

РЕДАКЦИОННЫЕ СТАНДАРТЫ ГАЗЕТЫ «ЖУРНАЛИСТ»

Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова



ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ М. В. ЛОМОНОСОВА

РЕДАКЦИОННЫЕ СТАНДАРТЫ
ГАЗЕТЫ «ЖУРНАЛИСТ»

Москва
2017



Факультет журналистики
Московского государственного университета
имени М. В. Ломоносова

ББК 76
Р33

Р33 **Редакционные стандарты газеты «Журналист».** – М.:
Ф-т журн. МГУ, 2017. – 48 с.

ББК 76

© Факультет журналистики МГУ, 2017

С о д е р ж а н и е

I. КОНЦЕПЦИЯ ИЗДАНИЯ «ЖУРНАЛИСТ».....	5
1. Миссия проекта.....	5
2. Цели и задачи проекта.....	6
3. Аудитория проекта.....	8
4. Информационная политика. Общие принципы.....	8
5. Правовые и этические ограничения.....	8
II. ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ РЕДАКЦИИ.....	11
1. Структура редакции.....	11
2. Организация работы редакции.....	11
3. Подписание номера.....	17
4. Необходимые организационные и технические условия для выпуска учебной газеты.....	17
5. Информационная поддержка.....	18
6. Обеспечение безопасности в процессе работы редакции....	18
7. Правила аккредитации корреспондентов на информационные мероприятия.....	18
III. РЕДАКЦИОННЫЕ СТАНДАРТЫ.....	19
1. Общие принципы работы с контентом.....	19
2. Ежедневная газета «Журналист».....	19
3. Еженедельник «Журналист».....	24
4. Спецвыпуски газеты «Журналист».....	30
IV. ГЛОССАРИЙ.....	31
V. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	35

Приложение

I. СОЗДАНИЕ И ПОИСК ФОТОИЗОБРАЖЕНИЙ.....	38
1. Источники.....	38
2. Методы съемки.....	38

3. Рекомендации по подготовке к съемке и проведению съемки.....	39
4. Этические ограничения.....	40
5. Материальная ответственность фотографа.....	40
III. ПОДГОТОВКА ФОТОГРАФИЙ К ПУБЛИКАЦИИ.....	40
1. Технические требования к фотографиям.....	40
2. Цифровая обработка изображений.....	41
3. Правила оформления метаданных.....	41
4. Правила подбора заходных иллюстраций.....	42
IV. СОЗДАНИЕ ФОТОБАНКА.....	42
V. ГЛОССАРИЙ.....	43
VI. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	46

I. КОНЦЕПЦИЯ ИЗДАНИЯ «ЖУРНАЛИСТ»

1. Миссия проекта

Печатное издание (газета и еженедельник) «Журналист» является внутренним учебным и информационным проектом факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. Печатное издание «Журналист» производит контент разных форматов в учебных, образовательных, просветительских и корпоративных целях в соответствии со стандартами качественной журналистики.

Учебная газета «Журналист» может выходить в нескольких модулях:

1. Ежедневный новостной выпуск (формат А-3, 4 полосы) – учебная газета. Издается на втором курсе в рамках учебной программы «Практикум».

2. Еженедельник «Журналист».

– Городской (формат А-4, 12-16 полос): учебная газета, издается на старших курсах бакалавриата в рамках учебной программы «Выпуск учебных СМИ».

– Тематический (формат А-4, 12-20 полос): учебная газета, издается в рамках учебной программы тематических образовательных модулей.

3. Спецвыпуск (формат А-3 или А-4, объем в соответствии с задачами). Издается в соответствии с корпоративными задачами факультета. Редакция газеты «Журналист» осуществляет спецвыпуски:

– подготовленные отдельными подразделениями факультета (кафедрами, отделениями и центрами, приемной комиссией и т. д.);

– подготовленные в связи с важными для страны и факультета событиями;

– подготовленные в рамках внешних проектов факультета (сотрудничества с другими вузами и организациями, образовательных, конкурсных программ и т.д.);

– подготовленные самостоятельно студентами, выпускниками факультета при участии редакции и т.п.

Миссия издания «Журналист» – создать учебную площадку для производства качественного печатного продукта, ориентированного на конкретную аудиторию, отвечающего требованиям современной медиаиндустрии.

Издание призвано также содействовать реализации миссии и целей факультета журналистики МГУ, принципов корпоративной культуры журналистского сообщества, факультета журналистики и университета в целом.

2. Цели и задачи проекта

Основные цели и задачи издания варьируются в соответствии с учебной программой и корпоративными целями и задачами факультета. Главной целью проекта является создание условий, приближенных к редакционным и позволяющих студентам получить первоначальные практические навыки газетно-журнального производства.

Задачи проекта

Учебная. Издание «Журналист» представляет собой учебный проект, задача которого – дать студентам факультета журналистики возможность без отрыва от обучения получать практический опыт, участвуя в реальной работе редакции. Студенты должны осуществить производство контента, направленного на внешнюю аудиторию. В процессе выпуска газеты отрабатываются основные профессиональные навыки: выбор актуального формата, поиск тем и героев материалов, работа с источниками информации, проверка достоверности фактов, планирование работы редакционной команды и индивидуального рабочего времени, участие в планировании, макетировании, подготовке и выпуске номера газеты, в обсуждении итогов работы. Выпуск газеты стимулирует развитие творческой активности студентов и сотрудников факультета журналистики. На основе подготовки номера газеты, в том числе формируется творческое досье студентов, они получают возможность включить свои опубликованные материалы в резюме для последующего трудоустройства в СМИ.

Информационная. В издании освещаются события, тренды, явления и повестка, интересные целевой аудитории. Информационные цели в наибольшей степени определяются задачами модуля. Газета, выпускаемая на 2-м курсе, – ежедневная газета новостей с универсальной тематикой. Газета, выпускаемая на старших курсах бакалавриата, – информационно-аналитический еженедельник. В рамках тематических образовательных модулей предполагается выпуск тематически специализированного еженедельника. Спецвыпуски могут иметь конкретные информа-

ционные задачи – освещение отдельных событий, проектов факультета и т.д.

Просветительская. В основу проекта заложена просветительская функция – в доступной современному молодому поколению форме рассказывать о событиях и процессах, происходящих в современной журналистике, в сферах образования, культуры, истории, литературы, музыки, кинематографа и пр. Задача проекта – поднять уровень культуры и профессиональной компетентности будущих журналистов.

Корпоративная. Проект содействует реализации миссии и целей факультета журналистики МГУ, принципов корпоративной культуры факультета журналистики и университета в целом; политике информационной открытости факультета журналистики МГУ.

Газета обеспечивает студентов, аспирантов, слушателей, сотрудников факультета, абитуриентов и выпускников достоверной и актуальной информацией о жизни факультета и его структурных подразделений, содействует освещению учебных, воспитательных, научно-исследовательских программ факультета, развитию лучших традиций Московского государственного университета и факультета журналистики и формированию на их основе корпоративного сознания студентов, сотрудников и выпускников. Проект призван продвигать и поддерживать бренды МГУ и факультета журналистики. Газета также рассказывает об актуальных аспектах жизни журналистского сообщества России и зарубежья. Проект направлен на укрепление принципов корпоративной культуры журналистского сообщества, содействует повышению социальной значимости журналистики как профессии и социального института, популяризации лучшего опыта журналистской практики, содействует журналистскому образованию, расширяет у будущих журналистов представление о корпоративных журналистских ценностях и нормах.

Развлекательно-рекреативная. Материалы, созданные редакцией, призваны не только информировать и просвещать, но и развлекать целевую аудиторию, умеренно используя для этого авторские рисунки и фотографии, игровые заголовки, некоторые развлекательные жанры печатной периодики.

Консолидирующая. Газета «Журналист» способствует формированию деловых и доброжелательных отношений в студен-

ческой группе, которая в процессе выпуска газеты выступает как самостоятельный редакционный коллектив, а также между сотрудниками, преподавателями, студентами и способствует созданию на факультете единой корпоративной общности.

3. Аудитория проекта

Основная аудитория проекта – молодые люди в возрасте от 16 до 25 лет, студенты факультета журналистики МГУ, а также абитуриенты, преподаватели, выпускники, партнеры факультета журналистики МГУ, студенты МГУ и других вузов, представители журналистского медиасообщества – все, кому может быть интересен контент, производимый редакцией газеты «Журналист».

Информационные потребности типичного представителя аудитории охватывают все сферы жизни, но в основном нацелены на саморазвитие и поэтому сосредоточены на вопросах образования и карьеры, на событиях и процессах, связанных с медиасредой. В связи с этим в сфере интересов оказываются актуальная универсальная повестка дня, события, происходящие в обществе и политике, в образовании, культуре. Будущих журналистов привлекают опыт известных журналистов, социальные/волонтерские проекты, путешествия, *edutainment, infotainment*.

4. Информационная политика. Общие принципы

В основе информационной политики газеты «Журналист» лежит концепция интенсивного позитивного информирования и просвещения. Информационная политика издания либо сопряжена с учебными задачами и образовательными программами факультета журналистики (модуль ежедневной газеты и еженедельника), либо связана с важными событиями в жизни факультета или страны (спецвыпуски), но в любом случае призвана способствовать формированию положительного имиджа факультета журналистики и МГУ. Авторы газеты «Журналист» несут ответственность за результат своей деятельности, даже если это производство учебного контента.

5. Правовые и этические ограничения

Процесс выпуска учебной газеты «Журналист» может быть отнесен к практике на базе факультета и в силу этого регули-

руется «Положением о порядке проведения практики студентов Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова».

Печатное издание «Журналист» имеет сугубо внутреннее распространение (по типу корпоративного СМИ), издается малым тиражом (обычно – 35 экз., но не более 999 экз.) и поэтому не подлежит регистрации как печатное СМИ. Издание вывешивается на факультете как стенная газета и размещается в *pdf*-формате на сайте факультета журналистики www.journ.msu.ru. Редакция газеты «Журналист» не является юридическим лицом. Ее деятельность носит некоммерческий характер. Газета распространяется бесплатно.

