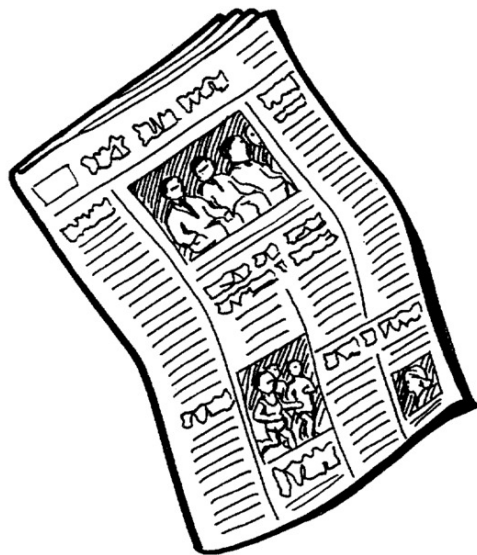


Бібліотека масової комунікації та медіаосвіти
Академії української преси

Сергій Чернявський

Навчальний модуль

Як створити сучасну шкільну газету



Київ 2014

УДК 373.5.091.59:070](072)

ББК 74.200.58я7

Ч49

Чернявський Сергій.

Ч49 Як створити сучасну шкільну газету: Навчальний модуль. –
Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2014.
– 75 с.

ISBN 978-966-2123-61-6

Видання підготовлено за підтримки MYMEDIA / DANIDA



www.mymedia.org.ua

*Видання підготовлене за підтримки MYMEDIA,
програми, яка фінансується DANIDA. Зміст цього видання є
виключною відповідальністю Академії української преси
і в жодному випадку не може відображати офіційної позиції
MYMEDIA / DANIDA. Програма MYMEDIA / DANIDA
не несе відповідальність за використання інформації,
яка міститься в даному виданні.*

ISBN 978-966-2123-61-6

© Академія української преси, 2014

© Центр вільної преси, 2014

© Сергій Чернявський, 2014



ЗМІСТ

1	Що таке шкільна газета	6
1.1	Глосарій	7
1.2	Чи потрібна реєстрація шкільної газети як друкованого медіа?	8
1.3	Чи потрібна реєстрація сайту шкільної газети як електронного медіа?.....	8
2	Мета створення шкільної газети	10
3	Різновиди шкільних газет.....	15
4	Цільова аудиторія шкільної газети	18
5	Як ми визначаємо, що хоче читати цільова аудиторія шкільної газети	20
6	Система номера шкільної газети	26
7	Схема редакції шкільної газети.....	28
8	Зміст (контент) шкільної газети	33
8.1	Жанри шкільної газети	33
8.2	Рубрики шкільної газети	36
8.3	Джерела новин для шкільної газети	39
8.4	Як планувати основну тему номера газети	41
8.5	Як залучити батьків до авторства в шкільній газеті	42
8.6	Як залучити учнів до створення шкільної газети	43
8.7	Хто з учителів може брати участь у створенні газети	44
8.8	Формалізація процесу роботи шкільної газети	45
9	Джерела фінансування шкільної газети	46

10	Реєстрація сайту шкільної газети.....	49
11	Реєстрація та просування шкільної газети в соціальних мережах	50
12	Дизайн і верстка шкільної газети	58
13	Типові помилки під час верстання та підготування матеріалів шкільної газети	65
14	Газета під час шкільного уроку.....	66
15	Конкурси шкільних газет	68
16	Корисні сайти та книги	69
17	Джерела інформації.....	71



Для кого цей методичний посібник

Для вчителів і всіх, хто хоче випускати або вже випускає шкільну газету.

У жовтні 2012 року Академія української преси провела в Дніпропетровську тренінг для викладачів «Як створити шкільну газету», а у серпні 2014 Літню школу з медіаосвіти на якій ми створювали прототипи шкільної та міської газети вже спільно з юнкорами. Ніколи до цих тренінгів, ні після я не бачив такої кількості людей з палахкими зіницями і бажанням зробити хорошу газету. Сподіваюся, що видавці в Україні, як і їхні російські колеги (в деяких регіонах) зуміють реалізувати програму WAN / IFRA «Газета в освіті» (5). Цей методичний посібник – спроба посильної допомоги вам, колеги, що переважно безплатно й у вільний від роботи час, тільки на власному ентузіазмі виховуєте для нас читачів і журналістів. Низький вам за це уклін і щира вдячність.

Автор модуля: Сергій Чернявський



1. Що таке шкільна газета.

Спочатку розглянемо різновиди поняття «газета».

Слово «газета» походить від назви дрібної венеційської срібної монети – італ. *gazzetta* (газзета). У XVI капітанів кораблів, які продавали і купували товари, цікавили різні відомості про політичні події, ціни на товари, рух кораблів тощо. Поширювати таку інформацію взялось спеціальне бюро, у якого був цех «письменників новин». Цех випускав рукописний листок, в якому повідомляли новини. Листок продавали за дрібну монету – газзету

В англійському варіанті газета звучить, як *newspaper*. Що можна перекласти як новини на папері.

Газети – це органи преси, які мають постійну назву, видаються через певні проміжки часу (принаймні раз на місяць), не повторюються змістовно і оформлені в одному стилі (4).

Слід зазначити, що в світі немає єдиного означення, що таке газета і що таке журнал. Навіть Всесвітня Асоціація видавців газет і новин (WAN / IFRA) не дає чіткого означення, що таке газета і що таке журнал.

В Україні немає офіційно затвердженого класифікатора преси. Єдиний наявний класифікатор преси розробила Українська асоціація видавців періодичної преси (УАВПП) (6). Його тепер використовує частина видавців в Україні для досліджень читацької аудиторії.

Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» теж не дає означення, що таке газета, журнал

чи видання. Єдиний закон, який дає роз'яснення того, що таке видання, – це Закон України «Про видавничу справу»: "видання – твір (документ), який пройшов редакційно-видавниче опрацювання, виготовлений друкуванням, тисненням або іншим способом, містить інформацію, призначену для поширення, і відповідає вимогам державних стандартів, інших нормативно-правових актів щодо видавничого оформлення, поліграфічного і технічного виконання" (8).

Виходячи з вищевикладеного, будемо вважати, що:

ШКІЛЬНА ГАЗЕТА – це набір новин і статей / оповідань, які пройшли редакційне опрацювання і призначені для читання школярами;

ШКІЛЬНА ГАЗЕТА може поширюватися для читання школярами на папері (стінгазета / друкований варіант) або в електронному вигляді (інтернетверсія, в форматі pdf).(11)

1.1. Глосарій

Контент – зміст газети чи журналу. Може бути у вигляді новин, матеріалів, статей.

Спеціалізоване медіа – медіа вузької направленості або нішеве.

Інфографіка – таблиці, рисунки, діаграми.

Мультимедіа – різні медіа зібрані та об'єднані однією редакцією.

Наприклад, редакція робить новини для газети, інтернет-сайту та інтернеттелебачення.

Конвергентна редакція – робить контент/інформацію для кількох видів мас-медіа, наприклад для газети та сайту.

Фейк – то неправдива та неперевірена інформація.

1.2. Чи потрібна реєстрація шкільної газети як друкованого медіа?

В Україні друковані видання, які виходять частіше ніж раз на рік, згідно з Законом «Про друковані засоби масової інформації (преси) в Україні», повинні проходити державну реєстрацію в Міністерстві юстиції (національні та регіональні (дві та більше областей) або в обласних управліннях юстиції (міське розповсюдження). Детальніше про це на сайті Міністерства юстиції України.

У тому разі, якщо ваше видання буде:

- 1) друкуватися в друкарні;
- 2) поширюватися за підпискою за допомогою листонош і інформація про нього буде в передплатному каталозі «Укрпошти» (місцеві видання) або каталозі ДП «Преса» (національні та регіональні видання); від вас можуть вимагати свідоцтво про реєстрацію друкованого медіа.

1.3. Чи потрібна реєстрація сайту шкільної газети як електронного медіа?

В Україні поки не розроблені закони та нормативні акти, які б регламентували роботу електронних мас-медіа (інтернетмедіа), зокрема і поширення шкільної газети в інтернеті.

Що вказувати у вихідних даних шкільної газети?

Вихідні дані друкованої шкільної газети – це своєрідний паспорт видання. Якщо ваше видання не має свідоцтва про реєстрацію друкованого медіа чи розповсюджується в електронному вигляді, то ви можете вказувати будь-які з пунктів, перерахованих нижче, або самостійно ухвалити рішення про те, що вказувати в вихідних даних.

