляров.

В Европе наборный шрифт появился во второй трети XV века. Почти все исследователи приписывают его немцу Иоганну Гутенбергу. Он в середине 1440-х годов создал способ книгопечатания подвижными свинцовыми литерами. Начало книгопечатания металлическими литерами оказало огромное влияние не только на европейскую культуру, но и на всемирную историю.

ОТСТУПЛЕНИЕ: технологии всегда двигали журналистику

Растущее население стран и большие города стали основополагающими факторами рождения журналистики. Нужны были только новые технологии, которые помогали бы распространять важную информацию на массовую аудиторию и на большие расстояния.

Первая технология – усовершенствованный печатный станок, который позволял делать многотысячные тиражи для массовой аудитории.

Вторая технология – изобретение передачи звуковой информации на большие расстояния с помощью радио для массовой аудитории.

Третья технология – изобретение передачи изображения (сначала черно-белого и немого, потом цветного и со звуком) на большие расстояния для массовой аудитории. Сейчас мы эту технологию называем телевидением.

И, наконец, самые современные технологии – изобретение транзистора, двоичного кода и создание глобальной системы коммуникаций для передачи любого вида информации (текстовой, звуковой, изобразительной и видео) для всего населения планеты. Все вместе это теперь объединяется общим названием – «цифровая революция».

Сводная таблица технологических отличий каждого средства массовой информации показана на следующей странице.

Она будет полезна для чтения следующих разделов этой книги и понимания, какими достоинствами и недостатками отличается каждый вид медиа.

Типология средств массовой информации

	ТЕКСТ	ФОТО	ЗВУК	ВИДЕО	ОПЕРАТИВНОСТЬ	ГЕОГРАФИЯ
ПЕЧАТЬ	+	+	-	-		
РАДИО	-	-	+	-		
ТВ	+	+	+	+		
i MEDIA	+	+	+	+		

Рождение газеты

Свой современный облик газеты начали приобретать в XVI веке. Тогда и вошло в обиход само название «газета» — наименование мелкой итальянской монеты газетты. Газеттой платили за листок новостей. Листок новостей **La gazeta dele novità** («Новости на газетту») издавался в Венеции. Некоторые исследователи журналистики считают, что именно здесь были образованы первые бюро по сбору информации, и возникла профессия газетчика.

Годом рождения европейской газетной периодики считается **1605 год**. Именно тогда в Страсбурге типограф Иоганн Каролус стал издавать «Relation: Aller Fürnemmen».

До этого он занимался составлением рукописных газет.

1631 г. во Франции стала выходить «La Gazette». Она напоминала современные нам издания. Тираж газеты был по тем временам очень большим – 1200 экземпляров.

Влияние «La Gazette» в стране было настолько велико, что некоторые сообщения в нее писали лично король Франции Людовик XIII и кардинал Ришелье.

13 января 1703 года в Москве из-под печатного станка вышел один из первых номеров российской газеты «Ведомости».

Среди многих нововведений Петра I это осталось одним из самых долговечных.

Царь был не только инициатором и главным редактором газеты, но и ее автором и критиком.

13 января 1703 года в России принято считать датой возникновения отечественной журналистики.

Как появились слова «журналист» и «журналистика»

Слова **журналист** и **журналистика** были образованы от одного слова журнал, но происхождение у них разное.

Распространенное в русском языке слово **«журнал»** заимствовано из французского языка еще в Петровскую эпоху. Французское journal возникло от латинского diurnalis — «ежедневный».

В массовое употребление в русском языке слово **журналистика** введено Николаем Алексеевичем Полевым. Этим словом он озаглавил в 1825 г. рубрику о журналах в «Московском телеграфе» - самом первом российском журнале. Несмотря на то, что журнал был очень популярным среди читающей публики, первоначально слово «журналистика» вызывало насмешки.

Филологи подтверждают, что это слово по образованию русское и образовано при помощи суффикса «-истик». Таких слов в русском языке сравнительно немного - романистика, формалистика, шагистика, ерундистика.

Слово **журналист**, как и журнал, заимствовано из французского языка. Сейчас это слово является интернациональным. В русском языке оно впервые встречается у М. Ломоносова («О должности журналистов»).

Образование системы средств массовой информации

В конце XIX - начале XX в. периодическая печать впервые за историю журналистики приобрела массовую аудиторию.

В XIX веке во всех развитых странах значительно увеличились тиражи газет, благодаря усовершенствованию средств коммуникаций и развитию сети железных дорог.

Развитие науки и технологий привело к прорыву в человеческих коммуникациях.

Это способствовало становлению газетно-журнальной журналистики как нового вида человеческой деятельности.

Газеты и журналы стали первыми средствами массовой информации.

Чтобы более зрительно представить, что происходило с коммуникациями на протяжении жизни человечества, мы подготовили для вас простую хронологическую цепочку.

Хронология журналистики

СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИА

Начало 21 века



ТЕЛЕВИДЕНИЕ

20 век



ФОТОЖУРНАЛИСТИКА

начало 20 века



РАДИО

Конец 19 века - начало 20 века



ПЕЧАТНАЯ ПРЕССА

17 век



ПРОТОЖУРНАЛИСТИКА

Античный мир и Средневековье



ПОЯВЛЕНИЕ ПИСЬМЕННОСТИ

3-е тысячелетие до нашей эры

От открытия электричества к созданию радио

В 1831 г. английский физик **Майкл Фарадей** открыл явление электромагнитной индукции. В этом же году он создал на его основе первый в мире генератор электроэнергии. Впервые в истории человечества появился источник универсальной энергии, которую можно было использовать в разных целях.

Весь XIX век ученые многих стран изучали и экспериментировали с электричеством. Оно было загадочно и таило в себе много тайн. Никто не предполагал, что невидимое электричество станет основой новых коммуникаций и новой журналистики. Электричество стало фундаментом сначала радио, а потом и телевидения, и Интернета.

Слово «радио» произошло от слияния двух латинских слов – **radio** (излучаю, испускаю) и **radius** (луч).

Радио - это разновидность беспроводной передачи информации, при которой в качестве носителя информации используются радиоволны, свободно распространяемые в пространстве. Как открыли ученые, радиоволны хорошо распространяются в пустоте и в атмосфере, но земная твердь и вода для них непреодолимы.

Кто изобрел радио?

Право первенства на изобретение радио оспаривают многие страны – США, Германия, Франция, Италия, Великобритания.

В России изобретателем радио считают **Александра Степановича Попова**.

7 мая 1895 г. он продемонстрировал, что электрическими колебаниями можно передать информацию на дальнее расстояние.

7 мая в России отмечается День радио.

В ряде стран создателем первой успешной системы обмена информацией

является **Гульермо Маркони**, который также продемонстрировал работу радио в 1895 году.

Первые радиоприемники А. Попова и Г. Маркони были похожи на лабораторные приборы. Впрочем, они такими и были.

Тогда ученые и инженеры еще не придумали, как по радио передавать человеческий голос.

На радио появляется речь и музыка

В 1900 г. американский изобретатель **Реджинальд Фессенден** обнаружил возможность амплитудной модуляции радиосигнала, и это дало ему возможность первым в мире передать **звук по радио**.

В 1906 г. Фессенден также впервые в мире выпустил в радиоэфир музыку.

Открытия ученых и инженеров подготовили почву для создания радио как средства массовой информации.

Начало отечественного радиовещания

История отечественного радиовещания начинается с **1924** г., когда в Москве начала работать Радиостанция имени Коминтерна.

Понятие радиожурналистика еще не существовало, и эфир практически состоял из радиоверсий газет.

Профессия радиожурналиста также еще не появилась, и в эфире еще много лет звучали голоса дикторов, которые зачитывали газетные статьи.

Радиовещание в советского время

Советские руководители понимали большое значение радиовещания как средства информации и пропаганды для такой большой страны, как СССР, тогда это была 1/6 часть суши.

В 1931 г. был образован Всесоюзный комитет по радио. На протяжении последующих десятилетий он много раз менял свое название, но суть оставалась прежней – это был направляющий и контролирующий орган радиовещания в стране.

Содержание и жанры радиопрограмм определялись положениями о Всесоюзном радио.

Вещание в СССР велось на длинных, средних, коротких и ультракоротких волнах, а также через проводную радиотрансляционную сеть.

С 1964 г. во всех строящихся в СССР жилых домах должна была быть радиотрансляционная сеть. Сейчас мы назвали бы это кабельным радио. Она до сих пор работает в Москве.

Радиовещание в XXI веке

По данным ООН, сейчас в мире насчитывается более 50 тысяч радиостанций и почти 2,5 миллиарда радиоприемников.

В России лицензию на вещание имеют более 3400 радиостанций. Самые популярные пять радиостанций для всех возрастов показаны на диаграмме.

После распада Советского Союза распалась и система Всесоюзного радио. Наряду с государственным радиовещанием появились частные/коммерческие радиостанции.

Сейчас самые крупные радиостанции России входят в 9 радиохолдингов. Они показаны в следующей таблице.

Структура радиохолдингов России

Холдинг	Станции
ВГТРК	«Радио России», «Маяк», «Радио России. Культура», «Вести FM»
«ЕВРОПЕЙСКАЯ МЕДИАГРУППА»	«Европа Плюс», «Дорожное радио», «Ретро FM», «Радио 7 на семи холмах», «Спорт FM»
«РУССКАЯ МЕДИАГРУППА»	«Русское Радио», DFM, «Радио Монте-Карло», Hit FM, «Maximum»
«ГАЗПРОМ-МЕДИА»	«Авторadio», «Юмор FM», «Радио Energy», «Радио Romantika», «Эхо Москвы», Like FM, «Детское радио», Relax FM, Comedy Radio
KRUTOY MEDIA	Love Radio, «Радио Дача», «Такси FM»
«МУЛЬТИМЕДИА ХОЛДИНГ»	«Наше Радио», «Радио Best FM», Rock FM, «Радио Джаз»
«РУМЕДИА»	Business FM, «Радио Шоколад»

«ИЗЮМ»	«Столица FM», «Весна FM», «Восток FM»
«МОСКВА МЕДИА»	Capital FM, «Москва FM», «Радио Москвы»

Классификация современного радиовещания в России

Чтобы не запутаться в многочисленных радиостанциях, придумали достаточно простую их классификацию. Все 3400 существующих в России радиостанций можно разделить на три большие группы.