Место нахождения редакции: г. Москва, ул. Моховая, д. 9, к. 3.

Электронный адрес редакции: gazeta@smi.msu.ru.

Этические стандарты деятельности газеты «Журналист» определяются общеуниверситетскими, общефакультетскими и профессиональными этическими кодексами, в том числе Уставом МГУ, «Положением о печатном издании (газете) "Журналист"», утвержденном Ученым советом факультета журналистики МГУ в 2013 г., а также данным Редакционным стандартом.

Этические ограничения связаны в первую очередь с тем, что газета стремится соответствовать качественным образцам печати, способствовать поддержанию высокого интеллектуального, духовного и морального имиджа факультета и университета.

Не рекомендуется подготовка материалов, подрывающих авторитет и статус университета и факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. Предполагается корректное отношение сотрудников редакции (постоянных и временных) к преподавателям, сотрудникам, студентам и выпускникам факультета и университета.

Не разрешается использовать бренд, символику МГУ и факультета журналистики для целей, не связанных с подготовкой редакционного материала.

Не разрешается производство и публикация заказных материалов (оплаченных текстов рекламного характера), получение вознаграждения за вышедшие материалы.

Не рекомендуется принимать подарки от лиц/организаций, вовлеченных в сферу профессионального интереса (источники

информации, герои материалов, эксперты). В противном случае получение таких подарков будет восприниматься как подкуп.

Не допускается использование издания для идеологической агитации, пропаганды политического (националистического, религиозного и т. п.) характера, а также в рекламных целях (за исключением специальных учебных задач).

Не допускаются материалы, в том числе фотоизображения, публикация которых противоречит принципам профессиональной этики и законодательству в сфере массовой коммуникации.

Запрещено нарушать основные принципы качественной прессы и представлять мнения под видом новостей. При публикации мнений экспертов по конфликтным вопросам повседневности редакция придерживается принципа качественной прессы и предоставлять слово обеим сторонам конфликта.

Запрещено выдавать изготовленные/опубликованные другим человеком/СМИ материалы за собственные. Подобные заимствования без ссылки на источник считаются плагиатом и караются в соответствии с нормами законодательства об авторском праве.

Не разрешается вступать в сделку (эксклюзив в обмен на лояльность, включение в пул в обмен на статусное интервью и т. п.) с источниками информации или партнерами. Недопустимыми являются оскорбления, клевета, сведение личных счетов с кем-либо на страницах газеты «Журналист».

Не разрешается публично критиковать (в т. ч. в Интернете) коллег (по редакции, факультету, университету) и их произведения. Здоровая критика и обсуждение материалов внутри университета, факультета и редакции приветствуются.

Внутренние документы редакции, переписка с коллегами, решения руководителей не подлежат обнародованию, пересылке сторонним лицам (в т. ч. по электронной почте, сервисам мгновенных сообщений) и публичному обсуждению (в т. ч. в Интернете).

Запрещено некорректное поведение в общении с коллегами и партнерами. Отношения между главным редактором, выпускающим редактором, преподавателями, студентами и сотрудниками, участвующими в выпуске номера, должны строиться на деловой основе и быть корректными.

II. ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ РЕДАКЦИИ

1. Структура редакции

1. Главный редактор всех выпусков (сотрудник, назначается Редакционным советом факультета).
2. Выпускающий редактор (сотрудник/преподаватель).
3. Шеф-редактор (студент).
4. Ответственный секретарь (студент)
5. Редакторы полос/направлений (студенты).
6. Бильд-редактор (студент).
7. Корректор/«свежая голова» (студент).
8. Корреспонденты (студенты).
9. Секретарь редакции, литературный редактор (сотрудник).
10. Литературный редактор (преподаватель кафедры стилистики русского языка).
11. Группа продвижения (ответственные за передачу материалов в другие СМИ конвергентной редакции, в том числе на интернет-площадки и т.п. – студенты или сотрудники).
12. Верстальщики (сотрудники).

Весь контент *учебного издания* «Журналист» (ежедневная газета и еженедельник) производится студентами факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. Контент *спецвыпусков* газеты «Журналист» в зависимости от целей производится сотрудниками, преподавателями, выпускниками, студентами факультета журналистики МГУ или участниками факультетских проектов под руководством сотрудников факультета.

2. Организация работы редакции

Общие принципы

Стратегическое руководство деятельностью газеты «Журналист» осуществляется Редакционным советом под руководством декана факультета журналистики МГУ. Все случаи срыва графика выпусков газеты обсуждаются на Редакционном совете. Технические сотрудники редакции газеты «Журналист» подчиняются директору издательского комплекса факультета журналистики МГУ.

Общее руководство и контроль за содержанием периодического печатного издания осуществляется *главным редактором*

всех выпусков, который назначается приказом по факультету журналистики. Главный редактор отвечает за соблюдение стандартов издания, определяет информационную политику, регулирует отношения редакции с информационными партнерами и другими СМИ, в том числе внутри конвергентной редакции, регулирует отношения между всеми участниками редакционного процесса.

Секретарь редакции/литературный редактор формирует график выпуска газеты (в соответствии с учебным планом и в зависимости от поступивших в редакцию заявок); регулирует отношения между преподавателями – выпускающими редакторами, диспетчером факультета, верстальщиками, техническими службами; обеспечивает контроль за наличием расходных материалов (бумага и т. п.), необходимых для выпуска газеты; присутствует на выпуске и контролирует литературное качество текста.

К редактированию учебных выпусков, включенных в график, привлекаются *преподаватели кафедры стилистики русского языка* для обеспечения необходимого качества текста. Преподаватель кафедры стилистики присутствует на выпуске и обсуждает с корреспондентами допущенные ими стилистические и грамматические ошибки.

В процессе подготовки номера формируется временная редакция из числа студентов. В ее состав могут входить: шеф-редактор номера и его заместитель, ответственный секретарь, редакторы полос/направлений/отделов, корреспонденты, обозреватели, бильдредакторы, художники, фотокорреспонденты, корректор/«свежая голова» и т. п. Все студенты выступают в качестве корреспондентов.

Оперативное руководство и планирование номера осуществляется *выпускающим редактором* (преподавателем или сотрудником факультета, в зависимости от целей и задач выпуска) и *шеф-редактором* (студентом, выбранным группой или назначенным преподавателем).

Единство принципов подготовки всех выпусков газеты гарантируется главным редактором газеты в соответствии с настоящим Редакционным стандартом, концепцией конкретного модуля и рекомендациями Редакционного совета. Единство оформления издания достигается благодаря использованию при верстке утвержденного логотипа и единого макета газеты/еженедельника.

Информационное наполнение, тематика, план реализации конкретного номера осуществляется в соответствии с «Положением о печатном издании (газете) «Журналист»» (2013 г.) и настоящим Редакционным стандартом, а также в соответствии с концепцией конкретного модуля или спецвыпуска, учебными программами и методическими рекомендациями, разработанными на факультете и утвержденными Ученым советом факультета и методической комиссией факультета.

Выпуск газеты (еженедельника и ежедневного издания) следует рассматривать как часть мультимедийного проекта факультета. Для любого выпуска печатного издания необходимо предусмотреть темы, которые могут быть интересны другим медиа факультета («Журналисту Онлайн», радио- и телестудии «Моховая, 9», официальному сайту факультета), назначить ответственных за подготовку материалов, проконсультироваться о формате материалов с сотрудниками конвергентной редакции. Выпуск еженедельника должен координироваться с выпуском «Журналист Онлайн». Материалы, связанные с различными факультетскими событиями, проектами, конференциями, если такие намечены в газете, можно предложить на официальный сайт факультета.

Правила поведения в редакции

Авторы должны присутствовать в редакции до окончания верстки их материалов, оперативно предупреждать верстальщика об изменениях в уже сверстанных полосах или готовых для верстки. При необходимости авторы сокращают или дописывают свои тексты.

2.1. Организация работы редакции. Учебная ежедневная газета «Журналист» (А-3, 4 полосы, дисциплина «Практикум»)

Выпуск учебной ежедневной газеты «Журналист» осуществляется строго по графику, утвержденному главным редактором и диспетчером факультета в соответствии с учебным расписанием. Выпуск проходит в редакции газеты «Журналист» или в одной из мультимедийных аудиторий факультета, где имеются все условия для выпуска газеты.

Обучение практической журналистике по интенсивным методикам ведут преподаватели факультета, которые осуществляют

также предварительную теоретическую подготовку студентов к новостному выпуску. Предварительная работа предполагает выявление актуальной повестки дня, поиск интересных информационных поводов. Каждая группа заранее знает дату выхода своего номера, поэтому информационные приоритеты и особенности номера, предполагаемые темы публикаций, источники информации, необходимые фотоиллюстрации и т. д. могут быть обсуждены заранее на семинарских занятиях.

Предварительная планерка

На предварительной планерке выбираются (или назначаются преподавателем группы) шеф-редактор номера, его заместитель, ответственный секретарь, редакторы отделов/направлений/полос, бильдредактор, корреспонденты, «свежая голова», корректор, «группа продвижения» и т. д. Преподаватель группы — выпускающий редактор. Преподаватель объявляет сбор заявок на тему материала. Студенты пишут заявку по следующим критериям: примерная рубрика/раздел, инфоповод, дата, обоснование актуальности, значимости для аудитории, жанровая форма материала, список спикеров (задействованных в мероприятии и независимых).

Планерка накануне дня выпуска газеты

Задачи:

1) Ознакомление с техническими требованиями к подготовке номера.