Згідно зі ст. 32 Закону України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні»: «У кожному випуску друкованого засобу масової інформації повинні міститися такі вихідні дані:

- 1) назва видання;
- 2) засновник (співзасновники);

- 3) прізвище та ініціали редактора (головного редактора);
- 4) порядковий номер випуску і дата його виходу в світ;
- 4-1) прізвище та ініціали особи, відповідальної за випуск відповідного номера видання;
- 5) індекс видання, розповсюдженого за передплатою;
- 6) тираж;
- 7) ціна або помітка "Безплатно";
- 8) адреси редакції, видавця, друкарні;
- 9) серія, номер і дата видачі свідоцтва про державну реєстрацію;
- 10) видавець (співвидавець).

Розповсюдження продукції друкованого засобу масової інформації без вихідних даних забороняється». (7)

Водночас рекомендуємо зазначати у вихідних даних:

- дату або місяць виходу;
- номер видання;
- головного редактора / редактора – прізвище та ім'я;
- журналістів / кореспондентів – прізвища, ім'я, клас;
- наклад (якщо потрібно);
- періодичність виходу;
- поширення платно / безкоштовно;
- засновника (школа № ... або клас №);
- адресу редакції для листів / електронних листів (це важливо для зворотного зв'язку з читачами);
- сайт і / або групу «ВКонтакте» / «Фейсбуці» / «Однокласниках».

Біля назви газети, що зазвичай розміщується вгорі першої шпальти, повторюють більшість вихідних даних:

- періодичність;
- дату заснування газети;
- поширення платно / безкоштовно. При цьому краще вказувати рекомендовану вартість для продажу;
- нагороди та досягнення, якщо є;
- хто засновник газети;
- сайт або групу в соцмережах.



2. Мета створення шкільної газети.

Ми починаємо семінари «Як створити шкільну газету» з розгляду дуже простого, майже дитячого питання: «Мета створення шкільної газети». А якщо газета вже видається, то можна перефразувати – навіщо виходить шкільна газета? Або навіщо ми випускаємо шкільну газету?

Запитайте себе, навіщо ми випускаємо шкільну газету.

На семінарах звучать такі варіанти мети створення шкільної газети:

- розважальна;
- актуальність інформації;
- просвітницька;
- навчити автора / авторів грамотно висловлюватися;
- висвітлення в газеті шкільного життя;
- формування власної думки в автора або читача;
- можливість донести учням і вчителям інформацію про школу, місто та країну;
- самореалізація для учнів;
- профорієнтація учнів;
- можливість працювати у команді.

А ось деякі цілі видання шкільної газети, які назвали учасники тренінгу в Україні, який відбувся у серпні 2014 року:

- створення іміджу школи, розповідь про життя школи;
- газета як освітній ресурс;

- комунікація – обмін враженнями;
- творчість: вірші, малюнки тощо;
- медійна самореалізація: вчителі та учні;
- альтернатива офіціозу;
- міст між учнями та вчителями;
- розважальна;
- інформаційна;
- виховання національно-свідомого громадянина і патріота.

Ось ще завдання, які ставляться перед шкільною газетою:

- створення шкільної спільноти: учні, педагоги, батьки;
- формування світогляду в учнів;
- виховання медіасмаку;
- формування комунікативних умінь і навичок, уміння працювати з інформацією;
- інформування про події з життя школи.

Будь-яка з цих цілей має право на життя. Але хочеться звернути увагу колег на таке. Найбільша помилка в журналістиці полягає в тому, що журналісти/редактори або головний редактор думають, що знають, чого хоче читати читач. Помилка поширена під час роботи і з дорослою аудиторією. Помилка, яку можна виправити або дослідженнями читацької аудиторії, або постійними зустрічами з читачами. Краще, коли у нас є різні форми зворотного зв'язку з читачами. Листи паперові й електронні, дослідження аудиторії і зустрічі з читачами. Але це доросла аудиторія. А що ж робити з молодіжною аудиторією, що як губка вбирає навколишній світ?

Перед шкільними газетами не ставиться за мету стати окупними або прибутковими, як це відбувається з частиною українських проєктів. Не ставиться мета стати інструментом захисту чийось інтересів і, як наслідок, формування думки.

Тоді з якою ж метою створюється шкільна газета?

Мета шкільної газети – давати актуальну, цікаву, корисну інформацію для школяра, у зручний час, у зручному місці.

При цьому цілі у школярів і вчителів, що беруть участь у випуску шкільної газети, можуть бути різні. І які цілі у школярів, що беруть участь у випуску шкільної газети, краще запитати у них самих.

Наприклад, опитування проведене 10 – 11 серпня 2014 року під час тренінгу «Як зробити шкільну газету» серед старшокласників віком 16-17 років під Києвом, дало такі результати:

ЯКІ ТЕМИ ВАЖЛИВІ У ВІЦІ 16-17 РОКІВ, в опитуванні взяли участь 15 учнів:

Табл.1

<i>№ П/П</i>	<i>ТЕМА</i>	<i>Кількість учнів, яких турбує тема, 16-17 років</i>
1	Майбутнє (професія та робота)	8
2	Сім'я, відносини з сім'єю	7
3	Відносини з друзями	6
4	Навчання у школі	4
5	Спілкування з рідними та друзями	3
6	Робота, де і як заробити учневі	3
7	Новини та події школи	3
8	Психологія	1
9	Відносини з близькими особами іншої статі	1
10	Музика	1
11	Ігри	1
12	Фільми	1
13	Цікаві новинки	1
14	Цікава статистика	1
15	Як стати авторитетним серед знайомих	1

16	Майбутнє, або як вступити до вишу, та як визначити час, коли слід узятися за розум	1
17	Життя підлітків	1
18	Організаційні моменти	1
19	Спортивні новини	1
20	Нові підручники та книги	1
21	Свята у школі	1
22	Інформація про учнів школи (розповідати про цікаві захоплення учнів школи)	1
23	Місто в соціумі	1
24	Культура людей	1
25	Патріотизм	1
26	Дружба	1
27	Як отримати інформацію про місце відпочинку	1

А ось, наприклад, які цілі програми «Газета в освіті» ставили організатори проекту в Барнаулі (1).

Для вчителів:

- отримання актуального та своєчасного навчального та інформаційного матеріалу, який можна використовувати як ілюстрації і доповнення до шкільних підручників (географія, новітня історія, краєзнавство);
- модернізація навчальних програм із внесенням регіонального компонента;
- оновлення навчального матеріалу;
- нестандартна форма викладання предмета.

Для учнів:

- набуття знань про реальне життя і аналітичних навичок через креативну форму;
- можливість висловити свою думку більшій аудиторії, зокрема і через мас-медіа;
- цікаве і нестандартне навчання.

Для газети:

- збільшення тиражу;
- «омолодження» читача;
- формування майбутньої лояльної аудиторії.



3. Різновиди шкільної газети.

Ми можемо розглядати декілька типів шкільних газет:

- а) друкована;
- б) стінгазета;
- в) електронна газета або блог.

Друкована шкільна газета частіше відрізняються за такими параметрами: *форматом, періодичністю виходу, способом поширення, місцем / регіоном поширення, кольоровістю.*

Найпоширеніший формат у друкованій дорослій пресі – А3. Він прийшов на зміну А2. Пов'язано це з тим, що зручніше читати газету меншого формату, наприклад, у міському транспорті, на роботі, вдома.

Найпоширеніший формат для шкільної газети – А4. Він зручний для читання, добре поміщається в теку, рюкзак, портфель.

Періодичність виходу газет буває така:

- Щоденна – згідно зі специфікацією WAN / IFRA (Всесвітня Асоціація видавців газет і новин) газета виходить не менш ніж чотири рази на тиждень. Експерти в Росії вважають щоденною газетою таку, що виходить не менш ніж три рази на тиждень;
- Щотижнева – виходить менш ніж чотири рази на тиждень, але частіше ніж два рази на місяць;
- Щомісячна – не більш ніж два рази на місяць і не рідше ніж раз на два місяці.

Всі інші газети виходять з періодичністю раз на квартал, півроку чи рік.

Найпоширеніша періодичність для шкільних газет – *щомісячні* видання.

Спосіб розповсюдження – платний або безкоштовний.

Найчастіше в школах друковані газети поширюються *безкоштовно*.

Можливі ще відмінності за *мовою, спеціалізацією, днем виходу, кольоровістю* тощо.

Переваги: тактильні (можна тримати в руках); можливість залишити на пам'ять; повільне читання (10).

Головні переваги для дорослого видавця – шкільна газета формує молоду аудиторію, що звикає читати.

Стінгазета або настінна газета може виконуватися на папері розміру від А2 до А4 (10).

Для створення газети досить олівців, фломастерів, фарб. Відмінна особливість газети та, що вона публікує рукописи авторів, тобто замітки, які школярі, вчителі, батьки писали на папері. У газету вклеюються зроблені самостійно або вирізані фото. Розміщується звичайно в холі школи.

Переваги: простота під час виготовлення; не вимагається комп'ютера, інтернету, вміння верстати.

Недоліки: обмежене коло читачів; незручний формат для поширення.