По охвату аудитории

- Общенациональное радио
- Региональное радиовещание
- Локальные радиостанции

По тематике

- Общего характера
- Музыкальное радио
- Информационное радио
- Тематическое радио

По типу собственности

- Государственное радиовещание
- Частное радиовещание

- Некоммерческое радио
- Смешанный тип собственности

Где сейчас слушают радио?

До XXI века радиоприемник был практически в каждом доме и, как правило, его слушала вся семья. Сейчас взрослые слушают эфирное радио в машине, а младшее поколение – в Интернете.

Домашние радиоприемники, как отдельный вид приемного устройства, постепенно исчезают. Часто они становятся частью какого-либо другого устройства. Например, будильника или телевизора.

На рубеже веков во всех развитых странах, включая Россию, появился новый тренд в радиовещании. Радио перешло на цифровой формат вещания и начало осваивать Интернет.

Сейчас в России работает порядка ста интернет-радиостанций. Их можно слушать на любом электронном устройстве, которое есть под рукой, – компьютере, смартфоне, планшете. В Интернете сейчас вещают все крупные эфирные радиостанции.

Безусловным плюсом интернет-радио является то, что оно ведется в цифровом формате, который дает исключительно высокое качество звучания.

Подвидом интернет-радио можно считать подкасты.

Рождение телевидения

В конце XIX века два величайших открытия в истории человечества, изобретения кинематографа и радио, заложили фундамент для развития нового вида искусства — телевидения.

Телевидение взяло от кино способность запечатлевать и сохранять движение, а от радио — техническую возможность передавать информацию на большие расстояния.

9 мая 1911 года профессор Борис Львович Розинг в Русском техническом обществе в Санкт-Петербурге показал сконструированный им стеклянный кинескоп, который принимал изображения простейших фигур, переданных с другого этажа здания.

Это была первая в мире телевизионная передача, ознаменовавшая начало эры телевидения.

Еще много лет исследований и опытов понадобилась, чтобы телевидение из теории стало реальностью. Только 20 лет спустя ученик Розинга Владимир Зворыкин смог воплотить идею учителя в жизнь и создать электронное телевидение.

А тем временем большинство инженеров в разных странах решили пойти по более простому пути механического телевидения. Оно просуществовало примерно лет десять. Как оказалось, это был тупиковый путь развития телевидения.

Бум малострочного (механического) телевидения в 1930-х гг.

Первые телевизионные приемники появились в конце 1920-х годов и были построены по системе, так называемого, механического телевидения. Его еще называли малострочным, поскольку изображение на экране телевизора состояло всего из 30 электронных строк.

1 октября 1931 г. в Москве с колокольни на Никольской улице началось регулярное телевизионное вещание.

Эта дата считается днем рождения отечественного телевидения с механической разверткой изображения.

Создание электронного телевидения

Настоящим прорывом в четкости телевизионного изображения стала электронная трубка, изобретенная в США в 1931 году русским эмигрантом Владимиром Зворыкиным.

Патентная заявка на аналогичное устройство на 51 день раньше была подана советским ученым Семеном Катаевым, однако Зворыкин смог создать действующий образец раньше своего соотечественника.

В 1938 г. в СССР начинает вещание электронное телевидение

Регулярное электронное телевидение в СССР начал Опытный ленинградский телецентр 1 сентября 1938 года. Передачи проводились дважды в неделю.

В Москве регулярное электронное вещание началось 10 марта 1939 года из телецентра на Шаболовке. В дальнейшем передачи велись 4 раза в неделю по 2 часа.

Примерно 200 телевизионных приемников в Ленинграде и Москве использовались для коллективных просмотров.

В СССР во время Великой Отечественной войны телевизионное вещание было приостановлено. Но уже в 1944 г. была создана комиссия для разработки нового стандарта вещания с разложением изображения на 625 строк, который стал новым техническим этапом телевизионного вещания.

Советское ТВ начинает вещание в новом стандарте

В 1949 г. Московский телецентр на Шаболовке начал телевизионное вещание с разверткой кадра в 625 строк.

Московский телецентр на Шаболовке стал основой для создания в 1951 году Центральной студии телевидения СССР, которая охватила своими программами всю страну.

Телевидение начинает вещание каждый день

С 1955 г. вещание Московского телевизионного центра стало ежедневным. В 1957 г. количество телевизионных приемников в СССР превысило 1 миллион.

В 1958 г. на факультете журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова создается первая в СССР кафедра телевидения и радио.

18 марта 1960 г. в эфире Центрального телевидения СССР появилась новая программа «Клуб кинопутешествий».

Первым ведущим этой популярной телепрограммы был Владимир Адольфович Шнейдеров (1900–1973), известный советский кинодокументалист и путешественник.

С 1973 года эту программу стал вести врач и путешественник Юрий Сенкевич, и программа стала называться «Клуб путешественников».

Телевидение становится главным СМИ.

В 1963 г. выходит из печати первая книга о телевидении — «Телевидение и мы» известного театрального критика Владимира Саппака.

Впервые телевидение рассматривается как искусство и встает в один ряд с театром и кино.

В 1964 на экраны телевизоров вышел первый отечественный сериал «Вызываем огонь на себя». Этот сериал, показанный по Центральному телевидению СССР, состоял всего из 4 частей, но сразу завоевал всю зрительскую аудиторию страны.

Телевидение становится цветным

В 1967 г. в Советском Союзе началось цветное телевидение. Для этого на ЦТ СССР была образована специальная редакция цветного телевидения.

В этом же году введена в эксплуатацию Останкинская телевизионная башня в Москве.

В 1984 г. в СССР выпустили первый отечественный бытовой видеомаягнитофон «Электроника ВМ-12».

Стоил этот видеомагнитофон весьма недешево — 1200 рублей (примерно 10 средних зарплат). Чтобы его приобрести, нужно было долгое время стоять в очереди. Но если он у вас был, можно было смотреть любимые передачи и фильмы бесконечное количество раз.

В 1987 г. на Центральном телевидении СССР вышли программы новых телевизионных форматов, которые произвели революцию в отечественном телевидении — «Взгляд» и «До и после полуночи».

В первую очередь они отличались тем, что у них был плавающий формат и в них впервые зазвучала живая, неотредактированная, человеческая речь.

На телевидении появилась первая реклама

В 1998 г. в программах Центрального телевидения СССР впервые была показана зарубежная коммерческая телереклама.

В этой рекламе известный американский певец Майкл Джексон рекламировал «Пепси-колу».

Создана Всероссийская государственная телерадиокомпания

Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания (ВГТРК) была образована в 1990 г. Сейчас это большой медийный холдинг, который занимает лидирующее положение на рынке национального вещания и является одним из ведущих производителей программ.

В состав ВГТРК входят федеральные телеканалы: «Россия 1», «Россия Культура», «Россия 2»; более 80 региональных телерадиокомпаний, вещающих во всех субъектах Российской Федерации; первый в России круглосуточный информационный канал «Россия 24»; международный телеканал на русском языке «РТР-Планета»; телеканал в формате высокой четкости «Россия HD»; русская версия телеканала «Евроныюз»; пять радиостанций – «Радио России», «Маяк», «Культура», «Вести ФМ» и «Юность»; государственный Интернет-

канал «Россия», который объединяет десятки Интернет-ресурсов.

Кроме того, ВГТРК предлагает пакет «Цифровое телевидение», включающий в себя девять телеканалов - «Русский роман», «Русский бестселлер», «Моя Планета», «Наука 2.0», «История», «Спорт 1» HD, общероссийский телевизионный канал «Спорт», «Бойцовский клуб», «Сарафан».

Учреждение ВГТРК совпало с упразднением в СССР Главного управления по делам литературы и издательств.

Его сокращенно называли Главлит. Этим названием прикрывалась негласная цензура, существовавшая в СССР с 1922 г.

Отделения Главлита существовали во всех СМИ, в том числе на телевидении.

Первый опыт телевидения в интернете

В 1998 г. телеканал «ТВЦ» запустил первый российский телевизионный канал в Интернете.

Первые программы этого канала были посвящены Всемирным юношеским играм в Москве. Затем канал перешел на круглосуточное вещание.

В 2005 г. в США была основана компания YouTube, которая начала видеовещание в Интернете в технологии Flash Video, позволяющей получить относительно хорошее качество показа видеозаписи в Интернете при небольшом объеме передаваемых данных. В конце 2006 года YouTube купила компания Google за 1,65 миллиарда долларов.

Сейчас этот видеохостинг стал не только домом для видеоблогов, но и для большинства национальных и международных телевизионных каналов.

Появление мобильного телевидения

В 2005 г. в Южной Корее впервые была испытана технология мобильного телевидения.

Мобильное телевидение дает возможность владельцам сотовых телефонов или других мобильных устройств смотреть телевизионные программы и трансляции в режиме онлайн.

В XXI веке телевидение стало вещать на разных технологических платформах.

Сейчас можно выделить несколько основных типов телевещания:

- ЭФИРНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ
- КАБЕЛЬНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ
- СПУТНИКОВОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ
- ИНТЕРНЕТ-ТЕЛЕВИДЕНИЕ
- МОБИЛЬНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ
- IPTV

Телевидение стало мультиэкранным и многоплатформенным — его можно смотреть не только на традиционном телевизионном экране, но и на компьютере, смартфоне, планшете, даже на наручных часах.

