

### Посади в редакції шкільної газети

**Головний редактор.** Відповідає за організацію роботи кореспондентів, здійснює загальну координацію і фінальне редагування змісту матеріалів, затверджує їх до публікації. Може вести колонку редактора.

**Редактори рубрик.** Стежать за тим, щоб усі журналісти надавали матеріали вчасно, іноді контролюють, як іде процес підготування матеріалів, вчитують тексти на предмет логічності викладу та дотримання професійних стандартів.

**Журналіст.** Займається збиранням, створенням, редагуванням, підготовкою та оформленням інформації для редакції шкільної газети.

**Фотограф.** Має певні уявлення про основи фотографії та робить якісні знімки.

**Коректор.** Скрупульозно вчитує всі матеріали, виправляє граматичні й орфографічні помилки, стежить за стилістикою і логічністю текстів. Допомогти в цьому може вчитель-філолог.

**Верстальник.** Створює макети документів, визначає зовнішній вигляд газети, розміщення на ній тексту, фото, інфографіки тощо. Навички з верстки та дизайну, які здобуде учень у школі, обов'язково стануть йому в пригоді в майбутньому. Крім того, така посада зніме навантаження з керівника газетою, і він зможе більше часу приділяти іншим етапам становлення видання.

**PR-менеджер.** Інформує, коли з'явиться новий номер, заохочує дітей купувати і читати газету, є зв'язною ланкою між тими, хто хоче купити газету, і безпосередньо новим випуском. Якщо газета поширюється безплатно, PR-менеджер опікується питаннями її рекламування та просування.

**Друкар.** Готує принтер і матеріал до друкування. Заправляє принтер папером, у разі потреби — фарбою. Налаштовує принтер для друку. Веде процес друкування. Усуває технічні недоліки в роботі.



## СЛОВНИК

**Більд-редактор** — співробітник редакції, відповідальний за пошук та вибір ілюстрацій.

**Верстка** — розміщення тексту і графіки на певному форматі.

**Гарнітура** — тип шрифту.

**Макет** — дизайн (вигляд) газети або журналу.

**Друк** — процес, у результаті якого отримується друковане видання.

**Залити текст** — помістити текст у графічний блок.

**Інтерв'ю** (від фр. *entrevue* — зустріч за домовленістю) — жанр журналістики, який передбачає бесіду на актуальну тему, що має важливе суспільне значення або інтерес. Відбувається у формі відповідей певної особи (героя) на запитання журналіста.

**Інтерліньяж** — відстань між рядками.

**Інфографіка** — таблиці, рисунки, діаграми.

**Інформаційний привід** — подія, яка може зацікавити вашого читача, більшість цільової аудиторії.

**Кегль** — розмір шрифту.

**Колонка** — частина тексту, макету.

**Авторська колонка** — журналістський текст, своєрідний нарис на актуальну тематику, у якому простежується індивідуальний стиль автора.

**Конвергентна редакція** — редакція, яка створює контент / інформацію для кількох видів мас-медіа, наприклад, для газети та сайту.

**Контент** — будь-яка інформація, розміщена на певному ресурсі.

**Концепція видання** — сукупність взаємопов'язаних ознак майбутнього видання, задум, який komponується з інформації, що становитиме основу публікації. Новина — це коректна і зрозуміла інформація про факти, які для читача або слухача, по-перше, нові, і по-друге, важливі і/або цікаві, навіть, якщо подія його не стосується. Наприклад, завірюха у Флориді [13].

**Репортаж** (від франц. *reportage* і англ. *report* — передавати) — оперативний жанр журналістики, у якому динамічно, документально точно, мальовничо й емоційно відтворено конкретну дійсність, правдиві факти через безпосереднє сприйняття автора — очевидця чи учасника події.

**Рубрика** — розділ у газеті, журналі, на інтернет-сайті чи в телепрограмі, наприклад, рубрики про культуру, економіку, міжнародні новини тощо.