Електронна шкільна газета може бути виконана відразу в декількох форматах:

- а) копія друкованої версії шкільної газети у форматі pdf;
- б) у вигляді порталу / сайту або розділу на сайті школи;
- в) у вигляді групи в соціальній мережі: «Однокласники», «Фейсбук», «ВКонтакте».

Переваги:

- оперативність;
- можливість розширення кола читачів;

- друкована газета має два обмеження: за кількістю публікацій та їх розміром, а також термінами здачі в друк. Матеріали / фотографії на сайті або в соціальній мережі можуть публікуватися в будь-якій кількості і будь-якого розміру, але дедлайн (останній термін здачі) матеріалу все одно повинен бути;
- менш затратна у виробництві;
- можна викласти відео / звук, покликання на цікаві ресурси. Учні школи можуть видавати шкільну газету класу, тобто газету, яку випускають учні одного класу.



4. Цільова аудиторія шкільної газети.

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.

Цільова аудиторія газет може бути визначена не тільки перерахованими вище параметрами або спеціалізацією класу. Цільова аудиторія ще може залежати від самого виду шкільної газети, який ми розглядали у розділі 3.

Виокремлення цільової аудиторії дозволяє точніше направити інформаційний чи рекламний вплив і, як наслідок, веде до розвитку бізнесу (збільшення продажів товарів або послуг).

Будь-яке видання має, крім цільової аудиторії, ще і випадкову. Це ті читачі, яких зацікавив один-два заголовки або новини у вашому виданні.

У маркетингу цільову аудиторію прийнято ділити на первинну і вторинну. Первинна – це аудиторія, зацікавлена в отриманні та читанні газети. Вторинна – це аудиторія, що має схожі дані з первинною (вік, стать, місце навчання, проживання), але яка не буде спеціально шукати / купувати газету. Ось які цільові аудиторії назвали під час одного з тренінгів учні та вчителі:

- учні 5 – 11 класів;
- учні 5 – 9 класів;
- учні віком 7 – 17 років;
- спецвипуск для 1 – 4 класів;
- учні початкової школи;

- учні середніх і старших класів;
- молодші класи;
- вчителі;
- батьки;
- адміністрація + районний відділ освіти;
- за напрямами рубрик: спорт тощо;
- за статтю (юнаки та дівчата);
- гості школи.

Однозначно, що цільова аудиторія шкільної газети – школярі. Це так само правильно, як і те, що цільова аудиторія жіночих журналів – жінки, спортивних видань – чоловіки. Так, можуть бути винятки, коли жіночий журнал читає чоловік, а спортивну газету – жінка. Але не треба робити з шкільної газети видання, яке орієнтоване на батьків або вчителів/заступника директора/директора школи. Пам'ятайте, ви робите, а точніше допомагаєте робити газету ТІЛЬКИ ДЛЯ ШКОЛЯРІВ. Для школярів вашої школи.

Далі у табл. 3 буде поділ цільової аудиторії шкільної газети «з кроком» два роки на кожну з цільових аудиторій.



5. Як ми визначаємо, що хоче читати цільова аудиторія шкільної газети.

Вже тепер дорослі газети та видання, а також інтернетпортали воліють виділяти ядро читацької аудиторії для того, щоб розуміти, які теми цікаві, яка інформація може бути корисна для неї. Якщо на початку 2000-х років говорили: «Нас читають усі», то тепер це можна перекласти як: «Нас ніхто не читає».

Цільова аудиторія дорослих газет і журналів зазвичай розділяється за статтю, віком, місцем проживання, фінансовим і соціальним статусом. Для рекламодавців прийнято показувати в презентаціях рівень доходу читача.

Додатковими параметрами можна вважати: сімейний стан, освіту, зайнятість, а також спеціалізовані дані, важливі для спрямованості матеріалів і позиціонування видання. Освіта в цьому разі – додатковий критерій. Серйозніші дослідження дають психографічну характеристику читача, зокрема дані про захоплення, способи проводити вільний час. Чи читач є консерватор, новатор тощо.

Для отримання даних про переваги в читанні цільової аудиторії, використовують різні способи збору інформації, такі як анкетування, опитування (телефоном або віч-на-віч (Face to face)).

Компанія «TNS Україна» надала дані опитування підлітків віком від 12 до 16 років у південно-східному регіоні України, проведеного в 2012 році, про уподобання рубрик у газетах і журналах (табл. 2).

Дослідження: ММІ Україна ' 2012/1 + 2012/2 (TNS)
 Universe ('000): 16 077,8840
 Цільова база: все населення
 Базовий розмір: 16 077,8840

Табл.№2

Уподобан- ня рубрик у газетах та журналах	wTotal	wSample	wAffinity	Row % Weighted	Col % Weighted
Загалом	147261	92	100	5,9	100
Гумор, анекдоти, комікси	67944	42	139	8,2	46,1
Кросворди, сканворди, ребуси	51182	32	105	6,2	34,8
Гороскопи, астрологічні прогнози	50038	31	136	8,1	34
Мода, одяг	44226	28	161	9,5	30
Хітпаради, музичні огляду	43429	27	345	20,4	29,5
Косметика, парфумерія, зачіски	36268	23	160	9,5	24,6
Програма телепередач	28730	18	62	3,7	19,5
Кулінарія, рецепти	27793	17	74	4,4	18,9
Світська хроніка, статті про знаменитостей	27762	17	105	6,2	18,9
Кіно, відеоогляди	24261	15	133	7,8	16,5
Здоров'я, методи лікуван- ня, рецепти	23069	14	70	4,2	15,7
Авто-, мотоогляди	22122	14	115	6,8	15
Домашні тварини	21017	13	172	10,2	14,3
Кримінальна хроніка	20531	13	54	3,2	13,9
Міські новини, події	18229	11	34	2	12,4

Подорожі та відпочинок	18123	11	98	5,8	12,3
Спортивні новини, огляди	14066	9	69	4,1	9,6
Техніка, електроніка, зв'язок	11213	7	122	7,2	7,6
Сім'я, діти	9752	6	41	2,4	6,6
Культура (література, театр, мистецтво)	9751	6	92	5,4	6,6
Дача, сад, город	9485	6	43	2,5	6,4
Політичні події в Україні	8115	5	17	1	5,5
Історичні огляди	7910	5	52	3,1	5,4
Ремонт, облаштування житла	7837	5	44	2,6	5,3
Проведення дозвілля	6634	4	64	3,8	4,5
Соціальні проблеми	6634	4	28	1,6	4,5
Політичні міжнародні події	6356	4	24	1,4	4,3
Сексуальні стосунки, еротика	4956	3	36	2,1	3,4
Політичні події в Росії	4620	3	17	1	3,1
Нерухомість: купівля, продаж, оренда, новини	3317	2	37	2,2	2,3
Економіка, бізнес, фінанси	1659	1	16	0,9	1,1

wSample – кількість осіб у вибірці;

wTotal – кількість осіб (у тисячах);

wAffinity – відношення частки споживачів у розглянутій групі до частки споживачів цього продукту (послуги) в усьому населенні

Row% W – процентна частка опитаних респондентів у групі, обумовленої за назвою рядка;

Col% W – процентна частка опитаних респондентів у групі, обумовленої за назвою колонки.Що ж робити, коли випускаєш шкільну газету, якщо дані досліджень покажуть нам, що підлітки

віком від 12 до 16 років хочуть читати гумор, гороскопи, знати про моду, життя зірок тощо?

Спростімо завдання щодо цільової аудиторії шкільної газети. У результаті ми отримаємо, що основні характеристики для цільової аудиторії шкільної газети – стать, вік, місце навчання та місце проживання.

За часів Радянського Союзу шкільну аудиторію ділили на три вікові групи: молодший шкільний, середній шкільний і старший шкільний.

Відповідно до статті 36 Закону України «Про освіту»: "Основним видом середніх навчальних закладів є середня загальноосвітня школа трьох ступенів: перший – початкова школа, що забезпечує початкову загальну освіту, другий – основна школа, що забезпечує базову загальну середню освіту, третій – старша школа, що забезпечує повну середню освіту" (12).

Навчання у середній загальноосвітній школі починається з шести- або семирічного віку. При цьому термін здобування повної загальної середньої освіти становить 11 років, зокрема в загальноосвітніх навчальних установах:

- 1-й щабель* (початкова школа) – чотири роки;
- 2-й щабель* (основна школа) – п'ять років;
- 3-й щабель* (старша школа, зазвичай з профільним напрямом навчання) – два роки.

На тренінгу пролунало абсолютно слухне питання: «Як зробити, щоб нашу шкільну газету читали школярі?».

Перша частина відповіді міститься у визначенні мети створення шкільної газети.

Друга частина – у визначенні цільової аудиторії шкільної газети.

Третя частина – в розумінні того, яка інформація цікава аудиторії. І яким чином аудиторія її найкраще сприйме.