Телевизоры тоже изменились. Они, по существу, превратились в компьютеры.

Параллельно менялась и меняется телевизионная журналистика и все другие телевизионные профессии.

Основы теории журналистики

Журналистика как социальный институт

Даже беглый взгляд на историю журналистики дает понять, что журналистика является разноплановым явлением: это и социальный институт, и система средств массовой информации, и набор журналистских профессий, и система журналистских произведений.

Журналистика как социальный институт – это деятельность по сбору, анализу и распространению важной и актуальной для общества информации.

Для общества крайне важно, чтобы журналистика была независимой от чьих-либо влияний и давала проверенную, объективную и понятную для всех информацию.

Как социальный институт журналистика включает в себя редакционные коллективы во всех видах средств массовой информации (газеты, журналы, радиостанции, телеканалы, интернет-СМИ), так и обслуживающую редакции техническую инфраструктуру (типографии, средства связи, коммуникации и т.д.).

В редакции работают журналисты разных направлений – это и репортеры, и корреспонденты, и редакторы, и комментаторы и т.п.

У каждого СМИ есть свои преимущества и недостатки. В чем же они заключаются?

Печатная пресса

Хронологически она появилась первой. Именно печатная журналистика стала фундаментом всей журналистики в целом.

В печатной журналистике впервые появился редакционный коллектив, здесь были разработаны журналистские жанры, печатная журналистика первая

освоила методы работы с аудиторией и способы распространения информации. И, наконец, печатная журналистика стала разрабатывать теорию журналистики и готовить профессиональных журналистов.

Из печатной журналистики родилась и фотожурналистика как самостоятельный вид творчества.

	ТЕКСТ	ФОТО	ЗВУК	ВИДЕО	ОПЕРАТИВНОСТЬ	ГЕОГРАФИЯ
ПЕЧАТЬ	+	+	-	-		

У печатной журналистики есть главное преимущество – бумага. Это универсальный носитель информации. Газету или журнал можно читать в любом месте – дома, в офисе, на транспорте, на пляже – словом, в любом месте, где удобно читателю. И главное для их чтения не нужны батарейки или электрическая сеть.

Газеты и журналы удобны и в том смысле, что информация на бумаге хранится практически вечно.

Самый большой недостаток печатной журналистики в настоящее время заключается в том, что она недостаточно оперативна. От момента написания журналистом заметки до прочтения ее читателем пройдет примерно сутки. За это время: заметка будет прочтена и поправлена редактором, ее сверстает в общий номер газеты, затем верстку передадут в типографию, типография напечатает нужный тираж, тираж развезут автомобилями, самолетами, речными и морскими судами, по железной дороге до почтовых отделений, затем газеты оттуда автомобилями и почтальонами доставят до квартир, домов и газетных киосков.

Печатная журналистика ограничена национальными границами. Дело не только в языке. Главное – дорогая система распространения газет и журналов из-за растущей цены на доставку, особенно в нашей самой большой по географии стране.

Радиовещание

Когда появилось радио, у него по сравнению с печатной журналистикой было очевидное преимущество – оперативность. Новость можно было сообщать в реальном времени и с места события.

Второе преимущество радио – значительно расширившаяся география распространения. Из одной точки информацию можно было передавать на значительные расстояния.

Несколько десятилетий радио несло еще и международную компоненту – технология вещания на длинных, средних и коротких волнах давала возможность вещать и на другие страны.

Сейчас эта компонента постепенно исчезает – радиоволны в диапазоне FM работают только в зоне прямой видимости от передатчика.

Третье преимущество – информация передается устной речью и несет эмоциональную составляющую – индивидуальный голос журналиста.

	ТЕКСТ	ФОТО	ЗВУК	ВИДЕО	ОПЕРАТИВНОСТЬ	ГЕОГРАФИЯ
РАДИО	—	—	+	—		

Телевещание

В системе средств массовой информации телевидение до сих пор занимает ключевое место.

Это вполне понятно, поскольку оно впитало в себя свойства всех других медиа. Журналисты телевидения работают с текстом, фото, иллюстрациями, компьютерной графикой, видео и звуком.

Но у телевидения есть один большой недостаток – как печать и радио оно замкнуто в основном в национальных границах.

Можно, конечно, построить глобальную сеть телевизионных ретрансляторов и использовать спутники связи, чтобы покрыть телевидением всю планету, но это очень дорого и экономически невыгодно.

	ТЕКСТ	ФОТО	ЗВУК	ВИДЕО	ОПЕРАТИВНОСТЬ	ГЕОГРАФИЯ
ТВ	+	+	+	+		

Именно поэтому, когда на рубеже XX и XXI вв. появилась глобальная коммуникационная сеть на основе цифровых информационных технологий, ее постепенно начали использовать все виды СМИ, включая телевидение.

Интернет-СМИ

Эта система объединенных компьютерных сетей начала формироваться с 1969 г. - сначала в США, а потом и в других странах. Спустя 30 лет в европейском институте по ядерным исследованиям (ЦЕРН) родилась концепция

Всемирной паутины. Ее предложил британский ученый Тим Бернерс-Ли. Интернет - это неологизм, составленный из двух слов – Inter (международный) и Net (сеть). Другими словами, Интернет – это Международная сеть компьютеров.

Вслед за военными и учеными возможности Интернета стали осваивать и СМИ. Первоначально это были просто сайты-визитки редакций газет, журналов, радиостанций и телеканалов, затем на них стал появляться контент – сначала текстовой, потом аудио и видео.

Параллельно по всему миру стали возникать самостоятельные интернет-СМИ без аналогов в реальной жизни. Например, Лента.Ру или Газета.Ру.

Все сетевые СМИ обладают достоинствами своих предшественников – через них можно передавать текстовую информацию, фото и другие иллюстрации, видео и звук. Все сетевые издания работают в оперативном режиме и у них глобальный охват. Неважно, в какой точке мира выложено то или иное сообщение, оно сразу же доступно читателям, слушателям и зрителям по всей планете.

	ТЕКСТ	ФОТО	ЗВУК	ВИДЕО	ОПЕРАТИВНОСТЬ	ГЕОГРАФИЯ
i MEDIA	+	+	+	+		

Теория журналистских жанров

За всю историю журналистики сложились определенные формы подачи информации. Эти формы стали называть жанрами, чтобы и журналисты, и аудитория могли легко отличить информационные материалы от друг от друга.

Жанры первоначально появились в печати, потом перешли на радио и постепенно подстроились под специфику этого СМИ, затем эти же жанры с определенной долей адаптации появились на телевидении и, наконец, в интернет-СМИ.

Слово «жанр» происходит от французского genre (род). Жанр – общее понятие, отражающее совокупность формальных и содержательных особенностей того или иного журналистского произведения.



Лестница жанров

Это не такая строгая система как периодическая система элементов Менделеева, но в ней тоже есть определенный смысл и логика.

Для простоты мы будем говорить в этой книге только о самых востребованных журналистских жанрах – новостных. Их всего три – новостное сообщение, интервью и репортаж.

Эти три жанра составляют новостную журналистику. Ее еще называют журналистикой факта – в ней главное свершившийся факт.

Есть еще публицистическая журналистика (или публицистика), которую представляют жанры, связанные с личным мнением журналиста или редакции.

Новостная журналистика – это искусство написания, обработки и публикации информации о свершившемся факте. Здесь журналист только сообщает о чем-то, а читатель, зритель, слушатель уже сами делают выводы о случившемся.

Новость – центральное понятие журналистики. Новостная журналистика не допускает вымысла, предположений, версий и гипотез. Новость может быть новостью только один раз, дальше она превращается в старость.

Как же она преломляется в разных новостных жанрах?

Новость/ новостное сообщение

Новость – это короткое сообщение в газете, интернет-СМИ, на радио и телевидении.

Новость должна быть краткой, оперативной и компактной.

Она строится по принципу перевернутой пирамиды. Сначала сообщается главное, а потом уже детали.

Как правило, объем новости несколько абзацев. Новость состоит из трех обязательных элементов.

Заголовок в одной строке дает самое общее представление о содержании новости.

Лид – это первый и самый главный абзац в сообщении. Он расширяет заголовок и дает самую важную информацию новости.

Остальные абзацы **текста** раскрывают новость в полном объеме.

В разделе Практикум мы будем учиться строить информационные пирамиды.

Интервью

Новостное интервью, как правило, само по себе не является новостью. Его роль – сообщение фактов или дополнительных фактов, которые не знает читатель, слушатель или зритель.

В интервью журналист выступает не как держатель микрофона или магнитофон, который записывает все, что скажет собеседник. Работа журналиста заключается в том, чтобы выяснить и передать главный смысл того, что знает собеседник.

В интервью инициатива принадлежит журналисту и именно он, а не собеседник, является автором этого материала. Хороший журналист – всегда хороший психолог.

Репортаж

Репортаж – этот синтетический жанр журналистики. Как правило, он объединяет в себе два предыдущих жанра – новости и интервью.

Главное отличие репортажа – это присутствие журналиста (репортера) на месте события.

Журналист как бы выполняет роль представителя аудитории на месте, где происходило, происходит или будет происходить событие.

В репортаже читатель, слушатель или зритель воспринимает событие через журналиста.

Чтобы добавить убедительность и достоверность репортажу журналист включает в свой репортаж небольшое интервью с одним или несколькими участниками события.

На этом время базовой теории журналистики закончилось, и пора приступать к практике!

ПРАКТИКУМ

Кто в вашей аудитории?

Прежде, чем брать карандаш, ручку или садиться за компьютер, вы должны ясно себе представлять свою аудиторию. Кто это? Молодые люди или старшее поколение? Мужчины или женщины? Какие еще отличительные признаки вашей аудитории? Любители музыки, рыбной ловли, фитнеса или модники и модницы?