2) Планирование номера. Определение главной и второстепенных тем номера. Обсуждение возможных источников информации, иллюстративного материала. Работа с анонсами ТАСС (их можно получить в редакции), МИА «Россия сегодня», «Интерфакса» и др. Преподаватель вместе со студентами просматривает анонсы, выбирает наиболее значимые и интересные для широкой аудитории события, корректирует предложенные студентами заявки, распределяет задания и обязанности. Студенты самостоятельно аккредитуются на мероприятия, посещают их и пишут тексты и т. д.

3) Установление примерного порядка сдачи полос на верстку. Сдача полос в день выпуска идет по графику в 12.00, 13.00, 14.00, 15.00. Как правило, полоса с самыми свежими новостями сдается последней. Назначение ответственных за сдачу полос.

4) Формирование по итогам планерки *плана-перспекта номера*, в котором расписаны предполагаемые рубрики, определены темы, указано, кто и на какую полосу готовит текст, кто отвечает за сдачу полос и т. д.

Итоговая летучка

Работа над выпуском газеты завершается летучкой – обсуждением номера на ближайшем занятии. С анализом материалов и оценкой организации выпуска выступает выпускающий редактор или независимый обозреватель.

2.2. Организация работы редакции. Еженедельник «Журналист» (А-4, 12-16 полос, дисциплина «Выпуск учебных СМИ»; А-4, 12-20 полос, учебные программы тематического/индустриального модуля, программы магистратуры)

Первая планерка – за месяц до выпуска

Задачи:

1) Распределение обязанностей. На предварительной планерке выбираются (или назначаются преподавателем группы) шеф-редактор номера, его заместитель, ответственный секретарь, редакторы отделов/направлений, бильдредактор/дизайнер, ответственный за инфографику, корреспонденты, «свежая голова», корректор, «группа продвижения в Интернет» и т. д. Преподаватель группы — выпускающий редактор.

2) Предварительное планирование номера. Определение главной и второстепенных тем номера. Обсуждение предложенных студентами заявок. Рассматриваются принципы подачи материалов в газете, обсуждаются жанры, можно посмотреть предыдущие номера, подумать об обложке номера. Можно заказать к выпуску отдельные фотографии на кафедре фотожурналистики и технологий СМИ.

3) Необходимо предусмотреть темы, которые могут быть интересны другим медиа факультета. Тематика городского еженедельника наиболее приближена к концепции «Журналиста Онлайн». Необходимо спланировать работу таким образом, чтобы можно было технологически объединить печатный выпуск с планом «Журналист Онлайн». Предполагается углубленная разработка одной из тем номера и разворачивание ее до мультимедийной истории. Для выявления таких тем на планерку приглашается представитель редакции «Журналист Онлайн».

Вторая планерка – за неделю до выпуска

Задачи:

1) Коррекция предложенных студентами заявок. Окончательное распределение заданий и обязанностей. Обсуждение возможных источников информации, экспертов, иллюстраций.

2) Утверждение вариантов обложки.

3) Ознакомление с техническими требованиями к подготовке номера.

4) Уточнение объемов текстов и жанров.

5) Окончательное составление *плана-перспектива номера по полосам*, в котором расписаны предполагаемые рубрики, указано, кто и на какую полосу готовит текст, обозначены темы, жанры и объемы материалов.

6) Утверждение жесткого графика сдачи материалов для каждого корреспондента.

После планерки в течение недели выезд на объект части корреспондентов. Работа на телефоне, с документальными материалами, экспертами, сообщениями СМИ, в Интернете, социальных сетях и т. п.

Тексты сдаются выпускающему редактору и ответственному секретарю по утвержденному графику в течение недели. Преподаватель редактирует тексты либо возвращает их на доработку.

Третья планерка – накануне дня выпуска газеты

Задачи:

1) Выявление степени готовности номера.

2) Обсуждение материалов, прочитанных выпускающим редактором, шеф-редактором и его заместителем, с авторами.

3) Определение примерного порядка сдачи полос на верстку.

Полосы сдаются разворотами. Сдача полос в день выпуска идет по графику в 10.00, 11.00, 12.00, 13.00, 14.00, 15.00, 16.00, 17.00. Последняя полоса с оперативными новостями и колонкой редактора сдается в самом конце.

4) Доработка текстов корреспондентами, исправление ошибок.

5) Фактчекинг.

Итоговая летучка

2.3. Организация работы редакции. Спецвыпуски

Спецвыпуски должны осуществляться строго по графику, согласованному с редакцией газеты и с диспетчером факультета. Выпускающий редактор подает заявку на выпуск еженедельника

главному редактору в начале семестра, дата выпуска должна быть согласована не позднее, чем за месяц до выпуска.

Редакция газеты «Журналист» осуществляет общий контроль за соответствием спецвыпуска стандартам газеты «Журналист», помогает с организацией выпуска, участвует в подготовке номера.

3. Подписание номера

Номер подписывает выпускающий редактор, который несет ответственность за его содержание (достоверность информации, этичность подачи и т. п.). Все полосы газеты до подписания должны быть предоставлены в электронном или печатном формате главному редактору выпусков, который отвечает за соответствие номера всей концепции выпуска и стандартам качества газеты «Журналист». По требованию главного редактора могут быть внесены изменения в содержание номера, вплоть до снятия отдельных материалов и номера в целом.

4. Необходимые организационные и технические условия для выпуска учебной газеты:

- аудитория, оснащенная компьютерами, сканером, копировальной техникой, а также каналами связи (телефоном, факсом, выходом в Интернет);
- доступ к оперативным сводкам информационных агентств;
- программное обеспечение и интернет-ресурсы (базы данных, справочные и поисковые системы); компьютерные программы и программные пакеты, предназначенные для создания и редактирования текстов (*Microsoft Word*), обработки фотографий (*Adobe Photoshop*), оформления и верстки (*Adobe Creative Suite*);
- освобождение студентов от других видов занятий на один день;
- график выпуска номеров, утвержденный главным редактором;
- почасовой график работы над учебными выпусками газеты;
- возможность своевременного тиражирования номера;
- обеспечение непрерывности учебного процесса и графика выпусков поддержкой технических служб факультета;
- обеспечение редакции газеты администратором класса (для решения технических вопросов) и профессиональными верстальщиками.

5. Информационная поддержка

Газета «Журналист» является частью мультимедийного холдинга факультета журналистики МГУ. Работа всех СМИ факультета и официального сайта скоординирована. Координацию осуществляют главные редакторы данных СМИ, общую координацию осуществляет Редакционный совет. СМИ факультета внутри мультимедийного холдинга являются партнерами. Выпускающий редактор должен предусмотреть возможность предоставления материалов выпуска газеты другим СМИ факультета.

Газета «Журналист» выходит при поддержке информационных агентств. Поступающие в редакцию анонсы ТАСС дают возможность студентам получать аккредитации на конференции и другие информационные события и освещать их «из первых рук». Поддержку оказывает Фотохроника ТАСС. Инструкции по получению анонсов ТАСС и фотографий Фотохроники ТАСС можно получить у секретаря редакции.

Газета «Журналист» способствует решению имиджевых задач факультета и в силу этого сотрудничает с пресс-службой факультета, однако приоритетными для редакции являются учебные задачи.

Внешние контакты всех факультетских информационных проектов курирует Редакционный совет. Отношения с внешними информационными партнерами учебной газеты «Журналист» должны быть обеспечены соответствующими договорами.

6. Обеспечение безопасности в процессе работы редакции

Руководители выпусков газеты несут ответственность за соблюдение правил охраны труда, принимают все необходимые меры для обеспечения безопасности студентов.

Преподаватель не имеет права давать студенту редакционное задание, в ходе выполнения которого может быть нанесен ущерб жизни и здоровью студента. Преподаватель может рассказать студентам об опасностях, с которыми связана профессия журналиста, но подвергать их опасностям не имеет права.

7. Правила аккредитации корреспондентов на информационные мероприятия

Процесс выпуска учебной газеты не предполагает наличия у студентов редакционных удостоверений. В случае необходи-

мости студенты могут быть аккредитованы на информационные мероприятия. Аккредитация осуществляется специальным письмом на факультетском бланке в соответствующую организацию. В письме указаны фамилия студента и цель аккредитации, имеется виза преподавателя –выпускающего редактора/главного редактора газеты, подпись декана или зам. декана факультета и печать факультета. Аккредитация осуществляется по заявке преподавателя секретарю редакции.

III. РЕДАКЦИОННЫЕ СТАНДАРТЫ

1. Общие принципы работы с контентом

Требования к текстам: достоверность информации, ссылки на источники, отделение новостей от мнений (мнения могут присутствовать в комментариях экспертов), эксклюзивность информации, минимальное использование вторичных текстов, недопустимость плагиата и злоупотребления Интернетом, литературный язык и т. д.

Особое внимание следует обратить на достоверность информации: проверять факты, цифры, фамилии.

Концепция номера, принципы формирования повестки дня, выбор жанров, форма подачи материала зависят от целей и задач выпуска, а также от выбранного печатного формата. Выбор модели издания зависит от целей учебного процесса либо корпоративных задач (спецвыпуски). Формирование тематического плана номера газеты также происходит в соответствии с моделью издания, предусмотренной в учебном плане: газета новостей (2 курс, «Практикум»), городской еженедельник (3–4 курс, «Выпуск учебных СМИ»), тематический еженедельник (в зависимости от модуля обучения).

2. Ежедневная газета «Журналист»

Принципы отбора тем

Выбранные события должны иметь четкую временную привязку к дате выпуска газеты: освещаемое мероприятие должно состояться либо накануне выпуска, либо непосредственно в этот

день. Максимальное «удаление» – газета выходит во вторник с рассказом о значимых мероприятиях выходных (например, о Дне города или Московском марафоне). Если корреспондент пишет о каком-либо продолжительном событии или процессе (например, о выставке картин в Третьяковской галерее), то инфоповодом может быть либо его начало, либо завершение. Рассказ о финале должен обязательно включать список итогов мероприятия.