В умовах збільшеного інформаційного потоку краще розглядати кожен клас, з 1 по 11, як окрему цільову аудиторію. Вва-

жаю, що зробити газету цікаву для всіх, від 1 по 11 клас, практично неможливо з однієї простої причини – інтереси дітей віком 6-7 років і підлітків віком 15-17 років кардинально відрізняються.

Вважаю, що актуально подавати інформацію аудиторії з однорічною різницею у віці, а правильніше, класові. Але якщо це складно, то, спростивши, можна створити шкільну газету для аудиторії двох класів. Тобто учні 1 – 2 класів повинні мати видання з зовсім іншим інформаційним наповненням, ніж учні 3 – 4 класів.

Тож правильно буде розподілити цільову аудиторію за віком, а для зручності, і за класами (табл. 3):

ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ ШКІЛЬНОЇ ГАЗЕТИ

Табл. 3

<i>Цільова аудиторія</i>	<i>Клас</i>
Початкова школа	1 – 2
Початкова школа	3 – 4
Основна школа	5 – 6
Основна школа	7 – 8
Старша школа	9 – 10
Старша школа	11

Якщо не вдається розбити на 6 варіантів випуск шкільної газети, залишається рекомендувати випуск видання хоча б для трьох різних аудиторій.

У будь-якому разі перед випуском видань ми повинні провести анкетування чи опитування за рубриками і темами для читання серед наших читачів-школярів. За допомогою соціальних мереж посередстаршокласників це зробити значно легше.

Можна також випускати газету окремо для хлопчиків і дівчаток.

Окремо треба сказати про спеціалізовані шкільні газети. Подібно до дорослих видань, ці види шкільних газет можна розділити за вужчою цільовою аудиторією.

Наприклад, шкільна газета присвячена математиці або фізиці, з одного боку, звужить цільову аудиторію, а з іншого – дозволить охопити різний вік читачів. Якщо ви хочете розмістити загальну інформацію, наприклад, про переможців олімпіади або яких-небудь конкурсів, то це повинна бути окрема рубрика або розділ на сторінці в спеціалізованій газеті. Також і друкований формат спецгазети або спецвипуску може бути виконаний в унікальному / незвичайному варіанті. Про рубрики шкільної газети далі в спеціальному розділі.



6. Система номера шкільної газети.

Дуже легко випустити газету один раз. Але от забезпечити постійний вихід видання, цікавого нашому читачеві, – такий процес потребує певної системи (табл. 4).

ЕТАПИ СТВОРЕННЯ ГАЗЕТИ

Табл. 4

<i>Етапи</i>	<i>Друкована газета</i>	<i>Електронна газета</i>
1	Ідея про створення шкільної газети	
2	Визначення мети	
3	Визначення цільової аудиторії	
4	Вибір формату, способу розповсюдження	Вибір рушія на сайт, 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 / вчителів / батьків за кожну рубрику першого номера	
13	Мозковий штурм щодо ідей і тем	
14	Визначення жанру / формату подання теми, розміру матеріалу і терміну здачі	
15	Збір інформації і написання матеріалів. Підготування ілюстрацій (фото, малюнків, таблиць, діаграм)	
16	Здавання матеріалу редакторові	
17	Редагування	
18	Коректура	
19	Верстання	
20	Коригування	
21	Внесення правок на верстці	
22	Друк	
23	Поширення	Викладення матеріалів на сайті або в групі в соціальних мережах та обговорення
24	Обговорення першого номера. Зворотний зв'язок з читачами	

Слід зазначити, що в газетах після здачі матеріалу журналіст/кореспондент дістає нове редакційне завдання.



7. Схема редакції шкільної газети.

Перед тим як перейти до схеми редакції розглянемо, хто може бути автором шкільної газети.

Її авторами можуть бути: учні школи, вчителі, батьки. У процесі створення шкільної газети найчастіше зацікавлені вчителі. Пам'ятаючи, що «учень – це смолоскип, який потрібно запалити, а не посудина, яку потрібно наповнити», вчитель залучає до процесу створення газети учнів та їхніх батьків.

Що ще необхідно відзначити. Успіх газети залежить від якості матеріалу та оформлення (верстки) його для читача.

Якщо немає якісного продукту, тобто інформації / статей, цікавих для аудиторії, і неякісна верстка, то всі зусилля з просування видання і продажу його в мережах і рекламодавцям приречені.

Ось один з поширених варіантів структурної схеми дорослої газети (рис. 1):

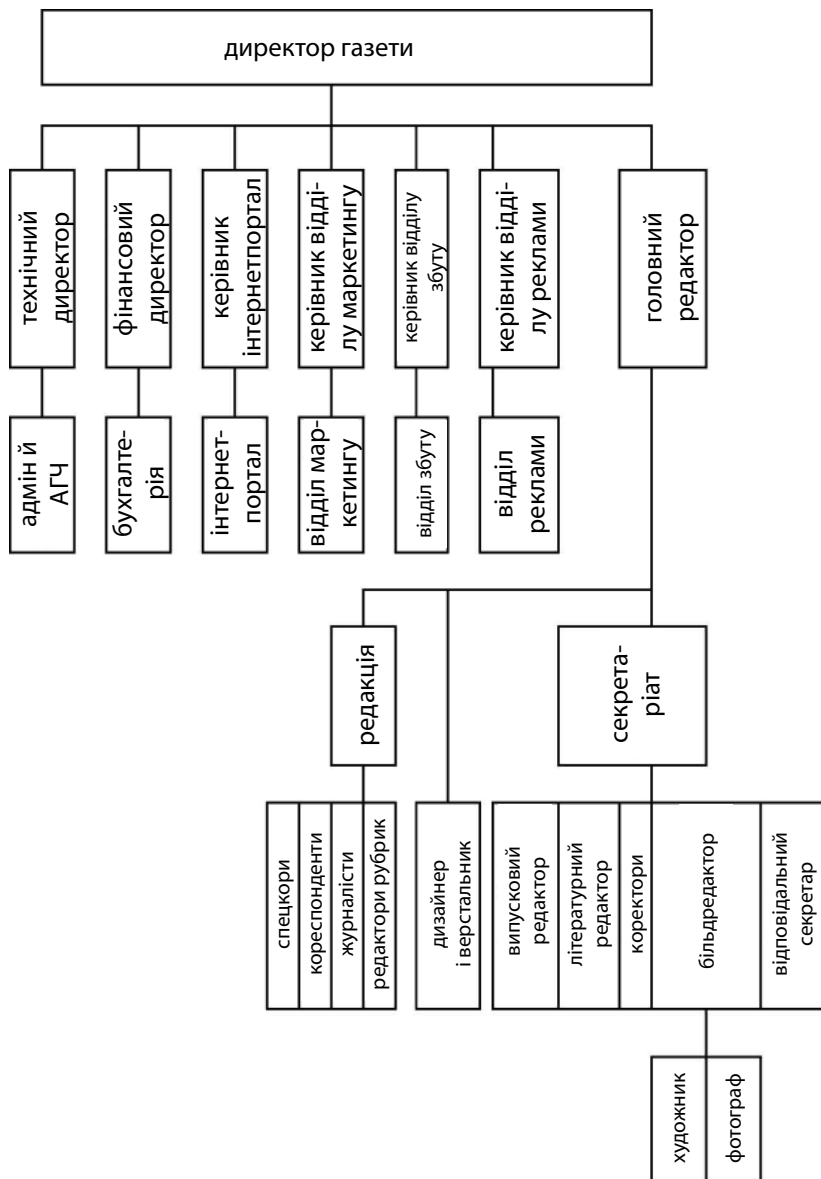


Рис.1

Відзначимо, що головний редактор відповідає тільки за зміст та оформлення контенту. Всі інші комерційні питання вже розв'язують керівники підрозділів. Керує всім процесом директор газети.

Для шкільної газети можна розглядати спрощений варіант структурної схеми редакції (рис. 2).

Переважно головні редактори шкільних газет – вчителі або заступники директора, тобто дорослі люди. Це логічно, бо треба планувати номер і матеріали в рубрику, коригувати і десь сильно, а десь ні, редагувати матеріали, що надходять.



Рис.2

Отже, в процесі створення шкільної газети беруть участь від 6 до 12 учнів (залежно від кількості рубрик) і 4 вчителі, плюс необмежена кількість батьків і спочутливих. До речі, історія випуску шкільної газети знає чимало прикладів, коли газету випускали один вчитель і один учень.

А ось як описує структуру шкільної газети Марина Осюхіна, керівник гуртка юних журналістів із Сум: «Важливий крок у створенні газети – розподіл обов'язків і посад серед юнкорів. Одне з занять слід присвятити структурі редакції, впровадженню редакційної політики. Організація редакції забезпечить створення якісної газети. Присвоєння «портфелів» додасть учням відповідальності, організованості та відчуття наближення до справжньої професійної редакції. Структурування редакції відрізняється від елементів ділової гри, яку вчителі практикують на уроках, бо повністю імітує професійну діяльність. З перших занять слід учити юнкорів професійної відповідальності.