Аудитория во многом определяет не только содержание интересной для нее информации, но и способ подачи материала.

У разной аудитории разные интересы и пристрастия. Главное, что объединяет всех независимо от возраста и пола – опасение, как бы не пропустить важную для него/ нее новость.

Это происходит потому, что в самую древнюю часть мозга человека встроен механизм, который постоянно следит за изменениями в окружающей его обстановке. Инстинктивно мозг ищет важные для этого человека новости. А сейчас самые разнообразные новости сообщают нам со всех сторон – сайты, газеты, радио, телевидение.

Прочтут, услышат или увидят ли вашу новость?

Имейте ввиду, что в среднем читатель, слушатель и зритель немного празден, немного ленив и не очень любопытен. Если ничего важного не происходит, он воспринимает новости как данность или развлечение.

Эту часть аудитории еще называют **лидеры мнений**. Именно они расскажут всем остальным о вашей новости (если, конечно, она представляет живой интерес для аудитории).

Лидеры мнений – это ваша опора в современном медиапространстве – в течение нескольких часов ваша новость разлетится через социальные сети и блоги и станет известна вашей потенциальной аудитории.

Со временем вы тоже можете стать лидером мнений для вашей аудитории.

Какие новости интересуют вашу аудиторию?

Тексты пишут все. Не только журналисты или писатели.

Тексты пишут управдомы в объявлениях в подъезде вашего дома. Тексты пишут юристы, когда составляют с вами договор. Тексты в учебниках пишут преподаватели. Другими словами, тексты пишут почти все.

Но эти тексты не являются новостями. Что же такое новость?

Классик американской журналистики Джордж Бастиан придумал смешную арифметическую таблицу новостей, из которой понятно, что такое новость, а что новостью не является:

1 обыкновенный человек	+	1 повседневная жизнь	=	0
1 обыкновенный человек	+	1 необычное событие	=	Новость
1 обыкновенный муж	+	1 обыкновенная жена	=	0

1 обыкновенный муж	+	3 жены	=	Новость
1 уборщица	+	министр	=	Новость
1 обыкновенный муж	+	1 обыкновенная жизнь в 70 лет	=	0
1 обыкновенный муж	+	1 обыкновенная жизнь в 125 лет	=	Новость

Новость – это то, что выходит за рамки привычного и обыденного.

Но новость – это понятие относительное. То, что является новостью для москвича, может не быть новостью для жителя Берлина или Нью-Йорка.

Несмотря на то, что мир стал глобален, и мы имеем возможность следить за новостями во всем мире, нас прежде всего интересуют наши местные новости.

Людей всегда интересует то, что происходит рядом.

Ваша тема

Как правило, со временем у каждого журналиста появляется любимая тема. Например, новости спорта или искусства. Кому-то интересны новости экономики или криминальные новости. Кого-то интересуют социальные новости. Круг интересных тем бесконечен.

Начинающие журналисты часто не понимают, что им интересно, поскольку им интересно все, и они хотят попробовать рассказывать обо всем. Это нормально, но поначалу нужно пытаться рассказывать о том, **что вы знаете лучше всего**. Например, если вы занимаетесь в теннисной секции, вполне естественным выбором для вас будет тема тенниса. Имея много друзей и знакомых в этом виде спорта, вы всегда найдете то, о чем еще никто не знает.

Берите пример с астрономов-любителей. Большинство новых космических объектов обнаружили именно они, а не профессиональные астрономы.

Со временем вы можете стать журналистом, который специализируется на определенной теме, и по своей теме вы будете знать все или почти все. Такие журналисты востребованы не только телезрителями, радиослушателями и читателями, но и руководителями разных СМИ.

Смысл важнее слов

Любой журналистский текст – это, в первую очередь, передача смысла сообщения, а не форма. Читатель, слушатель и зритель ждут от вас смысла, то есть минимального набора слов, которые передают суть новости.

Запомните, **волшебных слов не существует**. Это иллюзия начинающих авторов - если вы напишете «красиво», то вас будут читать.

Информационный текст – это рабочий инструмент, а не элемент искусства.

Как правило, в нем отсутствуют прилагательные – читатель, зритель и слушатель сами могут придать ту или иную эмоциональную окраску вашему

сообщению. Например, они могут не согласиться с вашим определением героини вашего сообщения как «красивая», «элегантная» или «умная», а героя как «мужественного» и «сильного».

Старайтесь, чтобы ваш текст был кратким, ясным и максимально информативным. Мы подскажем вам, как этого добиться, а пока же запомните, что со времен Древнего Рима и до наших дней все авторы текстов должны руководствоваться главным правилом:

Кто ясно мыслит, тот ясно излагает.

Новость: 6 главных вопросов и 6 ответов

Классик американской литературы Редьярд Киплинг однажды написал шуточное стихотворение «Есть у меня шестерка слуг...». Эти два четверостишия могут вполне стать кратким учебным пособием по подготовке и написанию информационного текста:

Есть у меня шестерка слуг,
Проворных, удалых,
И все, что вижу я вокруг, –
Все знаю я от них.
Они по знаку моему
Являются в нужде.
Зовут их: Как и Почему,
Кто, Что, Когда и Где.

Журналист, где бы он ни был, всегда задает себе эти вопросы. И когда он находит интересную новость для своей аудитории, он начинает писать ответы на эти вопросы. Например, автор узнал, что студент Иванов (кто?)

побил мировой рекорд по поднятию штанги (что?) перед подъездом своего дома в Москве (где?) вчера вечером (когда?). Он это сделал это для того, чтобы доказать своей девушке, что он сильный парень (почему?). Ему это удалось сделать, потому что он тренировался в спортивной секции один год (как?).

Журналисты всегда строят пирамиду сверху

Древние египтяне строили свои пирамиды снизу. Журналисты делают это наоборот – они строят информационные пирамиды сверху.

Журналисты всего мира начинают свой материал с заголовка.

Заголовок – самая главная часть новости.

Именно по заголовку читатель, слушатель или зритель решают, какую новость предпочесть. В большинстве случаев для аудитории достаточен один заголовок, а не вся новость.

В некоторых больших редакциях существует специальный журналист, который пишет преимущественно заголовки. Придумывание заголовков – это большое искусство, и не каждый журналист владеет им.

У хорошего заголовка есть несколько главных признаков:

Удобочитаемость. Это значит, что его легко прочесть, или он хорошо звучит на слух (для радио и телевидения).

Привлекательность/ оригинальность/необычность.

Информативность. Заголовок должен сообщать суть новости.

Краткость. Как правило, заголовок больше 10 слов воспринимается с трудом.

Вот несколько заголовков, которые сразу привлекают внимание:

Тим Кук сравнил стоимость iPhone X с чашкой кофе

Горящий автобус проехался по улицам Орла

Украина попросила Google и Apple сделать борщ великим

Есть еще одно неписаное правило – желательно, чтобы заголовки были глагольные, то есть в них присутствовал глагол, который придает всему заголовку динамику. Посмотрите заголовки выше и обратите внимание на красный цвет глаголов, вы сразу почувствуете и поймете это правило.

Лид и лидер – однокоренные слова

Первый абзац текста, который следует за заголовком, называется «лид». Задача лида не только привлечь внимание читателя или слушателя к деталям, которых нет в заголовке, но и заставить их ознакомиться с сообщением до конца.

Слово «лид» пришло к нам из англоязычной журналистики. Лид призван стать лидером всего текста и повести за собой аудиторию к остальной части текста.

Лид всегда должен давать в сжатом виде суть сообщения, чтобы читатель или слушатель мог сразу уловить главный смысл новости.

Часто в газетах и интернет-СМИ лид выделяют **полужирным шрифтом**. На телевидении и радио лид часто зачитывают ведущие новостей, а затем уже следует материал журналиста.

Понять суть лида можно по мессенджеру Twitter, который ограничивает объем любого сообщения всего 140 знаками. Собственно, все твиты и являются лидами.

Достраиваем пирамиду

Хороший новостной текст должен отвечать на 6 главных вопросов, о которых вы уже знаете:

- Что?
- Кто?
- Где?
- Когда?
- Почему/зачем?
- Как?

Читатель, в первую очередь, хочет знать ответы на эти вопросы. И журналист должен их дать в форме связного текста.

Хороший новостной текст должен отвечать на большинство этих вопросов, но часто обстоятельства не позволяют журналисту ответить на какой-то вопрос. В этом случае об этом обязательно нужно упомянуть. Скажем, журналисту неизвестно, когда точно произошло происшествие.

Отрицательная информация – тоже информация.

Примерный объем новостного текста 4-6 абзацев. Может быть меньше, если новость малозначимая, или больше, если новость сложная, многосоставная.

Отсекаем все лишнее

Текст для читателя, слушателя и зрителя должен быть **простым, легким и понятным**. Конечно, не в ущерб смыслу.

Простым – не значит примитивным. В тексте может быть сложная мысль, но она должна быть выражена максимально понятно для аудитории.

Когда текст будет готов, на него желательно **посмотреть глазами читателя**.

А еще лучше **вслух прочесть свой текст** самому себе или кому-нибудь. При чтении вы сразу поймете, что именно с вашим текстом не так: какие-то слова будут неудобны для произношения, в каких-то длинных предложениях потеряется мысль, где-то будет перепутана логика изложения или разные абзацы написаны разными стилями.

Проговаривание текста замедляет скорость чтения. Оно не позволяет проглатывать слова и заставляет автора интонационно правильно расставлять знаки препинания.

Любой текст редактируется и упрощается от малого к большому: сначала на уровне слов, потом предложений, потом смыслового порядка и логики сообщений. Заключает редактирование правка стиля сообщения. Как работает этот алгоритм?