Критерии отбора новостей

- Новизна, свежесть.
- Пространственная близость.
- Масштаб события.
- Известность персоны.
- Конфликт.
- Необычность.
- Человеческий интерес.

Если тема отвечает минимум трем из данных критериев, она может быть рассмотрена на планерке в качестве одной из возможных тем номера. Основной фильтр при отборе тем: информационный повод (свежее событие) – важно для всех – актуально (близко) для студентов и будущих журналистов – интересно целевой аудитории – реально собрать информацию (место, сроки).

События, происходящие на факультете журналистики МГУ, являются органичной частью картины дня и соответствуют критерию «близости», поэтому включение таких материалов в номер желательно.

Окончательное решение при отборе тематических заявок принимает выпускающий редактор и шеф-редактор.

Рубрики, форматы и жанры

Несмотря на универсальность проблематики, модель номера формируется в рамках жесткой матрицы. У газеты есть определенные постоянные рубрики, которые нужно наполнить в первую очередь. На первую полосу выносятся самые значимые инфоповоды и наиболее успешные тексты. Используются преимущественно *полосные рубрики (колоннитулы)*. В зависимости от содержания номера и предпочтений преподавателя и группы могут быть выбраны рубрики из предлагаемого перечня (см. «Методическое пособие к выпуску ежедневной новостной газеты», 2013).

Материалы в жанровом отношении по преимуществу представляют собой новостные заметки (краткие и расширенные). Могут быть также представлены тексты в жанрах репортажа, событийного интервью, информационного отчета (с пресс-конференции и т. п.), зарисовки, мини-опросы, мини-рецензии, афиши, мини-комментарии (мнение эксперта), однако злоупотреблять ими не стоит. Репортаж необходимо писать тогда, когда ход события более интересен, чем результат. Интервью целесообразно, если речь идет о собеседнике, слова которого лучше дать в прямой речи, а не в пересказе. Опрос же хорошо делать на темы, которые у всех на слуху, а привлекать в качестве респондентов нужно людей разных профессий, статусов и взглядов.

Тексты должны отвечать как минимум на 4 из 6 классических вопросов новости (формула *5W+H*).

Источники информации и методы работы корреспондентов

Корреспонденты могут пользоваться всеми возможными верифицированными источниками и использовать различные методы сбора информации – наблюдение, работу с документами, работу с интернет-источниками, интервью. При этом поощряется желание корреспондентов побывать на месте события (при наличии такой возможности).

Корреспонденты при подготовке новостной газеты должны руководствоваться правилами фактчекинга: проверять информацию минимум по двум источникам, всегда перепроверять основные факты, фамилии, цифры, даты, географические названия и т.д.

Особое внимание следует уделить работе студентов на различных информационных мероприятиях: пресс-конференциях, брифингах, заседаниях Государственной Думы и т. д.

Структура и объем авторских текстов

Объем текста – от 500 знаков до 3 500 знаков – в зависимости от выбранных информационных жанров. Обязательным элементом любого текста является ссылка на источники.

Правила написания заголовков

Основная задача заголовка – привлечь внимание пользователя, заставить его прочесть материал. Материал без заголовка – «всадник без головы», неумение автора придумать заголовок яв-

ляется критерием неготовности текста. В нашей газете новостей не используются подзаголовки. Заголовок содержит не более 3–7 слов. Заголовки к колонкам должны быть короче (1–3 слова).

Правила работы с лидами

Лид – первый абзац, заход, вводная часть. Задача лида – коротко рассказать, о чем этот текст, и заинтересовать читателя. Чем яснее лид, тем больше шансов, что человек прочитает текст. В лиде кратко излагается сообщение о событии. Лид содержит ответы на 4 ключевых вопроса: что произошло, с кем, где, когда. В лиде обязательно указывается источник информации.

Требования к лиду:

– 3–5 строк, 350 знаков с пробелами (макс.).

– Ссылка на источник обязательна в лиде или втором абзаце. Без источника новость обесценивается.

– Желателен активный залог глагола.

– Желательно не начинать с прямой речи (искл.: ключевая новость – цитата).

– Избегать причастных и деепричастных оборотов.

– Если новостью является мнение, то возможно дать его в сокращенном виде в лиде, а во втором абзаце – полностью и в кавычках.

– Цифры в лиде указываются точно (в отличие от заголовка).

Языковые особенности новостной газеты «Журналист»

В газете используется преимущественно нейтральная лексика. Тексты и заголовки должны быть корректными по отношению к участникам событий.

При использовании малоизвестных терминов, жаргонизмов и т. п. в тексте должны быть пояснения от редакции. При первом использовании аббревиатуры в тексте она расшифровывается.

Нельзя употреблять штампы, канцеляризмы, официозные формулировки.

В заголовках и лидах новостной газеты «Журналист» нельзя использовать слова «вчера», «сегодня», «завтра», необходимо указывать точную дату, в лиде допустимо указание дней недели.

В газете не используется нецензурная лексика.

Газета «Журналист» по возможности не использует отчества.

Нельзя называть опрос, проведенный силами студентов (как правило 15-50 человек без особой выборки)? «соцопросом» (социологическим опросом).

В текстах запрещено писать «президент», «министр», «правительство», «патриарх», «администрация области» с большой буквы, если это не фрагмент официально-делового стиля.

Числа до десяти лучше писать буквами, а не цифрами. Если число превышает тысячу, нужно упрощать его до одного-двух знаков после запятой и добавлять буквами «тыс.».

Технические требования к текстам

Все тексты должны сдаваться на верстку в формате *doc, docx*. Расстановка частей текста в документе: заголовок (без точки в конце), лид (с точкой), автор (имя, фамилия), текст. Если нет лида (обычно это интервью), то имя автора может стоять в конце. В тексте не должно быть никакого форматирования, выравнивания по центру (только по левому краю), абзацных отступов, табуляций, выделения частей текста жирным, полужирным, любым другим способом. Не должно быть сносок и гиперссылок, привязанных к слову или предложению, двойных пробелов. Четкое разделение заглавных букв и строчного текста.

Список группы в выходных данных пишется без знаков препинания (только пробелы между И. Ф. и должностью) в одну строку.

Технические требования к иллюстрациям

Требуемый формат изображений – **.jpg, *.jpeg* (желательно) или **.tif, *.tiff*. Разрешение – 300 *dpi* (точек на дюйм). Минимальный размер по длинной стороне – 1 300 точек. Фотографии и другие иллюстрации необходимо сопроводить копирайтами – в подписях к ним должен быть указан автор, сайт, издание, место размещения афиши, картины и т. п. Предпочтение отдается авторским фотографиям и рисункам. Иллюстрации необходимо присылать отдельными файлами или архивом файлов, но не вставлять их в текстовые файлы.

Особенности дизайна

Количество знаков на полосе: 15 400 (без учета заголовков, фотографий и врезок). С учетом иллюстраций и заголовков – в среднем на полосе около 8 000 знаков.

Газета выходит в цвете. Можно использовать для выделения текста «подложки», линейки, буквицы и другие элементы дизайна.

На первой полосе газеты располагается, как правило, один главный материал с качественной крупной фотографией (новость дня) и несколько небольших новостей. Над логотипом газеты выносятся анонс самого привлекательного материала с указанием страницы, где он расположен (кроме первой), – это своего рода указание на «гвоздь» номера. В логотип выносятся картинка, связанная с этим материалом, – рисунок или символ (не фотография).

Вторая, третья и четвертая полосы обязательно имеют полосные рубрики, например, это могут быть «Политика», «Общество», «Культура», но могут быть и другие в зависимости от концепции конкретного номера.

На четвертой полосе внизу располагаются выходные данные, где указаны, в том числе номер группы, перечислены фамилии всех студентов, принимавших участие в выпуске, с указанием их должностей в редакции и фамилия преподавателя – выпускающего редактора.

Желательно придерживаться следующих принципов построения текстов на полосах:

- выделять «гвоздевой» материал (самый значимый, с самой хорошей фотографией и т.п.);

- стремиться к тому, чтобы основные тексты дополнялись небольшими справочными материалами, связанными с темой, раскрывающими событие с другой стороны.

Нужно удостовериться в соотнесенности вербальной (текст) и визуальной (иллюстрация) составляющих мультимедийной подачи материала.

3. Еженедельник «Журналист»

Принципы отбора тем и источники информации

Модель – городской еженедельник А-4, 12 полос. В соответствии с целями курса «Выпуск учебных СМИ» студентам индустриального модуля «Пресса» и «Дизайн СМИ» предлагается подготовить городской еженедельник. Модель городского еженедельника допускает большую свободу в формировании повестки дня номера. Тематический план еженедельника включает в себя новости и события разного уровня и категорий: это повестка

местной власти, история, культурная жизнь города, инициативы городских сообществ и судьбы местных жителей.

Значимый объем имеет тематический блок, посвященный городской молодежи, студенческой жизни, а также общеуниверситетским мероприятиям МГУ и событиям факультета журналистики. Другой вариант планирования городского еженедельника – это Москва и университет в преддверии каких-либо праздников (Новый год, Татьянин день и т. п.) или чем жизнь каких-либо групп общества (инвалидов, студентов, мигрантов и т. д.) в мегаполисе.

Официальная повестка и основные городские новости доступны на ресурсах московского правительства. События культурной жизни города нужно мониторить на ресурсах важнейших городских площадок. Городские сообщества тоже активно работают с социальными сетями и форумами, а истории горожан лучше всего искать через личные связи и знакомства.

Модель – тематический еженедельник А-4, 16/24 полосы.