У роботі гуртка слід використовувати як педагогічні методи, так і професійний підхід. Педагогічні методи доповнювати іншими важелями впливу на юнкорів, наприклад вимогливістю, що сприяє усвідомленню відповідальності кожного за вихід номера. Такий напрям роботи має непедагогічний характер, він відображає роботу повноцінної редакції. Занурення школярів в умови, максимально наближені до реальних, використання журналістських методів виховання сприяють швидкому навчанню юнкорів.

Рекомендуємо обов'язково ввести такі посади:

Головний редактор. Йому можна доручити вести колонку редактора, де він буде писати матеріали на актуальні теми, організацію роботи юнкорів, контроль за виконанням завдань, координацію.

Відповідальний редактор. Цей школяр повинен стежити, щоб усі матеріали юнкори здавали вчасно, час від часу контролювати, як іде процес підготування матеріалів, чи дотримуються журналісти графіка.

Фотограф. Ідеально, якщо цей учень буде мати свій фотоапарат. Швидше за все він уже матиме певні уявлення про мис-

тецтво фотографії та зможе робити якісні знімки. Також власна техніка – показник, що дитині подобається фотографувати, а отже робота буде виконуватися якісно і з задоволенням.

Верстальник. Навички, які здобуде дитина в школі з верстки та дизайну обов'язково знадобляться їй в майбутньому. Крім того, така посада зніме навантаження з керівника газетою, і він зможе більше часу приділяти іншим етапам становлення видання.

Менеджер. Ця посада можлива, коли газета поширюється платно. Цей учень повинен інформувати, коли з'явиться новий номер, заохочувати дітей купувати газету, бути зв'язною ланкою між тими, хто хоче купити газету, і безпосередньо новим випуском.

Можна призначити відповідальних за певні рубрики, наприклад спортивного журналіста. Ця дитина буде знати без нагадування, що будь-яка спортивна подія, яка відбувається в школі, не залишиться без висвітлення.

Звичайно, не всі учасники редакції повинні мати «портфелі». Але подібна організація може навчити дітей відповідальності, уважності, допоможе керівникові вдаліше організувати роботу і зняти з себе частину навантаження. Частіше роль керівника шкільної газети на себе беруть:

- педагог-організатор;
- викладач-філолог;
- фахівець з відповідної галузі, тобто журналіст;
- учень школи.

Редакції шкільної газети за складом:

- учасники гуртка журналістики;
- учасники літературного гуртка;
- представники шкільного самоврядування;
- будь-який з учнів школи (коли гуртка журналістики як форми роботи нема).



8. Зміст (контент) шкільної газети.

Зміст шкільної газети має бути спрямований на цільову аудиторію – школярів.

8.1. Жанри шкільної газети.

Є кілька варіантів журналістських жанрів. Зупинимося на найпоширеніших для шкільної газети, а саме: новинах, інтерв'ю, репортажі, коментарях.

Новина – сьогодні її розуміють як повідомлення, що становить інтерес для суспільства. Точніше сказати, для читацької аудиторії.

Велика кількість новин у дорослих газетах призводить до того, що багато читачів обмежуються переглядом одних заголовків або в кращому разі читанням перших абзаців, набраних великим шрифтом. Таких читачів називають «сканерами». Про це в розділі, присвяченому верстці та дизайну. У заголовок або початок матеріалу виносяться найважливіші, часто другорядні деталі. Читач же сприймає їх як найважливіше в повідомленні.

Новина повинна бути точна, вірогідна та об'єктивна.

Також вважається, що новина повинна відповідати щонайменше на три питання: що? де? коли? І щонайбільше на шість: хто? чому? як? + перші три.

Розглянемо приклад новини для шкільної газети.

Новина повинна бути точна: «У 5-а класі навчається 31 учень», вірогідна: «У 5-а класі, згідно зі списком у класному журналі, навчається 31 учень», і обов'язково повна: «У 5-а класі, згідно зі списком у класному журналі, вчиться 31 учень: 17 дівчаток та 14 хлопчиків».

Але ця новина на 1 вересня, а що далі робити з цією застарілою інформацією?

Можна, через місяць написати по-іншому:

«У 5-а класі найпопулярніше дівоче ім'я – Наташа (у шістьох), хлопчаче – Михайло (у чотирьох) ...» тощо. Але ж можна ще порахувати кількість голосних і приголосних в іменах дітей. І зробити з цього новину теж. Головне, щоб після підрахунку дівчаток і хлопчиків з різними іменами все одно вийшов 31 учень.

Репортаж – термін походить від французького «reportage» і англійського «report», спільний корінь – латинський («reporto» – передавати). Репортаж повідомляє про факти та події, показуючи їх через безпосереднє сприйняття автора, немов відтворюючи картину того, що відбувається. В основі репортажу завжди перебуває цікава подія, яка розвивається перед очима читача. Це свого роду історія події (18).

У шкільній газеті найпоширенішим жанром може бути спортивний репортаж або репортаж з будь-якої екскурсії, який відмінно доповниться фотографіями.

Інтерв'ю (від фр. entrevue – зустріч за домовленістю) – в журналістиці основний засіб збору інформації. Завдання інтерв'ю – ставлячи цілеспрямовані питання, дістати висловлювання осіб на певні теми і / або про певних осіб. Всякі різновиди інтерв'ю і бесід є тепер основне джерело інформації для мас-медіа (13).

Шкільна газета дає змогу школяреві-юнкорові навчитися правильно ставити запитання і мислити логічно. Обидві нави-

чки, безсумнівно, знадобляться в житті. Не секрет, що правильно поставлене питання – це 50% відповіді.

Але важливо й інше. Автор інтерв'ю не повинен прагнути показати свій глибший внутрішній світ. Завдання кореспондента максимально розкрити тему, на яку береться інтерв'ю, і особистість, з якою відбувається розмова.

Обов'язково в інтерв'ю мають бути питання, цікаві цільовій аудиторії.

Для цього, якщо ви плануєте інтерв'ю, запитайте самі у ваших читачів, а що вони хочуть дізнатися. Крім цього, рекомендував би мати кілька, три-п'ять, фірмових питань. У свій час у журналі «5 балів» у нас був такий список обов'язкових питань до зірок:

1. Найулюбленіший і найскладніший предмет у виші (школі).
2. Ким мріяли стати в дитинстві?
3. Найяскравіший спогад зі студентського життя.
4. Продовжте речення: «Моя школа / виш – це ...»
5. Найулюбленіший учитель у школі.

Всі питання відкриті. Водночас в інтерв'ю можна використати і закриті питання, але їх повинно бути мінімум. На продовження питань для інтерв'ю із зіркою:

- *Чи користувалися ви шпаргалками на іспитах?*
- *Проголювали заняття?*
- *Ви списували на контрольних роботах?*

Хочу звернути увагу на таке. Ваші запитання повинні бути цікаві для людини, в якій ви берете інтерв'ю. На прес-конференціях з відомими артистами дуже часто можна почути тривіальні питання, наприклад: «Ваша улюблена українська страва?» або «Чим відрізняється український глядач від російського?».

Не бійтеся експериментувати і ставити запитання.

Серед тих, в кого можна брати інтерв'ю:

- 1) батьки і родичі;
- 2) випускники школи;

- 3) працівники школи;
- 4) зірки і чиновники;
- 5) жителі навколишні
- 6) школярі.

Впевнені, що багато відомих артистів із задоволенням згадають шкільні роки. Але краще робити акцент на інтерв'ю з випускниками школи.

Коментар – це журналістський жанр, коли актуальні події подаються з акцентом на власній думці. Головна частина слів «commentarius» – іменник «mens» (мислення, розум, думка), поєднаний з німецьким словом «meinen» (думати, мати на увазі, висловлювати свою думку), і виражає, говорячи сучасною мовою, когнітивний акт обґрунтованого припущення (13).

Найпоширеніші види коментаря: колонка журналіста / редактора або редакційні матеріали.

Для шкільної газети легше завжди давати редакційний матеріал із практичним застосуванням. Як це зробити?

У тому разі, якщо ми наводимо якусь ситуацію, то повинні або надавати корисні телефони, куди можна звернутися або кілька поглядів із відповідного приводу, щоб читач міг самостійно виробити власну думку.

8.2. Рубрики шкільної газети.

Рубрика – слово або частина тексту, традиційно написана або надрукована червоним чорнилом з метою її виділення. В англійській мові «rubric» (рубрика) – слово, запозичене з латини, що означає червону вохру або червону крейду; таке означення з'явилося в середньовічних манускриптах приблизно в XIII столітті. Отже, червоні літери використовувалися, щоб виділити початкові літери (зокрема псалмів), заголовки частин текстів чи імена релігійної значущості. Ці виділення, відомі як рубрикація, були окремим етапом виготовлення манускрипту (14).