Редактирование на уровне слов

Прежде всего удаляйте слова и фразы – паразиты: абсолютно, совершенно, мягко говоря и так далее. От потери этих слов текст только выигрывает.

Избавляйтесь от англицизмов и непонятных для аудитории выражений. Например, фикшн, эстимейт, левел.

Избавляйтесь от просторечий и сниженной лексики. Прикольный, клево, халява – таких слов не может быть в информационном сообщении.

Удаляйте слова-оценки – великолепный, прекрасный, ужасный, неменяемый... Задача журналиста – рассказывать, а не оценивать.

Редактирование на уровне предложений

Одна из распространенных ошибок журналистов – желание вместить в одно предложение как можно больше информации.

Вот типичный пример:

Отменен мораторий на приватизацию памятников федерального значения, поправки к закону предполагают разграничение полномочий в отношении этих объектов между федеральным центром и регионами, в том числе передачу памятников федерального значения в собственность субъектов страны и муниципальных образований.

Запомните правило хорошего текста: одно предложение – одна мысль.

Редактирование на уровне логики изложения и смыслового порядка

Попробуем разбить пример выше на несколько смысловых частей и выстроим их в логическую цепочку:

Смысл 1: Теперь памятники федерального значения можно приватизировать. По смыслу это заголовок.

Смысл 2: Поправки к закону разграничили полномочия центра и регионов в отношении памятников. По смыслу это лид новости.

Смысл 3. Ряд памятников федерального значения передадут в регионы муниципалитетам. Это предложение и следующее – текст.

Смысл 4: Муниципалитеты могут приватизировать эти памятники. Это логический вывод сообщения.

Логическая цепочка замкнулась, теперь читателю или слушателю понятна эта новость.

Редактирование на уровне стиля

Стилистические погрешности самые коварные. Их трудно обнаружить и еще труднее исправить.

Самая распространенная стилистическая ошибка – использование канцеляризм. Канцеляризм - это слово или оборот речи, характерный для стиля деловых бумаг и документов. Это словесные формулы и штампы официальных документов и деловой речи. Это язык заявлений, справок, доверенностей и протоколов.

Если вы увидите связку **«глагол + глагол»**, то это наверняка канцеляризм. Вот типичный канцеляризм: «Иванов предложил поставить вопрос на голосование».

Проще было бы написать: «Иванов предложил проголосовать».

Канцеляризмы также часто рождаются в связке **«глагол + существительное»**: «Иванов обратился с просьбой».

Чувствующий язык журналист написал бы лаконичнее – «Иванов попросил».

Когда вы отсекали в своем тексте все лишнее и отредактировали его, попробуйте прочесть его еще раз, и вы сами поймете, насколько он плох или хорош.

Подсказка для тех, кто делает материалы для радио и телевидения: 1 страница напечатанного текста на бумаге формата А4 звучит примерно 2 минуты.

Сам себе издатель – блоги и блогеры

На рубеже XX и XXI веков во многих странах мира параллельно с журналистикой стала возникать вторая медиасистема, которую со временем назвали блогосфера.

Название блог – неологизм. Оно произошло от слияния двух английских слов **web** (сеть) и **log** (дневник). В итоге получился blog. По существу, блог – это сетевой дневник.

Самый первый блог начал вести Тим Бернес-Ли в 1992 г. Этот тот самый человек, который придумал название «Интернет» для международного союза компьютерных сетей.

А в 1999 г. одна американская компьютерная компания открыла сайт Blogger.com – он стал первой бесплатной блоговой службой. Началась эра блогеров.

В первую очередь блог хорош тем, что он позволяет творческому человеку сразу стать издателем. Один студент Института кино и телевидения (ГИТР) три года назад запустил свой видеоблог о кино. Сейчас у него 700.000 подписчиков и он даже провел презентацию одной из программ своего блога на экране престижного кинотеатра в Москве.

Другими словами, сейчас даже студент без существенных материальных затрат может запустить аналог СМИ.

Эпоха блогов и блогеров не появилась случайно. Еще в конце 1970-х годов американский журналист и социолог Элвин Тоффлер предсказывал появление просьюмеров – таких потребителей информации, которые сами производят контент, похожий на журналистский, или трансформируют журналистскую информацию. Но в то время не было технологической основы – еще не изобрели Интернет.

Постепенно блоги стали не только средством публичного самовыражения авторов, но и источниками новой информации для журналистов и СМИ.

Уже не один год идет полемика, являются ли блогеры конкурентами журналистов?

Сторонники блогеров утверждают, что блогеров больше, чем журналистов, и поэтому они поставляют больше свежих новостей, чем журналисты.

Действительно, именно в блогах зачастую появляется то, о чем не сообщают журналисты. Другое дело, что такие записи редки и нерегулярны.

Поскольку блогеры – любители, то они, как правило, не проверяют информацию на полноту и корректность, не соблюдают формат новостного сообщения, часто эмоционально реагируют на то или иное событие. Блогеры не всегда стремятся раскрыть новость со всех сторон, они скорее рассказывают о своей реакции на нее. Другими словами, блоги очень часто не соответствуют критериям, предъявляемым к журналистике. Ни один стихийный проект не может обогнать хорошо спланированный и организованный – блоги и редакции находятся в разных весовых категориях.

Чаще всего именно журналистам удается составить цельную картину, собрав отзывы блогеров воедино, проверив источники и добавив комментарии экспертов.

Основная функция СМИ, как следует из названия, распространение массовой информации. Создание новой, социализированной службы распространения новостей СМИ – одна из основных целей современных медиа. Такая служба может охватить дробящуюся во всем мире аудиторию традиционных СМИ.

Именно это и делают блогеры. Согласно исследованию англоязычной блогосферы, проведенному американской организацией Pew Research Center, свыше 99 процентов новостных историй, встречающихся в блогах, взяты из СМИ. Наступило время естественного союза журналистов и блогеров, когда они начинают дополнять друг друга. Логично, что в 2014 г. в России принят федеральный закон, обязывающий авторов интернет-ресурсов (сайтов, блогов и пр.) с аудиторией свыше 3000 пользователей в сутки регистрироваться в Роскомнадзоре (Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций).

Своя творческая лаборатория

У каждого журналиста своя творческая лаборатория, в которой создаются произведения и свои творческие секреты. Но есть то общее, что объединяет всех журналистов – у них интеллектуальная профессия, а сами они – интеллектуалы.

Интеллектуал – это творческий человек с высоко развитым умом и аналитическим мышлением. По мнению ученых, интеллектуал производит и развивает идеи, определяет нормы и культурные ценности для остальной части общества.

Не секрет №1

Интеллект журналиста, прежде всего, проявляется в умении наблюдать, видеть и слышать то, что другие люди не видят и не слышат.

Не секрет №2

Память нужно тренировать на том, что интересно, но трудно запомнить.

Не секрет №3

Блокнот и ручка были и остаются неотъемлемыми атрибутами профессии журналиста. Бумажный блокнот – универсальный носитель, который не требует батареек или аккумуляторов или какого-то особого ухода. В нем можно сделать запись в любой обстановке и в любых погодных условиях. В блокноте можно писать под жарким солнцем, в сильный дождь или мороз, в прогулочной лодке, на скамейке в парке, в кабине самолета – где угодно.

Блокнот универсален еще и потому, что он идеально подходит как для полевой репортерской работы, так и для заметок на будущее. Блокнот или записная книжка – это ваша интеллектуальная копилка идей и тем.

Не секрет №4

Сейчас многие молодые журналисты чураются блокнотов и ручек, они считают, что для них вполне достаточно телефона.

Представьте такую ситуацию: вы летите в самолете, и вашим соседом оказывается очень известный человек, имя которого у всех на слуху. Вы знакомитесь, и этот человек рассказывает вам то, что никому никогда не рассказывал. Он даже разрешает вам записать его рассказ. Вы достаете свой телефон и начинаете запись на встроенный в него диктофон. На полпути аккумулятор вашего гаджета иссякает (скажем, дорога во Владивосток занимает 10 часов), и вам приходится его рассказ просто запоминать, потому что блокнота у вас нет, да и ручка куда-то запропастилась.

Вы приезжаете на место назначения и, первым делом, заряжаете свой телефон. Наконец, с нетерпением, включаете встроенный в него диктофон. Но голос вашего собеседника вы едва различаете, ваш телефон записал в основном гул двигателей самолета. Окончание истории вашего собеседника вы тоже не помните, потому что у вас нетренированная память.

Ни дня без строчки

Nulla dies sine linea – это латинский афоризм, который переводится на русский язык как «Ни дня без строчки». Этот афоризм должен стать вашим девизом.

Если вы хотите стать хорошим медиаволонтером или хорошим журналистом, вам нужно **научиться прежде всего владеть словом**. Письменным и устным. Этому можно научиться только постоянной практикой.

Совсем недавно на русский язык была переведена книга известного канадского журналиста Малколма Гладуэлла «Гении и аутсайдеры».

Автор этой книги проработал журналистом в газете Washington Post десять

лет, а последние годы является штатным автором американского культового журнала The New Yorker. Журнал Time назвал Гладуэлла в 2005 г. одним из 100 влиятельных людей.

Так вот, книга «Гении и аутсайдеры» не только показывает, что есть общего у Билла Гейтса, «Битлз» и Моцарта, но и почему им удалось превзойти своих сверстников. Гладуэлл пришел к выводу, что у всех гениев в любой области было нечто общее – каждый из них потратил примерно 10 000 часов на совершенствование своего мастерства.

Начните свой блог

Труд журналиста можно сравнить с трудом музыканта. Пока он не освоит азы музыкальной грамоты и не приучит пальцы к инструменту бесконечными гаммами и упражнениями, он не сможет сыграть мелодию, которая понравится публике.