В рамках программ тематических и индустриальных модулей бакалавриата или магистратуры («Социальная проблематика в СМИ», «Политическая журналистика», «Спорт в СМИ», «Журналистика стиля жизни» и т. п.) студенты проходят углубленную специализацию и должны более глубоко понимать процессы в изучаемой ими сфере. Им предлагается подготовить выпуск тематического еженедельника А-4, 16 полос (3 курс), 24 полосы (4 курс). Это может быть выпуск по итогам политического года или обзор событий в медиабизнесе, для тематического выпуска также могут быть разработаны отдельные аспекты тематического направления: например, модуль «Социальная проблематика в СМИ» предлагает студентам выпускать еженедельник по таким аспектам социальной проблематики: «волонтерство», «инвалиды», «молодежь», «студенчество», «семья», «защита животных», «экология», «дети войны» и т. п. Концепция номера разрабатывается преподавателями тематических модулей, конкретный тематический поворот может определить только выпускающий редактор вместе с группой.

Работая над тематическим выпуском, студенты должны хорошо ориентироваться в актуальной повестке, уметь пользоваться справочными материалами и составлять бэкграунды. Важно понять, кто является специалистом по этой теме и мог бы рассказать об этом аудитории. Это может быть, например, комментарий эксперта, интервью с журналистом, уже делавшим материалы

на данную тему, инфографика с результатами социологического опроса и т.д.

Рубрики, форматы и жанры

В еженедельнике используются только полосные рубрики (колонтитулы). Для *модели городского еженедельника* могут быть предложены рубрики из предлагаемого перечня.

Есть 3 типа полосных рубрик:

А) Определяющие уровень охвата событий: город, университет, факультет, район, места, улица, дом, семья, человек.

Б) Тематические: в городской Думе, власть, повестка дня, бизнес в городе, социум, порядок, культура, музыка, театр, кино, музеи, история, инновации, спорт, образование, специальность, здоровье, безопасность, развлечения, еда, календарь, технологии, медиа, увлечения, метро, горожанин и т. д.

В) Жанровые и другие: событие, главное, репортаж, интервью, фоторепортаж, эксклюзив, эксперимент, прямая речь, афиша, встречи, круглый стол, В блогах и т. д.

Г) Поощряется использование авторских рубрик: «Парадоксы», «Горизонталы», «Внутри и снаружи», «Адреса доброты» и т. д.

Для *модели тематического еженедельника* рубрики разрабатываются преподавателем в зависимости от аспектов изучаемой сферы, ее отдельных сегментов, болевых точек и актуальных событий.

Формат еженедельника предполагает подготовку достаточно больших материалов – до 8 тыс. знаков.. В работе могут быть использованы все существующие форматы и жанры современной газетно-журнальной периодики: информационные (заметка, репортаж, интервью, отчет, мини-опрос и т. д), аналитические (статья, корреспонденция, обозрение, обзор, комментарий, рецензия, расследование и др.), художественно-публицистические (очерк, фельетон, зарисовка, эссе, реплика, письмо, дневник и т. п.).

Выпускающий редактор должен следить, с одной стороны, за жанровым разнообразием номера, а с другой стороны – за его тематической и смысловой целостностью, точно так, как дирижер следит за игрой оркестра, где у каждого инструмента есть свой голос и своя партия.

Необходимо продумать очередность подачи материалов в номере, а также о размещении тематически близких материалов на разворотах.

Все это следует учесть еще при планировании номера.

Структура и объем авторских текстов

Структура и композиция текстов подчинена жанровым законам. Необходимо помнить, что объем еженедельника ограничен. В зависимости от верстки на полосе 6 200–6 800 знаков (с учетом заголовка и лида). Объем авторских текстов не может превышать объема разворота (до 10 000 знаков без фотографии).

Особый жанр еженедельника – редакторская колонка (1 300 знаков с учетом фотографии). Шеф-редактор выпуска (студент) пишет итоговый материал – обращение к читателю о том, что хотят будущие журналисты сказать этим номером, какие темы и события в нем главные, каковы стилистика и настроение номера.

Правила написания заголовков

В еженедельнике формата А-4 нет возможности привлечь внимание читателя очень крупными заголовками или фотографиями, поэтому роль заголовка возрастает. Заголовок не должен повторять название рубрики. В еженедельнике используются как простые заголовки, так и заголовочные комплексы (заголовок + подзаголовок). Встречаются как информационные заголовки, так и метафорические.

Правила работы с лидами и врезками

В материалах еженедельника также используются лиды, как прямые, так и отсроченные. Задача лида – кратко рассказать, о чем этот текст (прямой лид), и подцепить читателя на «крючок» интереса (мягкий, отсроченный лид). В лиде обязательно указывается источник информации. Жанровые особенности еженедельника предоставляют возможность разнообразить подачу материала – здесь чаще используется отсроченный лид. Например, лид-детали в репортаже.

В данном макете предусматриваются так называемые «врезы» в текст, «дополнения», «справки». Хорошо было бы, если во врезках использовались бы не только цитаты из самих текстов,

как это делается в современных журналах, а новая информация, по смыслу связанная с текстом статьи. Можно вынести графические диаграммы, графики, комментарии, мнения людей, данные опросов и т. п. Врезы обязательно следует вставлять в большие материалы, которые превышают 4 000 знаков. В еженедельнике допускается объем вреза от 100 до 350 символов.

Языковые особенности текста

В еженедельнике, также как и в ежедневной газете «Журналист», используется преимущественно нейтральная лексика и требования к языку в целом такие же, как в газете. Однако стилистика еженедельника более свободна, чем стилистика новостной газеты.

Нельзя употреблять штампы, канцеляризмы, официозные формулировки (за исключением тех случаев, когда они служат для характеристики говорящего). Отчества используются в редких случаях. Тексты и заголовки должны быть корректными по отношению к участникам событий. В еженедельнике не используется нецензурная лексика.

Технические требования к авторским текстам

Расстановка частей текста в документе: рубрика, заголовок (без точки в конце), лид (с точкой), автор (имя, фамилия), текст.

Если лид в тексте отсутствует – имя/фамилия автора ставятся в конце текста.

В текстах не должно быть никакого форматирования.

Технические требования к иллюстрациям

Требуемый формат изображений – *.jpg, *.jpeg (желательно) или *.tif, *.tiff. Разрешение – 300 dpi (точек на дюйм). Минимальный размер по длинной стороне – 1 300 точек. Фотографии и другие иллюстрации необходимо сопроводить копирайтами – в подписях к ним должен быть указан автор, сайт, издание, место размещения афиши, картины и т. п. Предпочтение отдается авторским фотографиям и рисункам. Иллюстрации необходимо присылать отдельными файлами или архивом файлов, но не вставлять их в текстовые файлы.

Особенности дизайна

Объем номера – 12–24 полосы формата А-4.

Обложка еженедельника. Дизайн обложки журнала – это довольно сложная задача. О человеке судят по одежке, а о журнале – по обложке. Обложка должна быть связана с тематикой и стилистикой журнала. Поэтому задуматься об обложке стоит задолго до выпуска и начать обсуждать ее варианты с самой первой планерки.

Еженедельник «Журналист» – это качественное издание, поэтому на обложке нашего журнала трудно представить изображения звезд или кричащие заголовки. Тем не менее стоит помнить о том, что хорошая обложка должна заставить потенциального покупателя принять решение о покупке журнала.

При создании обложки можно экспериментировать, однако необходимо оставаться в рамках выбранной концепции и стиля, знать, какие именно элементы можно утрировать.

На обложке должен быть логотип журнала, который будет бросаться в глаза: своим размером, цветом, смыслом (логотип газеты «Журналист» с 2015 г. красный). Кроме логотипа издания и выходных данных других текстов на обложках городских еженедельников, как правило, не бывает. На обложках тематических еженедельников допускаются надписи, указывающие на их специфику и главную тему номера, например: «Медиа: итоги года», «Общественная повестка», «Детство – возраст, который можно показать на пальцах».

Обложка еженедельников может быть представлена рисунком, выражающим идею номера, или фотографией. На обложке должен быть некий композиционный центр. Это может быть рисунок, модель, заголовок, число – то, что будет привлекать внимание. Взгляд человека на обложке должен быть обращен строго в камеру, так как зрительный контакт крайне важен. Фон должен представлять собой сплошную заливку (необходимо учесть, что технические возможности нашей типографии не позволяют использовать сплошную заливку темных цветов). Обложка с фоном из узоров или комбинированных цветов не используется.

Вторая полоса: колонка редактора и фотография (1 300 знаков с учетом фотографии) + материал на две колонки (2 500 знаков

с учетом заголовка, лида и врезки) + выходные данные. Список группы пишется на 2-й странице без знаков препинания (только пробелы между именем, фамилией и должностью) в одну строку.

Все последующие полосы: если разверстка материала на 3 колонки + шахта – 6 200 знаков на полосе (с учетом заголовка и лида). Если же материал разверстывается на две колонки – 6 800 знаков на полосе (с учетом заголовка и лида). Разверстка на 2 колонки предусмотрена для небольших материалов, которые ставятся в подвал полосы.

В еженедельнике могут быть использованы различные формы текстовых выделений: врезы, буквицы, отступы, цветовые подложки (плашки), цвет в заголовке и т.д. Врез выделяется более крупным шрифтом и бледно-серой или бледно-розовой подложкой.

Иллюстративный материал необходим. Сложную статистическую информацию можно подать с помощью инфографики, короткий материал об открытии выставки, например, можно снабдить фотогалереей. Допустимо создание коллажей, но в материале должна читаться журналистская задумка, и аудитория должна осознавать, что фотоматериал основан на технике коллажа.

4. Спецвыпуски газеты «Журналист»

Тематика номера определяется корпоративными целями и задачами факультета журналистики и его подразделений. Спецвыпуски готовятся по поводу важнейших факультетских событий – юбилеев факультета, кафедр, Дней практики, крупных конференций, вечеров встречи выпускников и т. п.; в связи с общенародными, профессиональными или культурно-историческими торжествами, юбилеями ведущих профессоров и т. п. Также сюда можно отнести выпуски отдельных подразделений факультета, например, языковых центров, спецвыпуски, подготовленные в рамках специальных образовательных проектов факультета, например, международной программы *Russian media and journalism* (англоязычная версия еженедельника) для филиала МГУ в Ереване и т. п.