**Спеціалізоване медіа** — медіа вузької спрямованості або нішеве.

**Фейк** — неправдиве повідомлення, навмисне створене і поширене.

**Цільова аудиторія газети** — група її читачів, на яку сфокусований зміст видання. Це коло читачів, зацікавлених в інформації, товарах або послугах, поданих у газеті чи журналі.

**Шпальта** — це задрукована площа газетної сторінки (відбиток сторінки видання). Зазвичай шпальта займає 4/5 площі газетної сторінки.



#### Етапи створення газети

Етапи	Друкована газета	Електронна газета
1	Ідея про створення шкільної газети	
2	Визначення мети	
3	Визначення цільової аудиторії	
4	Вибір формату і способу розповсюдження	Вибір платформи для сайту, програмування
5	Створення рубрикатора в газеті	Створення розділів на сайті
6	Вироблення та опис основних положень про редакційну політику	
7	Оголошення про набір редакції в класі / школі	
8	Набір редакції з учнів / батьків	
9	Вибір найменування / назви газети чи сайту	
10	Реєстрація групи в соцмережах для друкованої версії	Реєстрація сайту або групи в соцмережі
11	Розроблення дизайну	Використання наявного дизайну
12	Визначення відповідальних учнів / учителів / батьків за кожен рубрику першого номера	
13	Мозковий штурм щодо ідей і тем	
14	Визначення жанру / формату подання теми, розміру матеріалу і терміну здавання	
15	Збір інформації і написання матеріалів. Підготування ілюстрацій (фото, малюнків, таблиць, діаграм)	
16	Здавання матеріалу редакторіві	
17	Редагування	
18	Коректура	
19	Верстання	
20	Корегування	
21	Внесення правок у верстці	
22	Друк	
23	Розповсюдження	Викладення матеріалів на сайті або в групі в соціальних мережах та обговорення
24	Обговорення першого номера. Зворотний зв'язок із читачами	



#### Зразок плану реалізації проєкту «Шкільна газета “Шкільна планета”»

Етап	План реалізації	Шляхи розв'язання	Результати
1. Підготовчий (квітень – травень 2009)	<ul style="list-style-type: none"> <li>» пошук розв'язання проблеми відсутності шкільної газети для дітей та підлітків</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» соціальне опитування;</li> <li>» зустрічі з адміністрацією і обговорення ідеї видання шкільної газети «Шкільна планета»</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» прийняття рішення про видання шкільної газети</li> </ul>
2. Теоретичний (серпень – вересень 2009)	<ul style="list-style-type: none"> <li>» підготовка дітей та підлітків до реалізації проєкту;</li> <li>» навчання основам видавничої справи;</li> <li>» знайомство з комп'ютерною програмою Microsoft Word або можливостями Google Drive (зокрема спільною роботою в Google Documents)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» заняття з керівниками та авторами проєкту, психологом; розподіл обов'язків у прес-центрі (редактори, кореспонденти, верстальники) відповідно до бажання і здібностей кожної дитини</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» інформування дітей і підлітків про роботу прес-центру;</li> <li>» створення активу редколегії, вибір дітьми пріоритетних напрямів діяльності</li> </ul>
3. Проєктний (вересень 2009)	<ul style="list-style-type: none"> <li>» вибір тематики газети;</li> <li>» збір інформації для газети;</li> <li>» підготовка заміток;</li> <li>» реклама прес-центру, анонс</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» обговорення і вибір тематики майбутньої газети;</li> <li>» підготовка, коректування заміток у газету;</li> <li>» рекламна кампанія</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» фактична робота за напрямами всіх учасників проєкту;</li> <li>» видання та вихід у світ перших номерів газети «Шкільна планета»</li> </ul>
4. Організаційно-узагальнювальний (вересень – травень 2009–2010)	<ul style="list-style-type: none"> <li>» подальша робота з видання шкільної газети «Шкільна планета»;</li> <li>» аналіз набутого досвіду;</li> <li>» реєстрація в Обласному каталозі шкільних газет.</li> </ul>		