Основное правило занятий вы уже знаете – ни дня без строчки. Слово – главный инструмент журналиста, и вы должны владеть им виртуозно. Для этого нужны ежедневные упражнения. Самый простой путь совместить полезное с приятным – завести свой аккаунт в любой социальной сети или мессенджере. Это могут быть просто ваши записи или блог (видеоблог). У вас есть большой выбор, например:

- ВКонтакте
- Одноклассники
- Facebook
- Instagram
- Telegram
- Twitter.

Если у вас есть уже блог, или вы только его собираетесь создать, вам помогут несколько простых правил, чтобы он стал популярным в Сети:

- Блог – это ваш ребенок. **Его нужно кормить постами минимум два раза в неделю.** Практика показывает, что не все блогеры способны на такой постоянный труд, и примерно 90% блогов умирают в течение нескольких недель.
- **Тема блога должна быть интересна лично вам,** и вы должны чувствовать себя в этой теме как рыба в воде. Вы не заметите, как люди потянутся к вам сами, аудитории всегда интересен специалист в какой-либо теме.
- Вы должны **понимать, что за люди находятся в вашей аудитории** – по возрасту, полу, жизненным интересам, профессиям и т.п. – и стараться не разочаровывать их, а оправдывать их ожидания.
- Перед каждой публикацией в своем блоге вы должны ответить самому себе, **насколько новой и интересной будет ваша информация** для вашей аудитории.
- Ваши еженедельные **посты должны быть соразмерны современному темпу жизни** – то есть быть достаточно компактными и легкими для чтения и для пересылки другим людям.

Например, Владимир Манеров нашел тему своего блога в самом блогинге. Его ресурс <http://blogoshpora.ru> является одним из популярных для начинающих блогеров.

Кстати, вот несколько советов Владимира о том, **откуда черпать вдохновение?**

Из YouTube

Все мы любим посмотреть интересное захватывающее видео. Но взгляните на это с другой стороны. Из видео можно взять интересную идею для блога.

Хобби

Я считаю, это самое правильное решение. Люди могут часами заниматься своим любимым делом. Это может быть все, что угодно: приготовление вкусной еды, воспитание детей, коллекционирование, строительство и т.д.

Профессиональные качества (ваша работа)

Вы работаете юристом, тогда почему бы не создать свой личный сайт и не помогать людям, нуждающимся в юридической помощи? А может быть вы повар, тогда создайте блог о вкусах. А если вы продавец, создайте блог о новых товарах или о том, как продавать. Думаю, вам понятна мысль.

События из жизни

Идея заключается в том, чтобы описать событие из своей жизни. Дать решение. Например, вы переехали жить в Америку и пишете в блог о том, как переехать в Америку и как там выжить русскому человеку.

Из магазина книг

Просто пройдите на досуге по книжному магазину и посмотрите на разные книги. Оцените, что интересно людям, что они любят почитать, как часто покупают ту или иную книгу. А может быть идеей вашего блога станет какой-нибудь роман, который стал бестселлером и потряс мир.

От близких людей

Просто спросите их, чтобы им было интересно. Или в чем вы, по их мнению, разбираетесь, и что у вас получается лучше других. Со стороны всегда виднее.

И еще один совет от Владимира Манерова:

Часто мы ищем в интернете информацию на какую-нибудь тему, и чтобы ее найти, приходится перелопатить весь интернет и просмотреть тысячи сайтов. А почему бы не собрать всю эту информацию в одном месте и рассказать

ее понятным языком? Подумайте над этим. Но, главное, помните: ваш блог должен быть интересен вам и нравиться людям.

Станьте классным фотографом

Сейчас не делает фотографии только ленивый. Каждую минуту в мире публикуется несколько сот тысяч фотографий. К сожалению, большинство из них не очень высокого качества. И это понятно – они любительские.

Фотожурналистика, как направление, родилась в начале XX века с появлением компактных фотоаппаратов, которые можно легко было брать с собой. Фотография в фотожурналистике играет роль основного средства выражения, текст – вспомогательную.

К концу первой декады XXI века традиционную фотожурналистику активно стала теснить так называемая «Гражданская журналистика», появившаяся сначала в странах Европы и США, а затем и в других странах мира. Люди различных профессий, как правило, не стесненные никакими обязательствами перед своими редакциями, занимаются фотожурналистикой в качестве хобби. Новым толчком к развитию гражданской фотожурналистики дали смартфоны со встроенными фотокамерами. Лучшие смартфоны по качеству изображения приближаются к профессиональным фотокамерам. Уже не редкость, когда смартфонами делают фотографии для обложек гляцевых журналов.

Те любители, которые хотят снимать на профессиональном уровне, должны следовать некоторым законам профессии, выработанные фотожурналистами за десятилетия работы.

Чем любитель отличается от профессионала? Конечно, не только аппаратурой. Главное отличие в том, что **профессионал думает о будущей фотографии до съемки**, а любитель – после того, как нажал на спусковую кнопку затвора.

Профессионал может сделать классную фотографию простейшей фотокамерой или даже смартфоном, потому что он знает главный неписанный закон профессионального фотографа – **умение видеть кадр**.

Для начинающих лучший способ научиться видеть кадр – сменить обычную точку зрения на необычную.

Когда-то давно художники придумали довольно странный способ заново посмотреть на окружающий мир: они наклонялись и смотрели на него через широко расставленные ноги. Удивительно, но это помогало найти интересный ракурс! Попробуйте и вы – где-нибудь дома или в безлюдном месте.

Гораздо проще найти кадр, если двигаться. Некоторые из профессиональных фотографов советуют сначала найти точку, которая покажется интересной, а потом сделать шаг вперед, назад, влево или вправо и заново посмотреть на кадр. Интересный и запоминающийся кадр ищется в движении!

Мастером необычных фоторакурсов был классик отечественной фотографии Александр Родченко. Посмотрите на пример его работы - снимок обыкновенной пожарной лестницы.

Профессионалы, как правило, стараются **делать снимки с какой-то опоры** – штатива, монопода (этот штатив на одной ноге) или любой устойчивой поверхности.

Не очень важно, есть в вашей камере или в смартфоне цифровой или оптический стабилизатор изображения, старайтесь снимать с опоры. При увеличении фотографии, скажем, для обложки журнала, будет сразу видно по ее смазанности - снимал профессионал или любитель.

Это правило действует для всех снимков, кроме репортажных, в них изображение может быть даже чуть смазанным, это придает фотографии

динамику и правдивость. Посмотрите, например, на «Скачки» Родченко.

Искусство фотографии – это **искусство светописи**. Сейчас такое определение устарело, но когда оно появилось в конце XIX века, то отражало истинную суть фотографии – искусство создания изображения посредством солнечного света.

Посмотрите на фотографии Александра Родченко, и вы сразу поймете роль света в фотографии.

Совет при работе со светом: при съемке старайтесь избегать прямого солнечного света, если это не вызвано необходимостью художественного решения.

Прямой солнечный свет дает очень резкие и контрастные снимки, на которых исчезают детали. **Самые лучшие фотографии получаются, когда свет рассеянный.**

Это относится и к **работе со вспышкой**. Как правило, профессиональные работы ставят на нее рассеиватель света, чтобы приглушить прямой свет.

Цвет в фотографии играет особую роль. Долгое время все фотографии были черно-белыми, потому что изображение можно было зафиксировать только на частичках серебра, которое чернеет от света. Изображение фиксировалось сначала на фотопленке, а потом на специальной фотобумаге. Это был достаточно длительный процесс.

Цветные же фотографии требовали еще больше времени как при съемке, так и при печати. Поэтому они, скорее, были исключением, чем правилом. Цвет в фотографии тогда играл такую же важную роль, как в живописи.

С появлением новых технологий фотографический процесс стал намного проще, и фотографии стали преимущественно цветными. А с появлением цифровой техники он свелся к минимуму: нажал на спуск фотокамеры

и цветной снимок готов.

Посмотрите фотографии современных профессиональных фотографов, и вы поймете, какую важную роль играет цвет в их творчестве.

Сейчас в руках каждого профессионального фотографа и любителя вся цветовая палитра (как у живописцев), и только от автора фотографии и его умения зависит то, как он ее использует.

Читайте книги и блоги по фотографии и дерзайте!

ПРАВИЛА ПИСАНЫЕ И НЕПИСАНЫЕ

На протяжении трех веков существования журналистики выработались определенные правила поведения журналистов – писанные и неписанные.

Профессиональная этика – это юридически не оформленные, но тем не менее известные и четко прописанные правила, принятые в СМИ и одобренные обществом.

Одним из первых правил журналистской этики были сформулированы Уолтером Уильямсом, в свое время известным американским журналистом и основателем первой в мире школы журналистики в Миссурийском университете.

Этим правилам более 100 лет, и сейчас эти правила переведены на более, чем 100 языков.

Правила Уолтера Уильямса

- Я верю в профессию журналиста.
- Я верю, что публичный журнал опирается на общественное доверие; любое умаление этой роли является предательством этого доверия.
- Я верю, что ясный стиль мышления, ясный язык, аккуратность и честность являются фундаментом хорошей журналистики.

- Я верю, что журналист должен писать только то, что он держит в своем сердце, как правду.
- Я верю, что утаивание новостей, под любым предлогом, кроме благополучия общества, непростительно.
- Я верю, что подкуп одинаково неприемлем из любого источника; что невозможно избежать индивидуальной ответственности ссылкой на чьи-то инструкции или чью-то выгоду.
- Я верю, что реклама, новости и редакторские комментарии, все в равной мере должно служить интересам читателей; что общий стандарт правды и ясности важнее всего остального; что высший критерий хорошей журналистики – служение обществу.
- Я верю, что журналистика твердо независима; она не подвержена влиянию самолюбивых оценок или жадности власти; конструктивная, терпимая, но ни в коем случае не легкомысленная, требовательная к самой себе, неутомимая, всегда уважительная к читателю, но всегда бесстрашная, она неизменно негодует при виде всякой несправедливости; она беспристрастна к ссылкам на привилегии или крикам толпы; она ищет возможность дать шанс каждому и признание со стороны человеческого братства; она глубоко патриотична, и в то же время искренне способствует международной доброй воле и цементирующему мировому партнерству, она представляет собой журналистику гуманности современного мира и для современного мира.