Які рубрики повинні бути в шкільній газеті, дуже важливо розуміти перед початком роботи. Спочатку перерахуємо найпо-

ширеніші. Також для зручності вкажемо номер шпальти, відповідального і терміни здачі матеріалу редакторів.

Ми тепер говоримо про рубрики для друкованої газети. Такі ж рубрики можуть бути і в стінгазеті, і на сайті (табл. 5).

РУБРИКИ ГАЗЕТИ

Табл. №5.

<i>№ шпальти</i>	<i>Рубрика</i>	<i>Зміст</i>
1	Новини класу, колонка директора / вчителя	Офіційні та цікаві новини з життя класу
2	Тема номера	Актуальна тема для обговорення. Календарна дата. Інша цікава подія
3	Я вам пишу	Листи читачів-школярів. Вірші, оповідання про цікаві випадки. Корисний або цікавий досвід.
4	Батьківська сторінка	Думки батьків про ситуацію, історії з життя батьків
5	Класний олімп	Про досягнення в спорті, навчанні, гуртках
6	Конкурси. Вгадай-но	Спеціалізовані з предметів або прості про життя класу, школи, міста
7	Афіша / секції	Інформація про те, куди можна піти протягом місяця або в яку секцію записатися. Краще давати адресу, номери телефонів і вартість
8	Комікси, гумор, наші іменинники	Іменинники: школярі, вчителі. Анекдоти, вірші

- Рубрики в табл. 5 не константа. Ось ще невеликий перелік рубрик:
- «Твій помічник» – може давати юридичні поради з правознавства, розповідати про права неповнолітніх або основи закону про захист прав споживачів. Крім цього, в ній можуть бути корисні поради про те, як правильно поводитися на вулиці, в незвичайних ситуаціях.
- «Історія» – про історію області, міста, району, села, школи.
- «Питання-відповідь». У цій рубриці можна публікувати короткі відповіді психологів або самих учнів на складні або прості запитання. Відмінний елемент зворотного зв'язку з читачем.
А також:
- Думка експерта.
- Ігри нашого класу.
- У світі цікавого.
- Погляд на події (політичні події очима учнів).
- Роздуми на тему ... ("Погляд")
- Знайомство з відомими людьми ("Незнайомі знайомці", "Хто на новенького?")).

Які стовпчики необхідно ще додати до табл. 5 при проведенні редакційної летючки?

1. Колонка-номер шпальти.
2. Рубрика.
3. Зміст.
4. Кількість ілюстрацій (фото, малюнків, інфографіки).
5. Кількість символів із пробілами.
6. Відповідальна особа.
7. Термін здачі матеріалу редакторів.

8.3. Джерела новин для шкільної газети.

В дорослих газетах основними критеріями новин вважають:

- своєчасність (інформаційний привід);
- актуальність;
- близькість до аудиторії;
- незвичайність.

Звернімо увагу на останні два критерії.

Що ставити в новини, крім офіційних подій, які відбулися в класі або школі?

Іменинників? Для цього є інший розділ. Переможців олімпіади? Але і для них є окреме місце.

Підійдімо до створення новини творчо. З усмішкою! Пофантазуймо, а разом і порахуймо. Яка загальна вага всього класу? І чи більша вага всього класу, ніж вага слона? А інформаційний привід? Ми йдемо в зоопарк або просто зважувалися на медогляді.

А зростання класу? Якщо всіх хлопчиків і дівчаток поставити один на одного – скільки це поверхів будинку?

На семінарі в Дніпропетровську ми отримали багато прикладів новин, які дуже цікаві, пізнавальні, а головне, веселі!

Ось деякі приклади новин. Із зазначенням інформаційного приводу та джерела інформації.

ПРИКЛАДИ НОВИН ТА ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

Табл.6

	<i>Цікава новина</i>	<i>Інфопривід</i>	<i>Джерело інформації</i>
1	Порівняти вагу / зріст / розмір взуття між класами	Пройшли медогляд	Медкабінет
2	Кількість домашніх тварин, їхні імена, різноманітність	День захисту тварин	Опитування
3	Кількість дерев / клумб / шпаківень / лавок тощо у шкільному дворі	День довкілля	Збір інформації
4	Скільки братиків і сестер в учнів у класі	День захисту дітей	Опитування
5	Сніданки або обіди в шкільній їдальні. Скільки з'їдається котлет і склянок компоту випивається	Будь-який	Їдальня, спостереження
6	У якій кількості класів, за якою кількістю стільців або парт провчився клас протягом чверті / півріччя / року	Підсумки чверті	Збір інформації
7	Якого кольору очі у хлопчиків і дівчаток	Медогляд	Медкабінет
8	Найпоширеніша секція серед учнів класу	День фізкультурника	Опитування
9	Хто живе найближче, а хто найдалше від школи	1 вересня	Опитування
10	Скільки приголосних і голосних в іменах і прізвищах учнів	День знань	Шкільний журнал

І багато-багато іншого. Відкрийте серце назустріч світу, і світ подарує вам цікаві новини.

Найдивовижніше, що інформаційні приводи ви можете придумати самостійно. Досить подивитися в календар, а ще краще накидати ідей на редакційній планівці з батьками.

Якщо ви не знайшли приводу, але у вас є цікава новина – публікуйте!

Велике прохання: відзначайте в новинах позитивні сторони. Не робіть негативних порівняльних оцінок. Не «кошмарте» читача. Тим більше, якщо ваш читач – це дитина.

8.4. Як планувати основну тему номера газети.

Стандартне планування прив'язане до календарних дат або інформаційних приводів.

Інформаційний привід – подія, яка може зацікавити нашого читача, більшість цільової аудиторії. Наприклад, школа або клас визнаний найкращою школою або класом міста / села . Намагайтеся шукати позитивні інформаційні приводи. Водночас із метою нівелювання чуток про неприємні події, інформаційним приводом може служити роз'яснення ситуації. Якщо це конфліктна ситуація – то можливість висловити кілька поглядів.

Присвятивши основний матеріал календарній події / даті, не забудьте на редакційній планівці скласти і затвердити плани інших матеріалів.

Пам'ятайте, навіть у темі номера ви повинні подавати матеріали, прив'язавши до вашого читача. Це можна зробити, розповівши історію свята в класі / школі, взявши коментарі школярів за темою номера.

Ось кілька прикладів тем номерів:

1. Знайомство:

- зі початковими класами;
- зі середніми класами;
- зі старшими класами;
- зі різними службами в школі, напрямками роботи (спортивна діяльність, екологічний рух, правова школа тощо);

- зі співробітниками газети (вони можуть написати свої біографії з часткою гумору, вигадки).
2. Підготування до свята.
Можна охопити всі свята, які хвилюють і відзначають підлітки (наприклад, 8 березня, Новий рік, Великдень).
 3. Глобальні проблеми сучасності (СНІД, наркоманія, пивний алкоголізм, анексія, комп'ютерна та ігрова залежність, екологія, брак толерантності в суспільстві тощо).
 4. У світі цікавого (відкриття, дослідження, історичні довідки).

8.5. Як залучити батьків до авторства в шкільній газеті.

Просто складімо перелік переваг для батьків, що беруть участь у створенні шкільної газети. Розповімо про перевагу участі в шкільній газеті для дітей. Адже всі учасники створення шкільної газети дістають знання про основи видавничої справи. Батьки можуть навчитися працювати в різних комп'ютерних програмах, зокрема і для верстки. Однозначно з'являється можливість більше проводити часу і отримати на виході спільний продукт зі власним сином або донькою. А що може бути приємніше за спільну роботу з власною дитиною?

Акцентуйте увагу батьків на звичці читати, правильно і системно подавати інформацію.

Дайте домашнє завдання розробити рубрики для шкільної газети, а на шкільних зборах із батьками обговоріть отримані результати і рубрики. Запросіть їх опублікувати родовід сім'ї. Дитячі фото, власні вірші чи оповідання. Впевнені, що серед батьків є чимало тих, хто пише вірші чи казки. Розкажіть їм про приклади з сусідніх шкіл або класів.

Роздавайте анкети для заповнення на зборах, адже тільки так ми можемо дізнатися, які домашні тварини живуть у наших учнів і як цих тварин звать. А вже потім можна зробити з цього цікаву новину або навіть декілька новин.

Шкільна газета для батьків :

- це можливість відчувати причетність до шкільного життя дитини;
 - це усвідомлення того, що твоя дитина розуміє актуальність своєї ролі і вчиться ухвалювати рішення.
- Батьків теж треба «запалити» ідеєю шкільної газети – це повернеться до вас допомогою в її створенні.

8.6. Як залучити учнів до створення шкільної газети.