Формат (А-3 или А-4), структура, объем, особенности контента и жанровая палитра номера определяются в соответствии с корпоративными целями и задачами факультета журналистики и его подразделений. Выбор газетного формата А-3 предпочти-

тельнее, если выпуск связан с конкретной датой и объемом материалов не очень большой. В случае, если объем материала большой и предполагает неторопливое чтение материала, выбирается вариант еженедельника (объем зависит от объема материала, но количество полос должно быть кратно 4). Преимущество формата А-4 еще и в том, что в нем возможны (и предпочтительны) крупные фотографии, сразу привлекающие внимание к изданию. Выпуск корпоративных номеров подчиняется общим правилам работы редакции.

Технические требования к текстам и иллюстрациям зависят от выбранного формата – газета А-3 или еженедельник А-4.

Предполагается, что событие, которому посвящен корпоративный спецвыпуск, не пройдет незамеченным. Такие номера обычно хранятся в архивах сотрудников, студентов, выпускников, а их читательская аудитория существенно расширяется за счет гостей и партнеров факультета.

IV. ГЛОССАРИЙ

Буквица – первая буква в тексте, выделенная особо.

Верстка – технический процесс монтажа печатной формы (составления полос газеты из набранных строк, заголовков, иллюстраций и т. п. в соответствии с макетом). Более узкое значение термина верстки – размещение конкретных материалов в номере, макетирование полос (создание их композиционно-графического плана, предназначенного для верстки). Можно придерживаться простой или ломаной верстки, вертикальной, горизонтальной или смешанной, симметричной или асимметричной.

Висячая строка – последняя неполная строка абзаца, а также неполная строка, перенесенная при верстке в начало новой колонки текста.

Врез – цитата из текста, вынесенная в материале отдельно.

Выходные данные – сведения, позволяющие получить информацию об издании (название, сообщение об учредителе, регистрационный номер и место регистрации, издательский индекс, главный редактор издания, редакционная коллегия, адрес редак-

ции, телефоны и другие формы связи, фамилии авторов номера, дни выхода, тираж, заказ, время подписи в печать по графику и фактическое и т. п.). Выходные данные, как правило, размещаются на последней странице – на всю ширину полосы или одной вертикальной колонкой.

Вычитка – процесс тщательной технико-орфографической обработки оригинала после редактирования.

Графика газеты/журнала – внешнее оформление, выразительные средства которого – контурная линия, штрих, пятно, «воздух», с которым изображение образует контрастное соотношение.

Иллюстрация (от лат. – «освещать, сопровождать») может быть вспомогательным, равным или ведущим по отношению к текстовому материалу содержательно-смысловым компонентом и самоценным произведением фотографического или изобразительного искусства. 12-13% всей площади номера, как правило, занимают иллюстрации. Различаются фотографические и нефотографические иллюстрации.

Инфографика – всевозможные карты, таблицы, диаграммы, схемы, чертежи, картограммы, картосхемы. Инфографика используется и как самостоятельный материал, и как материал, наглядно иллюстрирующий текстовую публикацию. Инфографику не нужно перегружать лишними деталями. Это должен быть законченный информационный материал с заголовком или подписью, ссылкой на источники информации. Суть же должна быть выражена графически четко и понятно.

Колонка – столбец набора (в полиграфии). Колонки используются для организации текста и иллюстраций на странице и представляют собой важнейший элемент модульной структуры. Большинство газет формата А-2 верстается на 8 колонок. Газеты формата А-3 предпочитают верстку на 5 и на 6 колонок. Последняя имеет преимущества: экономия газетной площади и большее количество вариантов композиционного размещения материалов. В узком смысле (авторская колонка) – определенная рубрика, принадлежащая конкретному автору.

Колонтитул – надпись, включающая заглавие произведения или название его раздела, главы, а также порядковый номер страницы. Колонтитул может размещаться вверху или внизу полосы, может быть разверстан на всю ширину полосы или занимать ме-

сто в углу. Колонтитул отбивается от текста тонкими линейками, может объединяться с полосной рубрикой.

Линейка – черта, разделяющая материалы, элемент оформления издания.

Логотип (титул) газеты – фиксированный комплекс элементов, включающий в себя название газеты; девиз; название организации (органа-издателя); изображения орденов, если таковыми издание было награждено; календарные сведения; номер выпуска. Название газеты постоянно, логотип располагается в верхнем левом углу первой полосы или в верхней строке первой полосы. Название отделено от текста чаще всего жирной линейкой. Логотип издания является его фирменным и торговым знаком, узнаваемой маркой, поэтому изменения в логотип вносятся редко и очень постепенно.

Макет – графический план верстки полос газеты, набор правил, согласно которым располагаются элементы полосы. Выделяют два вида макета – общий макет всего номера и макет отдельных полос. При грамотно выполненном макете верстальщику не нужно задумываться над тем, как расположить элементы на полосе, поскольку их положение задано или определено макетной сеткой. Результатом четкого планирования верстки является единый шаблон или несколько шаблонов, по которым создаются все внутренние страницы. Отдельные части газетного набора имеют характерные названия, связанные с расположением статей или иллюстраций на полосе.

Модель периодического издания фиксирует все компоненты «лица» издания. Композиционно-графическая модель включает в себя наиболее типичные особенности содержания и формы: главную тематику, структуру, формы организации и подачи материалов и способы графического выражения всех содержательных компонентов газеты/журнала.

Ответственный секретарь – должностное лицо в редакции. Он обязан организовывать и контролировать внутриредакционную работу, касающуюся планирования, своевременной и качественной подготовки материалов к печати. Вместе с редакторами отделов он разрабатывает проекты очередных и перспективных планов газеты (журнала), представляет их на рассмотрение главному редактору, редколлегии. Организовывает своевременную и качественную подготовку и сдачу в произ-

водство всего печатного материала (согласно графику выпуска номеров).

Первая полоса – витрина газетного номера, поскольку она должна дать читателям представление о его содержании. Верстка и оформление первой полосы имеют ряд особенностей, связанных с тем, что здесь помещают самые оперативные и самые важные сообщения, официальные документы и тому подобные материалы. Следует также учитывать, что ее полезная площадь меньше, чем у остальных страниц номера, поскольку здесь размещается заголовочная часть газеты.

Пилот – пробный выпуск нового издания. После выхода пилотного номера концепция издания корректируется.

Подборка – группа материалов, сгруппированных по смысловому – тематическому, жанровому или другому – признаку, как правило, объединенных в одной рубрике или под одним названием, в определенном графически выделенном месте издания (то же, что и блок). Старейшая форма подачи материалов, которая облегчает систематизацию материалов, значит, и восприятие; позволяет глубже разработать тему.

Подвал – статья, размещенная в нескольких, а чаще всего во всех колонках внизу полосы. Отделяют подвал от предыдущего текста линейкой, заголовок подвала располагают чаще всего над первыми двумя-тремя колонками. Высота подвала должна быть не больше $1/3$ и не меньше $1/4$ высоты полосы. В подвале, например, на последней полосе помещают выходные данные издания (см. **Выходные данные**).

Полоса – страница газеты, журнала. В издательском деле и в журналистике используется термин «полоса» как мера объема издания, бумажной площади, в отличие от «страницы», которая относится к количественным показателям. Пример: *«Полосу заполняют материалами, на полосу ставят фотографии, а страницы листают и считают»*.

Разверстка – расположение материала на полосе.

Разворот – две полосы на одном зрительном поле, текст на этих двух полосах. Центральный разворот предназначен обычно для главной темы номера и содержит подборку материалов или один большой материал, снабженный подзаголовками, справками, иллюстрациями и т. п. Для еженедельника в 16 полос центральный

разворот – это страницы 8–9. Шапка на развороте должна хорошо выделяться, поэтому она набирается крупным шрифтом.

Разметка – экземпляр газеты с указанными гонорарами журналистам.

Рамка – обрамление текста или заголовка различными линейками. Рамки служат для выделения важного материала.

Сигнальный экземпляр – первые готовые экземпляры издания.

Чердак – крупный материал, подобный подвалу, но размещенный вверху полосы и заверстаный на всю ширину полосы или на несколько колонок. Его отбивают от последующего текста жирными линейками или заключают в рамку.

Шрифт (*Schrift* от нем. *schreiben* – «писать») – графический рисунок начертания букв и знаков, составляющих единую стилистическую и композиционную систему. Шрифты создают художники в соответствии с образным замыслом, требованиями единства стиля и графической композиции, прикладными задачами. Дизайн газеты во многом зависит от выбора шрифтов, которыми набирают тексты и заголовки. Важны такие его характеристики, как удобочитаемость, кегль (размер), межстрочные интервалы, межбуквенные интервалы, использование цвета для выделения шрифта, ширина и высота шрифта, толщина основных и соединительных штрихов, межбуквенные и внутрибуквенные просветы.

Шпигель – это участок сбоку от заголовочной части газеты, видный участок первой полосы газеты, который используется для разверстки начала крупного по размерам, актуального по содержанию материала, рисунка или фотографии.

V. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Основные источники

Васильева Л. А. Делаем новости! – М., 2002.

Волкова В. В., Газанджиев С. Г., Галкин С. И., Ситников В. П. Дизайн газеты и журнала. – М., 2003.

Воронова О. А. Методическое пособие к выпуску ежедневной новостной газеты. – М., 2013.

Воронова О. А. Положение о печатном издании (газете) «Журналист» факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова. – М., 2013.

Галкин С. И. Художественное конструирование газеты и журнала. – М., 2008.

Гуревич С. М. Номер газеты. – М., 2002.

Дзялошинский И. М. Формы и методы работы журналиста с источником информации. – М., 2001.

Колесниченко А. В. «практическая журналистика: 15 мастер-классов». – М., 2014.

Колесниченко А. В. Прикладная журналистика. – М., 2008.

Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста. – М., 2004.