После двух мировых войн журналисты всех стран мира пришли к выводу, что у них должны быть единые профессиональные стандарты.

На втором всемирном конгрессе Международной федерации журналистов во французском городе Бордо в 1954 г. они приняли такие правила – общие для журналистов всех стран. В нашей стране эти правила лежат

в основе стандарта деятельности Союза журналистов России.

Эту декларацию должны знать и уважать не только профессиональные журналисты, но и все, кто мечтает и хочет стать журналистом. Медиаволонтерам эта декларация поможет понять, по каким стандартам работают журналисты.

В каждой строчке этой декларации обобщен и сконцентрирован опыт нескольких поколений журналистов.

Декларация принципов поведения журналиста международной федерации журналистов

Международная декларация провозглашается в качестве стандарта профессионального поведения журналистов в области приобретения, передачи, распространения и комментирования информации и описания событий.

1. Уважение правды и права общества знать правду - первоочередной долг журналиста.

2. Осуществляя профессиональную деятельность, журналист обязан отстаивать принцип свободы при честном сборе и публикации информации и права на честный комментарий и критику.

3. Журналист обязан оперировать только той информацией, источник которой ему известен. Журналист не должен пренебрегать важной информацией или фальсифицировать документы.

4. Получая информацию, фотографии и документы, журналист должен использовать только честные методы.

5. Журналист должен сделать все возможное для исправления или опровержения информации, которая может нанести серьезный ущерб.

6. Журналист обязан соблюдать профессиональную тайну и не разглашать источник информации.

7. Журналист должен отдавать себе отчет о той опасности, которую таит в себе призыв к дискриминации, распространенный через СМИ, и должен сделать все возможное для того, чтобы избежать даже невольного стимулирования дискриминации на основе расы, пола, сексуальной ориентации, языка, религии, политических или иных взглядов, национального и социального происхождения.

8. Журналист должен считать серьезными профессиональными нарушениями:

- плагиат;
- умышленное искажение фактов;
- клевету, оскорбление, необоснованное обвинение;
- получение взятки в любой форме за публикацию (непубликацию) того или иного материала.

9. Журналист, достойный этого высокого звания, считает своим долгом добросовестно выполнять вышеизложенные принципы. Действуя в рамках законодательства своей страны, журналист при решении профессиональных вопросов признает только юрисдикцию коллег, в том числе и в случае вмешательства в такого рода вопросы правительства или других ответственных лиц.

Закон о СМИ – настольная книга журналиста

В дополнение к профессиональным внутрицеховым стандартам журналистской деятельности в 1991 г. в России впервые в истории нашей страны был принят закон «О средствах массовой информации» (Закон о СМИ).

Это нормативно-правовой акт, регулирующий отношения между участниками производства массовой информации в России:

- между обществом и СМИ; государством и СМИ;
- учредителем;
- издателем и редакцией СМИ;
- редакцией и автором;
- редакцией, автором и «действующими лицами» публикации;
- редакцией, автором и источником информации;
- СМИ и гражданами РФ.

Закон о СМИ установил запрет цензуры и создание юридических возможностей для учреждения и регистрации не зависящих от государства и политических партий газет, журналов, теле- и радиопрограмм, агентств новостей.

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

Закон о СМИ достаточно большой – он состоит из 7 глав, включающих в себя 62 статьи. Здесь же мы для справки даем структуру этого закона по главам с тем, чтобы потом у вас появилось желание прочесть его полностью.

Структура Закона о СМИ

Глава I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

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

Глава II. ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Здесь собраны все необходимые сведения о статусе, правах учредителя и регистрации средства массовой информации.

Глава III. РАСПРОСТРАНЕНИЕ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

В данной главе собраны сведения о правилах распространения СМИ, порядке регистрации и получении лицензии на вещание.

Глава IV. ОТНОШЕНИЯ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ С ГРАЖДАНАМИ И ОРГАНИЗАЦИЯМИ

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

Глава V. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ ЖУРНАЛИСТА

Права и обязанности журналиста, порядок аккредитации, указаны недопустимые злоупотребления правами журналиста, а также правила использования скрытой записи.

Глава VI. МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В ОБЛАСТИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

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

Глава VII. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

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

Конечно, это только общее знакомство с Законом о СМИ. Стоит ли упоминать, что все журналисты должны его знать и соблюдать?

Авторское право

Еще одна область, о существовании которой должны знать все журналисты и медиаволонтеры – это область авторского права.

Авторское право – это права, которые регулируют правовые отношения, связанные с созданием и использованием произведений интеллектуальной собственности – произведений в области журналистики, литературы, искусства и науки. Сюда же включены компьютерные программы и базы данных.

Название «авторское право» является условным, так как закон регулирует и охраняет права правообладателя, а не автора.

Многим известен эквивалент авторского права – слово «копирайт». Его значок © присутствует во многих изданиях и публикациях. Английский термин *copyright* составлен из двух слов – *copy* (копировать) и *right* (право) и означает авторское право, то есть право копировать, воспроизводить.

Говоря юридическим языком, первоначальным субъектом авторского права всегда является физическое лицо, творческим трудом которого создано то или иное произведение – автор. Именно ему принадлежит весь комплекс авторских прав – личные неимущественные права и исключительное право (имущественное право) на использование произведения в любой форме.

Лицо, указанное в качестве автора на оригинале или экземпляре произведения, считается его автором.

Субъектами авторского права также являются лица, обладающие исключительным правом на произведение, которое перешло к ним от автора по различным основаниям (скажем, в силу договора). Такие субъекты называются правообладателями. Ими могут быть:

- предприятия (издательства, радио- и телекомпании и т. д.), приобретающие исключительное право на использование произведения;
- работодатели, если произведение создано служащим, работающим по найму, то исключительное право на произведение возникает, как правило, у нанимателя;
- заказчики, в случае создания произведения по договору заказа;
- наследники автора или иного обладателя авторского права.

Автор, для оповещения о принадлежащем ему исключительном праве на произведение, использует знак охраны авторского права, который помещается на каждом экземпляре произведения.

Союз журналистов России

Союз журналистов России один из крупнейших в Европе. Он объединяет около 100 тысяч человек. В Союз входят 85 региональных организаций, а также более 40 творческих ассоциаций, гильдий и объединений.

Целями и задачами Союза журналистов России являются:

- защита прав и свобод журналистов, их экономических, профессиональных и творческих интересов, чести и достоинства;
- содействие утверждению и реализации свободы массовой информации, укреплению правовой базы деятельности всех сторон информационного процесса;

- формирование культуры честной и свободной журналистики, поддержка плюрализма и независимости средств массовой информации;
- развитие системы журналистского образования и повышение профессионального уровня российской журналистики.

Как стать членом Союза журналистов?

Ответ на это вопрос дает устав Союза журналистов России. Вот несколько выдержек:

4.1. Членами СЖР могут быть профессиональные творческие работники, основным родом занятий которых является деятельность в средствах массовой информации, в том числе и вне штата, а также лица, занимающиеся научно-исследовательской, преподавательской или организаторской деятельностью в области журналистики, разделяющие цели СЖР, достигшие восемнадцатилетнего возраста, признающие настоящий Устав, уплатившие вступительный взнос и принимающие личное участие в работе СЖР.

4.2. Граждане Российской Федерации принимаются в члены СЖР на основании личного заявления, подаваемого в руководящие органы структурных подразделений СЖР, либо в Секретариат СЖР с приложением списка обнародованных произведений, двух рекомендаций и документа, подтверждающего соответствие профессиональной принадлежности вступающего в СЖР лица требованиям пункта 4.1. настоящего Устава.

4.4. Секретариат СЖР в трехмесячный срок с момента поступления соответствующих документов оформляет к выдаче вступающему в СЖР членский билет СЖР либо – при обнаружении противоречий с требованиями настоящего Устава – отказывает в выдаче членского билета.

Двери в профессию

Все московские издания объединены в Объединенную редакцию московских СМИ «Москва-Медиа».

Убедитесь сами, насколько широк ее спектр:

Телеканал «Москва 24»

Информационно-познавательный круглосуточный телеканал создан правительством Москвы по инициативе мэра Сергея Собянина. Основная цель телеканала — оперативное информирование телезрителей о жизни в Москве.

Телеканал «Москва. Доверие»

Информационно-развлекательный московский телеканал.

Радиостанция «Москва FM»

Информационно-развлекательная московская радиостанция. Эфир станции заполняется краткими сводками новостей каждые 30 минут, а также интерактивными прямыми эфирами и музыкой.

Радиостанция «Радио Москвы»

Информационно-музыкальная станция для старшего поколения. В эфире классика советской и мировой эстрады. Вещает в городской радиосети.

Радиостанция Capital FM

Информационно-музыкальная московская радиостанция на английском языке. Вещает с 1 декабря 2015 года.

Сетевое издание M24.RU

Информационный интернет портал о столичной жизни – новости, видео, фотогалереи, инфографика.

Агентство городских новостей «Москва»

Это агентство является системообразующей частью холдинга, которая предоставляет информацию всем его структурам. АГН «Москва» собирает информацию от собственных корреспондентов и многочисленных источников во всех возможных форматах. В спектр событий, которые освещает агентство, входят как мероприятия и новости общегородского масштаба, так и локальные истории, интересные жителям конкретных районов.