Найкраща шкільна газета – це газета, що випущена для учнів, де автори – школярі, які належать до тієї цільової аудиторії, що читатиме цю газету.

У випуску газети може брати участь різна кількість учнів. Краще, коли на кожну рубрику буде один або два учасники. Пам'ятайте, що групою з 12 осіб керувати складніше. Тривалість редакційних планівок має бути не більш ніж 40-45 хвилин. Якщо ви засиділися довше, зробіть перерву.

Можна написати, що дістає учень від участі в шкільній газеті.

У будь-якому разі учні повинні розуміти, що їм дасть участь у роботі шкільної газети.

Це можна подивитися в розділі «Мета створення шкільної газети», а ще наші юнкори навчаються:

- проводити соціологічні дослідження, рейтинги, опитування;
 - брати інтерв'ю і знайомитися з цікавими людьми.
- Зможуть:
- публікувати в газеті оголошення, рекламу, привітання;
 - проводити конкурси, засновувати призи з фонду клубу, проводити свята, "ток-шоу";
 - використовувати для роботи шкільну комп'ютерну та копіювальну техніку;
 - поширювати газету серед учнів і вчителів школи;

- бути нагородженими і заохоченими за внесок у роботу шкільної преси з боку адміністрації.

І, нарешті, стати журналістом із редакційним посвідченням. Дізнатися багато нового, цікавого на екскурсії в друкарні або редакції газети і багато-багато іншого.

Через час, коли діти освоються в роботі редакції, можна довіряти старшокласникам випуск газети. Це стимулює їхню діяльність і робить номер привабливішим для учнів.

8.7. Хто з учителів може брати участь у створенні газети.

Будь-хто з учителів школи може взяти участь у створенні шкільної газети.

Викладачі мови і літератури зазвичай виступають або ініціаторами створення шкільної газети, або активними учасниками. При цьому один з учителів може бути коректором, а інший редактором.

За вчителем із інформатики – дизайн, верстка та друк газети.

Вчителі математики, природознавства, історії, фізкультури, праці та інших предметів можуть відповідати за новини. Наприклад, кожен учитель може надати по одній новині на кожен клас раз на місяць. Уже цікаво.

Безсумнівно, хтось відмовиться, хтось не зможе. Шукайте контакт, обговорюйте, пропонуйте, наполягайте і досягнете результату. У будь-якому разі, навіть якщо вчителі праці або фізкультури не зможуть надати вам новини, то нехай дадуть інформацію, скільки разів підтяглися хлопчики на фізкультурі або скільки поштових скриньок вироблено на уроці праці.

Не відмовляйтеся від допомоги представників психологічної служби, соціального працівника, педагога-організатора. Ці люди завжди в курсі тих подій, що відбуваються в школі, вони допоможуть у виборі теми, прокоментують уже підготовлений матеріал.

8.8. Формалізація процесу роботи шкільної газети.

Як і в дорослому виданні, необхідно скласти структурну схему газети (див. роз-діл: схема редакції шкільної газети); розписати посадові обов'язки для всіх учасників процесу; вести рубрикатор, графік здачі шпальт, редакційний портфель (див. роз-діл: рубрики шкільної газети)

Шкільне видання – справа спільна, а не приватна. Якщо адміністрація підтримує свободу і демократію у відносинах "учитель – учень – батьки", то газета буде існувати довго і стане взірцем свободи слова в школі. Важливо правильно організувати роботу з дітьми, щоб процес створення газети давав їм задоволення.



9. Джерела фінансування шкільної газети.

Ймовірно, це питання, з яким стикаються керівники багатьох шкільних газет, особливо ті, хто мріє про якісну поліграфію. Існує кілька шляхів друкування шкільної газети. Завдяки допомозі Марини Осюхіної ми пропонуємо такі форми фінансування:

Спосіб 1. Переконати директора виділити кошти зі шкільного бюджету.

Спосіб 2. Звернутися до батьківського комітету і видавати газету за батьківські кошти.

Спосіб 3. Існувати за «живі» гроші, тобто продавати газету школярам і тим самим покривати витрати на друк.

Спосіб 4. Знайти спонсора поза межами школи, який може підтримати вашу ініціативу. Це може бути громадська організація, благодійний фонд, будь-яка інша комерційна організація. Зокрема, можна зробити оголошення серед учнів школи, чи не займається хтось із їхніх батьків або родичів подібною меценатською діяльністю.

Спосіб 5. Звернутися по допомогу до друкарні або редакції відомої в місті газети.

Зводіть дітей на екскурсію у видавництво або друкарню: діти зацікавляться, директор друкарні або головний редактор розчулиться. Розкажіть головному редакторові, що діти – це майбутні читачі, в яких можна виховувати звичку до читання. Використовуйте приклади програми «Газета в освіті» WAN / IFRA.

- Спосіб 6.** Не випускати з поля зору випускників школи, залучати до фінансування або виробництва медіа.
- Спосіб 7.** Поставте ящики або пакети для макулатури у класах. Організуйте збір макулатури в школі.
- Спосіб 8.** На створення сайту можна дістати грант – це теж проект.
- Спосіб 9.** Провести благодійний концерт або спектакль для збору грошей.
- Спосіб 10.** Провести благодійні акції або ярмарки.
- Спосіб 11.** Продаж реклами у газету.
- Спосіб 12.** Участь учнів в акціях, конкурсах, але для цього вони мають купити газету.
- Спосіб 13.** Передплата газети школярами.
- Спосіб 14.** Звернутися за коштами в органи керування освітою.
- Спосіб 15.** Додаткові платні послуги з навчання журналістики, які відшкодовують батьки.
- Спосіб 16.** Допомога від мешканців мікрорайону (збір коштів у магазині/магазинах).
- Спосіб 17.** Проведення тренінгів або майстеркласів серед учнів у позашкільний час.
- Спосіб 18.** Розмістити відеоматеріали, про те як робили номер на ютубі, та отримати надходження залежно від кількості переглядів.
- Спосіб 19.** Зробити платний доступ до архіву або частини новин на шкільному сайті.
- Спосіб 20.** Громадсько-корисні роботи.
- Спосіб 21.** Знайти спонсорів з діаспори або національних громад.
- Спосіб 22.** Громадські організації як спонсори.
- Спосіб 23.** Газета продається, як лото, а серед покупців проводиться розіграш цікавих призів.

А зараз коротко нагадаємо, що треба зробити, якщо ви починаєте випуск шкільної газети:

- Провести зустріч з директором та обговорити нові ідеї з видання шкільної газети.

- Провести анонімне опитування учнів, про що б вони хотіли дізнатися зі шкільної газети, та опитування, хто чим хоче займатись у шкільній пресі або на сайті.
- Провести опитування щодо ймовірних рубрик.
- Написати концепцію шкільної газети, а саме: назву, формат, наклад, кількість шпальт, періодичність виходу, кольоровість, можливі джерела фінансування, рубрики та кількість матеріалів і символів з пробілами на кожну зі шпальт, зібрати команду.
- Залучити лідерів думок серед школярів.
- Провести фокус групу зі школярами. – лідерами.

Для цього вам необхідно показати ваше видання. Якщо ви тільки починаєте, то можете роздрукувати газету на шкільному принтері. Звичайно, якість буде не найкраща і, ймовірно, доведеться склеювати аркуші або скріплювати степлером, однак це чудовий економічний варіант.

Але перш ніж вибирати той чи інший спосіб, ви повинні бути озброєні, знати точно, скільки грошей на випуск номера вам потрібно. Для цього слід звернутися до всіх друкарень у вашому місті і дізнатися їхні ціни, потім зв'язатися з менеджером і попросити розрахувати, скільки коштуватиме випуск вашої газети. Для цього ви повинні знати, скільки сторінок буде у вашій газеті, якого формату, чи будуть у випуску кольорові сторінки, тираж. Іноді друкарня може попросити у вас випуск, щоб прорахувати витрати конкретніше.

Іноді керівники незареєстрованих шкільних газет переживають, що їх видання не надрукують. Однак це не проблема, якщо не заявляти вашу газету як газету. Назвіть своє видання експериментальним проектом, роздатковим творчим матеріалом, і вам обов'язково підуть назустріч.

Однак, якщо ви хочете, щоб ваша газета дійсно була серйозним виданням, приділіть час її реєстрації.



10. Реєстрація сайту шкільної газети.

Для цього достатньо зайти на будь-який з сайтів, що реєструють доменні імена, наприклад itena.ua.

Далі слідуйте підказкам на сайті.

Звертаю вашу увагу на два моменти. По-перше, доменну адресу простіше реєструвати у вашій доменній зоні. Наприклад, у Дніпропетровську – Dp, а в Полтаві – Pl.

Далі ви можете латиницею або кирилицею реєструвати ваш сайт. Пам'ятайте, що бажано, щоб доменне ім'я повністю повторювало назву вашої газети.