Лащук О. Р. Редактирование информационных сообщений. – М., 2004.

Лукина М. М. Технология интервью. – М., 2005.

Тертычный А. А. Аналитическая журналистика. – М., 2010.

Тертычный А. А. Расследовательская журналистика. – М., 2002.

Технология новостей от Интерфакса. Style Guide., – М., 2011.

Шостак М. И. Журналист и его произведение. – М., 1998.

Фихтелуус Э. Новости. Сложное искусство работы с информацией. – М., 2008.

2. Дополнительные источники

Ворон Н. И. Жанры фотожурналистики. – М., 2012.

Голуб М. Б., Розенталь Д. Э. Секреты хорошей речи. – М., 1993.

Дубина Н. Композиция газетной полосы // КомпьюАрт. – 2006. – № 3–5.

Ким М. Н. Журналистика: методология профессионального творчества. – СПб, 2004.

Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста. – М., 2006.

Лазутина Г. В., Распопова С. С. Жанровые разновидности журналистского творчества. – М., 2009.

Лонская А. Ю. Репортаж: от идеи до гонорара. – М., 2015.

Рэндалл Д. Универсальный журналист. – М., 1996.

Тертычный А. А. Жанры периодической печати. – М., 2000.

Тулупов В. В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама. – Воронеж, 2001.

Фихтelius Э. Десять заповедей журналистики. – М., 2003.
Хилл П., Купер Т. Диалог с фотографией. – СПб: Лимбус
Пресс; Изд-во К. Тублина, 2010.
Horton B. Associated Press Guide to Photojournalism. 2th ed. –
McGrawHil, 2000.
Kobre K. Photojournalism. The Professional Approach. 7th ed. –
Focal Press, 2016.

Приложение

I. СОЗДАНИЕ И ПОИСК ФОТОИЗОБРАЖЕНИЙ

1. Источники

Основными источниками фотоизображений для публикации в изданиях студенческих СМИ факультета журналистики МГУ являются:

- авторские съемки студентов и аспирантов, участвующих в подготовке журналистских материалов;

- личные архивы героев материалов и архивы организаций;

- иные архивы и ресурсы, предоставляющие съемки на бесплатных основаниях, в том числе агентства и ресурсы, работающие по соответствующим версиям лицензии *Creative Commons* (прежде всего – версия *CC 0*): *Death to the Stock Photo*, *Foodshot*, *Free Digital Photos*, *Free Images*, *Gratisography*, *Image*After*, *ImageFree*, *IM Free*, *New Old Stock*, *NomadPictures*, *Picjumbo*, *Pixabay*, *Tookapic*, *Unsplash* и др.;

- пул фотографий, регламентированных лицензией *Public Domain* как общественное достояние.

2. Методы съемки

Фотографии для изданий «Журналист Онлайн», «Журналист» и телеканала «Моховая, 9», а также сопровождающие материалы радиостудии «Моховая, 9» в случае их публикации на сайте «Журналист Онлайн» могут быть сняты как репортажным, так и постановочным методом.

Репортажную фотосъемку рекомендуется вести без вспышки. В случае очень низкой освещенности снимаемого сюжета или особой задумки фотографа допустимо использовать вспышку. Отдельное внимание стоит уделять корректному выстраиванию баланса белого перед началом каждой съемки. При подготовке фоторепортажа рекомендуется сочетать планы различной величины – общие, средние, крупные, сверхкрупные. Репортажный метод съемки предполагает достоверное изображение событий.

Постановочную съемку допустимо вести как при естественном, так и при искусственном освещении, с использованием вспышки и без нее.

Допустимо публиковать фотомонтажи и коллажи, при создании которых были использованы фотографии, при условии, что автор позиционирует их как смонтированные изображения, не создавая прецедентов фальсификации фактов действительности.

3. Рекомендации по подготовке к съемке и проведению съемки

1. Накануне съемки фотографу необходимо подготовить оборудование: зарядить аккумуляторы, убедиться, что карты памяти свободны, проверить исправность работы камеры и вспышки.

2. Обсудить с главным редактором, бильд-редактором и пишущим автором особенности предстоящей съемки. Определить важность тех или иных моментов, героев, деталей обстановки, которые должны попасть в кадр или должны быть сняты крупным планом и т. д. Составить предварительный покадровый план, продумать точки съемки, возможности перемещения по помещению или городскому пространству, где будет происходить съемка. Вероятнее всего, процесс съемки пойдет не по плану, однако предварительная подготовка поможет чутко реагировать на происходящее. При фотографировании многолюдных событий особенно важно прибыть на место съемки заранее и убедиться в возможности доступа на желаемые точки съемки (ходить за кулисами сцены, подниматься на сцену и т. д.), для чего необходимо заранее договориться о своих перемещениях с организаторами мероприятия и сотрудниками охраны, представив аккредитацию.

3. Прибыв на место до начала съемки, необходимо настроить баланс белого и светочувствительность матрицы *ISO*, выбирая минимальное значение из возможных при заданных условиях освещения.

4. При репортажной съемке важно помнить о разнообразии крупности планов. Необходимо готовить для публикации как общие виды места события, так и его фрагменты, портреты главных действующих лиц, сверхкрупные планы выразительных деталей, обращая внимание на характерное и экзотическое. Важно помнить, что выразительные кадры часто можно снять «на периферии» события, поэтому во время съемки важно по-

стоянно перемещаться, наблюдая за визуальным рисунком происходящего.

5. В процессе серийных съемок, производимых как репортажным, так и постановочным методом, рекомендуется выдерживать стилистическое единство кадров, чтобы при публикации они были гармоничными элементами одного визуального целого.

4. Этические ограничения

Студенческие СМИ факультета журналистики МГУ не предполагают публикацию снимков, вступающих в противоречие с существующими в обществе морально-этическими нормами и действующим законодательством Российской Федерации, а также фотографий, подрывающих авторитет Московского университета.

5. Материальная ответственность фотографа

Фотограф, который использует при съемке оборудование факультета журналистики МГУ (фотокамеру, объектив, вспышку, аккумуляторы и зарядное устройство для аккумуляторов, карты памяти) является материально ответственным лицом. Техника выдается на время съемки под расписку, снимающий обязан вовремя сдать аппаратуру в целости и сохранности. В случае утери оборудования или наличия неисправностей фотокорреспондент возмещает его стоимость или осуществляет ремонт.

III. ПОДГОТОВКА ФОТОГРАФИЙ К ПУБЛИКАЦИИ

1. Технические требования к фотографиям

Рекомендуемый формат файлов при съемке – *RAW + JPG* (это позволит быстро отсматривать снятый материал и при необходимости редактировать цветовые, экспозиционные параметры). Цветовой формат – *RGB, sRGB*. Фотографии должны быть правильно экспонированы, не иметь провалов в светах и тенях (за исключением тех случаев, когда это предусмотрено сюжетом). При 100-процентном увеличении на изображении не должно быть видимого цифрового шума, хроматических aberrаций. Вне

зависимости от методов съемки рекомендуется устанавливать минимальную из возможных при конкретных условиях освещения чувствительность *ISO*.

Рекомендуемый объем файлов, подготовленных к публикации на сайте издания «Журналист Онлайн», – 500 Кб – 1 Мб (максимальный объем – 4 Мб), формат – *JPG*, разрешение – 72 точки на дюйм (*72 dpi*), минимальный размер – 1 000 пикселей по длинной стороне. Предпочтительный формат кадров, в том числе портретных, – горизонтальный, что продиктовано особенностями верстки издания.

Рекомендуемые параметры файлов, подготовленных к публикации в бумажной газете «Журналист», – 300 точек на дюйм (*300 dpi*), размер зависит от планируемой величины снимка при публикации. Фотографии могут быть как горизонтальными, так и вертикальными. Формат фотографии на обложке спецвыпусков «Журналиста» – вертикальный, размером в полосу издания.

2. Цифровая обработка изображений

Цифровая обработка документальных снимков допустима в следующих пределах: коррекция экспозиции, цветовой температуры (если при съемке были допущены ошибки), умеренная коррекция контраста. Манипуляции с изображением в программе *Adobe Photoshop* и др., ведущие к искажению смысла, недопустимы. Цифровая обработка коллажей и изображений, не претендующих на документальность, данных ограничений не имеет.

3. Правила оформления метаданных

Каждый фотоснимок должен сопровождаться знаком охраны авторского права «Копирайт» с указанием имени фотографа, названия фотоагентства, архива, любого другого источника. В случае публикации снимков из архивов необходимо получить письменное согласие их владельцев на бесплатную публикацию. Также каждую фотографию должен сопровождать заголовок и расширенная подпись, в которой будут обозначены событие, имена и фамилии изображенных людей, место и дата съемки, комментарии к событию (если необходимо). Копирайт, заголовок и расширенную подпись наиболее удобно сохранять в метаданных файла. Чаще всего используют следующие способы размещения

метаданных в файле: при помощи программы *Adobe Photoshop*, команда *File* → *File Info*; при помощи программы *Adobe Bridge*, в которой по щелчку правой кнопкой мыши на превью фотографии выпадает меню, среди предложенных опций необходимо выбрать строку *File Info*.

4. Правила подбора заходных иллюстраций

Заходная иллюстрация, представляющая публикацию на лицевой странице сайта и открывающая сам материал при полнотекстовой разверстке, должна максимально точно соответствовать теме публикации и быть живой, динамичной.

Хороший пример: интервью специалиста по творчеству В. Маяковского предваряет фрагмент из письма В. Маяковского с его рисунками и подписью или архивные фотографии, на которых поэт легко узнаваем.

Плохой пример: интервью специалиста по творчеству В. Маяковского предваряет портрет этого специалиста, сидящего на фоне фотографии В. Крученых во всю стену (крупное изображение другого литератора сбивает с толку; при публикации портрета малоизвестного широкой публике человека обстановка, детали должны рассказывать именно о В. Маяковском).