Основные продукты АГН «Москва»: новостная лента, фотолента и видеолента, инфографика. Кроме того, агентство имеет свой архив, а также фото- и видеобанки и календарь событий.

В создании контента агентство «Москва» использует современные технологии и оборудование, что позволяет максимально оперативно и качественно поставлять информацию потребителю.

Студия «Голос»

Имиджевая лаборатория «Голос» — учебный центр на базе «Москва Медиа». В студии совмещают опыт профессиональных теле- и радиоведущих, авторские методики преподавания, индивидуальный подход к каждому слушателю и создают специальные программы обучения, позволяющие стать востребованным на рынке профессиональных услуг.

Но помимо московских изданий в Москве находятся практически все редакции федеральных телеканалов, радиостанций, газет и журналов.

Где учат журналистике?

Как правило, в большинстве вузов основные навыки профессии журналиста и диплом бакалавра вы можете получить на **дневном, вечернем** и **заочном** отделениях. Срок обучения – 4 года.

Многие бакалавры предпочитают продолжить обучение и получить высшее журналистское образование с дипломом магистра. Срок обучения – 2 года. Форму обучения уточняйте в конкретном вузе.

Параллельно с системой высшего профессионального образования в разных городах страны существуют еще самые разнообразные курсы и школы журналистики. Их также легко можно найти в Интернете.

Для медиаволонтеров Москвы лучший ресурс для овладения азами журналистики – Медиашкола для волонтеров, которую в этом году Ресурсный центр «Мосволонтёр» реализует в партнерстве с ИД «Комсомольская правда», Школой искусств и медиатехнологий Арины Шараповой и Институтом кино и телевидения (ГИТР) при поддержке Комитета общественных связей города Москвы. Сайт «Мосволонтёра» – <https://mosvolonter.ru>

ГЛОССАРИЙ

В помощь читателю этой книги

Автор этой книги старался, по возможности, разъяснять все специальные термины, относящиеся к журналистике, в самом тексте книги. Тем не менее, кажется, что такой глоссарий только расширит и уточнит понимание читателями некоторых слов.

Автор

От латинского слова *auctor*, т.е. создатель литературного, музыкального или любого художественного произведения или текста.

Аудитория

Это совокупность людей, пользующихся определенным типом средств массовой информации - газетами, радио, телевидением, интернет-СМИ, либо потребители единичного медиапродукта (блога, телепередачи и пр.).

Аудитория потенциальная

Вероятный круг пользователей определенного СМИ. Потенциальная аудитория берется во внимание при подготовке медиаматериалов.

Бакалавр журналистики

Это первая академическая ступень и квалификация, присуждаемая лицам, освоившим соответствующие образовательные программы высшего образования по направлению «журналистика». Диплом бакалавра дает возможность работать в СМИ.

Блог

Происходит от слияния двух английских слов – *web* (сетевой) и *log* (журнал). Интернет-дневник, основное содержимое которого - это регулярно добавляемые записи, содержащие текст, фото или видео. Людей, ведущих блог, называют блогерами.

Блогосфера

Это совокупность всех блогов во Всемирной паутине.

Видеоблог

Это сокращение от двух английских слов - video (видео) и log (журнал). Это форма блога, в котором средством передачи информации является видеоматериал. Видеоблог можно считать разновидностью веб-телевидения. Самым популярным сервисом распространения видео в этом формате является платформа YouTube.

Газета

Печатное периодическое издание, выходящее под постоянным названием и не реже одного раза в месяц.

Глоссарий

Это словарь терминов в какой-либо отрасли знаний. В данном случае – журналистики.

Жанр

Род произведений в области какого-либо творчества, характеризующийся теми или иными устойчивыми признаками.

Журналист

Человек, который занимается сбором, созданием, редактированием, подготовкой и оформлением информации для редакции СМИ или занимается такой деятельностью по собственной инициативе.

Журналистика

Сбор и интерпретация информации о событиях, темах и тенденциях современной жизни, а также публикация этой информации в различных СМИ для массовой аудитории.

Интервью

От английского слова «interview». Жанр интервью – это разновидность разговора, беседы между двумя и более людьми, при которой интервьюер задает вопросы своим собеседникам и получает от них ответы.

Интернет

Образовано от латинского слова «inter», означающего международный, и от английского слова «net» - сеть. Всемирная информационная компьютерная сеть, связывающая между собой как пользователей компьютерных сетей, так и пользователей индивидуальных компьютеров для обмена информацией.

Лид

Первый и самый главный абзац в сообщении. Он «расшифровывает» заголовок и дает самую важную информацию о самой новости.

Кинескоп

Термин происходит от древнегреческого слов «кине» (двигаю) и «скопос» (смотрю). Это электронно-лучевой прибор, преобразующий электрические сигналы в световые. До 1990-х годов использовались телевизоры исключительно на основе кинескопа.

Коммуникации

От латинских слов communicatio – сообщение, передача и communico – делаю общим.

Медиа

Обширное понятие, которое включает в себя всю совокупность технологических средств и приемов коммуникаций, служащих для передачи конкретному потребителю информационного сообщения. Часто употребляют как синоним СМИ.

Медиаволонтер

Человек любого возраста, который в свободное время занимается журналистским творчеством и работает в социальных медиа, интернет-журналистике, печатных медиа, на телевидении и радио.

Мультиэкранный

Этот термин в телевидении означает «многоэкранный» и используется для описания того, что телевизионное изображение можно смотреть не только на экране телевизора, но и экранах компьютера, планшета и мобильного телефона.

Наборный шрифт

Отдельные металлические выпуклые буквы, сделанные в зеркальном отображении. Их можно было переставлять и набирать в строки книг. Потом с помощью печатного пресса их оттискивали на бумаге в нужном количестве экземпляров.

Новость

Новость – это короткое сообщение в газете, интернет-СМИ, на радио и телевидении.

Периодика

Разговорное слово от словосочетания «периодическое издание». К периодике относятся газеты и журналы.

Печать/ Печатная журналистика

Одна из разновидностей журналистики. Является первой по времени возникновения среди современных СМИ. Альтернативные названия – газетно-журнальная журналистика, бумажная журналистика.

Пиктограмма

Знак, отображающий важнейшие узнаваемые черты объекта, предмета или явления в схематическом виде. Пример – смайлик. (-:

Практикум

Курс практических занятий по какому-либо учебному предмету. В этой книге – по журналистике.

Протожурналистика

Одна из форм коммуникации, предшествовавшей появлению журналистики.

Профессионал

Профессионалом считается человек, ставший в какой-либо области деятельности высококлассным специалистом. Профессионалами также часто называют высококвалифицированных специалистов творческих профессий, включая журналистов.

Радио

От латинского слова «radio» – излучаю, испускаю. Радиовещание – разновидность передачи информации, при которой в качестве носителя информации используются радиоволны. Технологии радио рассчитаны на передачу неограниченному числу слушателей звуковой информации и музыки в радиозфире, проводных сетях (проводное радиовещание) или в сетях с пакетной коммутацией (интернет-радио).

Редактирование

Образовано от латинского слова «redactus» – приведенный в порядок.

Журналистская деятельность, связанная с подготовкой к выпуску печатных и интернет-изданий, теле- и радиопередач.

Репортаж

Жанр журналистики, который характеризуется обязательным присутствием автора новости на месте действия события.

Сериал

От английского слова «serial» – последовательная программа. Разновидность телевизионных и радиопередач, которые состоят из отдельных, последовательных эпизодов.

СМИ

Сокращение от «средства массовой информации». Представляет совокупность органов публичной передачи информации с помощью технических средств – печать, радио, телевидение, интернет-СМИ.

Стандарт вещания

Стандарт телевизионного вещания – это система кодирования видеосигнала для его эфирной передачи. Переход к цветному телевидению умножил число систем - NTSC, PAL, SECAM. В настоящее время распространены многосистемные телевизионные приемники и идет внедрение цифрового телевидения и телевидения высокой четкости.

Социальный

От латинского слова «socialis» – общий, общественный. Название всего, что связано с совместной жизнью людей, с различными формами их общения, что имеет общественный и общностный характер.

Телевидение

От древнегреческого слова «теле» – далеко и латинского «video» – видеть.

Изначально технология электросвязи, предназначенная для передачи на расстояние движущегося изображения и звука. Сейчас означает органи-

зации, занимающихся производством и распространением телевизионных программ. Со второй половины XX века телевидение стало наиболее влиятельным средством массовой информации. Сейчас телевидение подразделяется на эфирное, кабельное, спутниковое, мобильное и интернет-телевидение (IPTV).

Телецентр

Сокращенное от названия «телевизионный передающий центр». Это комплекс технических средств, обеспечивающих трансляцию телевизионного сигнала на территорию, чаще всего с радиусом приема сигнала около 80-100 км. Телецентр обычно включает в себя несколько телевизионных передатчиков, размещенных на высокой телебашне, потому что телевизионный сигнал распространяется только в пределах прямой видимости.

Технология

Происходит от древнегреческих слов «техно» – мастерство, умение и «логос» – слово, смысл. В широком смысле – применение научного знания для решения практических задач.

Типология

Классификация по существенным признакам.

Фотография

Термин происходит от древнегреческих «фотос» – свет и «графо» – пишу.

В Российской империи довольно долго использовали буквальный перевод «светопись» этого же термина, но он в конце концов уступил место общепринятому.

Холдинг

Структура государственных или коммерческих организаций/компаний,

включающая в себя материнскую компанию и сеть дочерних компаний, которые она контролирует.

Цензура

От латинского слова «*sensura*» – строгое суждение. Это система государственного надзора за содержанием и распространением контента с целью ограничения либо недопущения распространения идей и сведений, признаваемых властями нежелательными. Цензурой называются также органы, осуществляющие такой контроль.