Для заходных иллюстраций предпочтительнее крупные и средние планы, снимки с выразительными движениями героев или выразительными взглядами, с выразительной геолокацией – они привлекают внимание зрителя. Предпочтение стоит отдавать простым сюжетам, которые «прочитываются» быстро, смысл которых понятен даже без сопровождающей подписи.

IV. СОЗДАНИЕ ФОТОБАНКА

В процессе работы всех изданий конвергентной редакции съемочные материалы, а также полученные из архивов фотографии рекомендовано систематизировать в виде фотобанка, что позволит в дальнейшем в случае необходимости обращаться к съемкам повторно, использовать фотографии при публикации книг и т. д. Архив съемок следует организовать в виде «дерева»

папок. Первый уровень предполагает сортировку фотоснимков по четырем категориям согласно тематической принадлежности сюжета: «Университет», «Москва», «Россия», «Мир». Второй уровень представляет собой более детальную тематическую классификацию (так, внутри папки с названием «Москва» создаются папки с узкотематическими названиями: «Городские службы», «Транспорт», «Уличная жизнь», «Наука», «Культура» и т. д.). На третьем уровне осуществляется событийная систематизация с указанием даты: например, внутри папки «Университет» – «Наука» формируются папки «2016. Запуск спутника Ломоносов», «2016. Фестиваль науки в МГУ» и т. д. Названия папок третьего уровня должны быть расширенными, в каждом из них должны быть прописаны: дата, событие, фамилия и имя фотографа/название оригинального архива строго в указанной последовательности.

Фотобанк должен дублироваться на двух независимых друг от друга серверах – во избежание потери данных.

Фотографии, имеющие особую ценность, отбираются и хранятся в дополнительной папке «Коллекция».

V. ГЛОССАРИЙ

Баланс белого (также: **Баланс белого цвета**) – один из параметров цветного изображения, определяющий соответствие цветовой гаммы изображения снимаемого объекта цветовой гамме самого объекта. Может быть *объективным* (цветовая гамма изображения соответствует цветовой температуре снимаемой сцены, см. *Цветовая температура*) или *субъективным* (цветовые параметры установлены согласно авторской воле фотографа, возможен «сдвиг» к сине-зеленым, красно-коричневым тонам и т. д.). Термин также относится к видеосъемке.

Бильдредактирование – подбор иллюстраций и составление иллюстративного ряда к публикациям в СМИ.

Бильдредактор – специалист, работающий в фотослужбе профессионального фотографического агентства или фотослужбе СМИ. В профессиональные компетенции бильдредактора СМИ

входит коммуникация с фотоаппаратами и фотоагентствами, подбор иллюстраций, ведение фотографических архивов, иногда – ведение документации, регулирующей фотографическую деятельность.

Заходная иллюстрация – иллюстрация, представляющая журналистский материал на лицевой странице сайта издания и/или открывающая материал.

Коллаж – особый тип изображения, имеющий составную структуру. Термин родственен термину «**Фотомонтаж**».

Метаданные – информация в цифровом файле, описывающая технические параметры съемки, атрибутирующая авторство снимка, предоставляющая данные об изображенном на фотографии.

Мультимедийный проект (в некоторых ситуациях используют как синоним термина «**Мультимедийная история**») – журналистское или художественное произведение, комбинирующее на основе монтажного принципа различные виды информации (фото, видео, графика, текст, инфографика, анимация), представляющее собой единое информационно-художественное целое.

Новостная фотография – фотография, сюжетом которой являются новостные события мирового или локального масштаба.

План – условное обозначение крупности изображенного в фотографическом кадре пространства. Может быть общим, средним, крупным, сверхкрупным.

Постановочный метод съемки – метод съемки, подразумевающий участие снимающего в создании фотографируемого сюжета.

Репортажный метод съемки – метод документирования при помощи фотокамеры, предполагающий невмешательство снимающего в событие, съемку через метод наблюдения.

Фотоистория – серия фотографий, представляющих собой визуальный рассказ о человеке, месте, явлении. В отличие от фоторепортажа, привязка к конкретному событию для фотоистории не является обязательной.

Фотомонтаж – процесс создания изображений, которые составлены из частей нескольких изображений (фотографий, графических работ, текстовых массивов). Также – полученное в результате процесса монтажа произведение. Основные его ха-

рактики – свободное от законов классической перспективы изобразительное пространство, свободное масштабирование монтируемых фрагментов, многослойность и т. д.

Фоторедактирование – 1) синоним понятия бильдредактирование; 2) редактирование фотоизображений при помощи редакторских программ (*Adobe Lightroom, Adobe Photoshop* и др.).

Фоторепортаж – серия фотографий (оптимальное количество – от 3 до 15 снимков), документирующих какое-либо событие в хронологической последовательности.

Фотосерия – подборка фотографий, объединенных общей темой. Может быть как фотожурналистской (новостной и т. д.), так и художественной.

Фотосток (Микросток) – база изображений, иногда фотоагентство, позволяющее авторам (фотографам, дизайнерам) выставлять работы на продажу на основе договорных отношений. Многие фотостоки предлагают изображения по невысоким ценам или бесплатно.

Художественная фотография (синоним: **Фотоискусство**) – фотография, в которой прежде всего важно эстетическое видение автора. Сюжетом такой фотографии могут быть люди, различные объекты видимого мира, иногда события.

Цветовая температура (Колориметрическая температура) – одна из характеристик источника излучения, характеризует видимый цвет светового потока. Измеряется в Кельвинах (К). 1 500–2 000 К – цвет пламени свечи, 2 200 К – лампы накаливания 40 Вт, 4 300–4 500 К – утреннего солнца, 5 000 К – солнца в полдень, 5 500–5 600 – фотовспышки, 5 600–7 000 К – люминисцентной лампы дневного света, 6 500–7 000 К – дневного света в облачную погоду.

Цифровой шум – дефект изображения, вносимый электронной снимающей устройством и возникающий вследствие различных неблагоприятных для съемки условий (недостаточная освещенность фотографируемого сюжета, высокая чувствительность *ISO*, длинные выдержки).

DPI (Dots Per Inch, в переводе с англ. «точек на дюйм») – мера разрешения цифрового изображения. «Точки» (они же – пиксели, *picture element*) – минимальные частицы любого цифрового изо-

бражения. Дюйм – единица длины, равная 2,541 см. Стандартное разрешение изображений, воспроизводимых в полиграфической печати, – 300 *dpi*, видимых на экране монитора, – 72 *dpi*.

JPG (он же **JPEG**) – один из наиболее распространенных форматов хранения цифровых изобразительных файлов, обладающий гибкими возможностями сжатия данных. Для конвертирования изображений иных форматов в формат *JPG* можно воспользоваться программным обеспечением пакета *Adobe* или онлайн-конверторами (например, *online-converter.com* – <http://image.online-convert.com/ru>).

RAW (англ. «сырой», «необработанный») – формат цифровых изображений, содержащий необработанные данные, полученные с фотоматрицы во время съемки: информацию о технических условиях съемки (значение выдержки, диафрагмы, цветовой температуры, *ISO* и др.), метаданные, идентифицирующие фотокамеру, и т. д. *RAW*-файлы предоставляют наиболее широкие возможности по обработке изображений.

VI. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Основные источники

Беляев А. А. Основы цифровой обработки изображения: учеб.-метод. пособие. – М.: МедиаМир, 2013.

В мастерской фотожурналиста: сб. ст. Ч. 1, 2. – М.: Фак. журн. МГУ, 2011, 2016.

Васенина Е. Андрей Поликанов: Я – профессиональный любитель фотографии. – Режим доступа: <http://www.photographer.ru/cult/person/591.htm>

Васенина Е. Наталья Ударцева: Фоторедактор – первый цензор изображения. Разговор о профессии с директором фотослужбы. – Режим доступа: <http://www.photographer.ru/cult/practice/600.htm>

Визуальная коммуникация: история и актуальные проблемы современности. Сб. ст. Ч. 1, 2, 3. – М.: Фак. журн. МГУ, 2012, 2013, 2015.

Интернет-СМИ. Теория и практика. – М.: Аспект Пресс, 2010.
Коулман А. Д. Документальная фотография, фотожурналистика и пресс-фотография сегодня. Вопросы и ответы. – Режим доступа: <http://www.photographer.ru/cult/theory/383.htm>
Лоран О. Постобработка в цифровую эпоху: фотожурналисты и 10b photography. – Режим доступа: http://spbphotographer.ru/2013/03/post-processing_10b/
Сёмова Л. В. Основы фотосъемки. – М.: МедиаМир, 2013.
Чапник Г. Правда не нуждается в союзниках. – СПб: Клаудберри, 2016.

2. Дополнительные источники

Бальтерманц И. Специфика содержания и формы фотожурналистики. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1981.
Борев Ю. Фотография в структуре массовой коммуникации. – М.: Минтис, 1986.
Вартанов А. С. Фотография. Документ и образ. – М.: Планета, 1983.
Дыко Л. П. Основы композиции в фотографии. – М.: Высш. шк., 1988.
Картье-Брессон А. Диалоги. – СПб: Клаудберри, 2015.
Лапин А. Фотография как... – 6-е изд. – М.: Тримедиа Кон-тент, 2016.
Маслов А. В. Профессиональные и этические стандарты в фотожурналистике сегодня. // Вестн. ВГУ. Сер. Филология. Журналистика. – 2010. – № 1. – С. 157–166.

РЕДАКЦИОННЫЕ СТАНДАРТЫ
ГАЗЕТЫ «ЖУРНАЛИСТ»

Редактор
И. А. Руденко

Компьютерная верстка
Ю. В. Романовой

Подписано в печать 28.06.2017. Формат 60x84/16.
Объем 2,8 усл. печ. л. Тираж 100 экз. Заказ 17424.

Отпечатано в типографии факультета журналистики МГУ.
125009, Москва, ул. Моховая, 9.