А от як бути далі, тобто вказувати номер школи після назви чи ні – вам вирішувати самостійно.

У будь-якому разі, що простіша доменна адреса, то краще її запам'ятати. Якщо назва газети складається з декількох слів, то можна ставити абрєвіатуру з перших літер або скорочення зручне для читання.

Не забувайте оплачувати гостинг вашого сайту.



11. Реєстрація та просування шкільної газети в соціальних мережах

ВКонтакте

У момент написання цього модуля найпоширеніша серед школярів, на думку автора і моєї колеги з підготування розділу Альйони Дриги, соціальна мережа «ВКонтакте» (VK).

Просувати видання в цій соцмережі можна двома шляхами: створивши групу або сторінку. Відвідуваніші та популярніші в ній сьогодні сторінки. Їх перевага в тому, що список сторінок відображається в кожного користувача у профайлі (його не можна приховати).

Щоб створити групу або публічну сторінку «ВКонтакте», потрібно:

1. Зайти в своєму профайлі у вкладку «Мої групи». Праворуч вгорі є вкладка «Створити спільноту».
2. Натиснувши на цю вкладку, вибираємо:
Група;
Публічна сторінка;
Захід (останнє нас не цікавить).
3. Далі необхідно ввести назву групи (сторінки), у вікні вибираємо її тип. При створенні мас-медіа логічно буде вибрати: «Компанія, організація або вебсайт».

4. У новому вікні, крім назви сторінки, можна прописати і її адресу. У тому ж вікні в наступному рядку вибираємо «Категорію – медіа».
6. В описі (все те ж вікно) можете розповісти про вашу газету: тематика, періодичність, дата створення, тут також слід обов'язково вказати місто, в якому ви перебуваєте, – це спростить пошук для ваших читачів.
7. На бажання можна тут же вказати вебсайт (якщо він у вас є), дату створення сторінки. Коментарі можна як увімкнути, так і вимкнути. Тут немає усталених норм, але зазвичай соціальні мережі – один з головних інструментів спілкування з читачами, і вимкнення коментарів автоматично позбавляє вашу сторінку однією з головних переваг – діалогу з аудиторією.
8. Тут же можна налаштувати експорт у твітер. Для цього потрібно, щоб у вашого видання вже була сторінка в твітері, тоді все, що ви напишете у своєму пабліку (мікроблозі ВК, буде автоматично транслюватися і до стрічки передплатників у твітері.
9. На бажання можна увімкнути / вимкнути посилання фотоальбом, відеозаписи, аудіозаписи, обговорення, заходи, місця, контакти на вашій сторінці. Щоб вирішити, чи потрібні вони вам, варто, як і у разі з вашим особистим профайлом, розуміти, якою мірою ваше медіа відкрите для публіки.

Кожен з цих інструментів можна використовувати для створення позитивного іміджу видання. Наприклад, у фотоальбомах викладати фотографії з редакційних планівок і днів народження / свят, що відзначаються всією редакцією (нехай читачі бачать, що за газетними рядками стоять реальні люди, такі ж, як вони). Також можна (і треба) створити фотоальбом «Наші читачі». Одного разу розмістивши фото там, людина обов'язково повернеться в вашу групу (сторінку) знову, хоча б для того, щоб порадити кількість лайків і подивитися на коментарі, а також порівняти себе з іншими товаришами в альбомі.

У відеозаписах можна викласти як фрагменти заходів, пов'язаних з вашим виданням, так і якісь позитивні, смішні відеокліпи, можливо, й музичні. Все залежить від тематики вашої газети і від того, як добре ви відчуваєте свою аудиторію. Те ж стосується і аудіозаписів. Їх можна залишити порожніми, а можна наповнювати і ділитися у новинах з передплатниками, звичайно, не в випадковому порядку, а по темі, супроводжуючи те або інше повідомлення. Цікаво подивитися, як це роблять на сторінці Lenta.ru (<http://vk.com/lentaru>).

В обговореннях можна попросити читачів прокоментувати зміст вашого видання, запропонувати якісь теми та ідеї, але практика показує, що сьогодні користувачі «ВКонтакте» більше схильні обговорювати все прямо в новинах під вашим черговим постом.

10. Не забудьте завантажити аватар з логотипом вашого видання (це може бути також ваша обкладинка). Для цього у верхньому правому кутку сторінки натисніть на покликання «Завантажити фотографію» (під значком фотоапарата) і виберіть потрібну на своєму комп'ютері.
11. Головний складник будь-якої сторінки або групи – це якраз новини. Не рекомендовано писати їх більш ніж 3-5 на день, бо люди можуть просто відписатися від вас через «флуд».

Що писати в новинах в групі – кожен вибирає самотужки. Найпростіший спосіб – проанонсувати один з ваших матеріалів, розміщений на сайті: пишемо назву, лід до матеріалу, посилення і обов'язково вставляємо фото (Lenta.ru обов'язково забезпечить цей пост також пісенькою). Щоб додати до тексту новини фотографію, відео чи аудіо, потрібно натиснути на вкладку «Прикріпити» під віконцем із записом. У вкладці, крім аудіо, фото, відео, можна вибрати:

Графіті (якщо вмієте добре малювати, то за допомогою графіті можна привітати читачів зі святами або просто бажати їм доброго ранку і гарного дня; гарне графіті обов'язково виділить матеріал з сірої маси стрічки новин).

Документ (це може бути все, починаючи від книжки, яку ви рецензуєте у вашій статті, закінчуючи кумедним гіффайлом, який змусить читача усміхнутися, але зазвичай на сторінках ЗМІ цієї функцією користуються рідко).

Таймер (ця функція просто дозволить вам опублікувати вашу новину в будь-який час, навіть коли вас не буде за комп'ютером. Це досить зручно. Адже якщо ви хочете, щоб вашу сторінку читало якомога більше людей, немає сенсу публікувати повідомлення одним масивом в один і той же час. Краще написати пару постів вранці, один – в обід і ще пару – ввечері. Так ви охопите всіх ваших підписників «ВКонтакте» за день, а не тільки третину).

Карта (корисна, якщо ви вказуєте у своєму повідомленні на конкретні місця, наприклад пишете про якийсь захід, що пройде незабаром і підказуєте, як дістатися до місця призначення).

Опитування (більшість користувачів соцмереж ліниві і не писатимуть коментарі, але натиснути кнопку відповіді в опитуванні можуть без проблем. Тому використовувати цю функцію потрібно. Найпростіший спосіб – попросити оцінити статтю (або весь номер газети). А можна вчинити хитріше – і попросити їх не оцінювати готовий результат роботи, а допомогти вам її виконати: пропонуєте читачам кілька тем / героїв і просите проголосувати за вподобану / вподобаного. У коментарях вони також можуть запропонувати свій варіант. Отже, у вас з'являться нові теми, а читачі будуть з нетерпінням чекати виходу нового номера, щоб побачити статтю про те, що вибрали ВОНИ.

12. Крім розміщення регулярного контенту (анонсів матеріалів) важливо також спілкуватися з читачами. Це може робити кожен журналіст. Останній може розповідати про той резонанс, який викликав матеріал, про кумедні випадки, що сталися, поки він його писав, обговорювати з читачами сам матеріал і висловлювання тих чи інших його героїв тощо. А головний редактор, він же вчитель з мови

та літератури, може виступити своєрідним тамадою, повідавши читачам, що сьогодні, між іншим, день народження кулькової ручки (і відразу ж запропонувати матеріал-огляд найнезвичніших ручок), може постити вранці і перед сном забавні картинки/цитати/пісні (або все відразу), бажаючи відвідувачам сторінки доброго дня і хороших снів. Він може запропонувати їм обговорення: поділитися одне з одним улюбленою піснею, цікавими фільмами, обговорити книжку або серіал або важливу для міста подію (тут згадуємо про функції «Прикріпити опитування»).

13. Ще один спосіб залучити читачів на ваш сайт – своєрідні активації. Так, можна влаштувати для них гру-бродилку. Щось на кшталт «вгадайте, скільки на сайті сьогодні буде матеріалів», «дайте відповідь на такі-то питання» (відповідь прихована в якійсь із статей на сайті). А можна попросити їх зібрати мозаїку цікавого фото зі смальт, яке (у повному варіанті) теж ховається у вас на сайті.
14. І звичайно, один з головних способів просування в соцмережах – це конкурси. Найнадійніший – Like and Share. Створюєте повідомлення, просите його перепостити і повідомляєте, що такого-то числа в такий-то час, серед тих, хто поширив посилання, у випадковому порядку (рендом) буде обраний щасливий власник айфона \квитка на концерт популярної групи\кружки з логотипом видання – тут усе залежить від платоспроможності газети, хоча до конкурсів завжди можна залучити і спонсорів). Це найпростіший спосіб проведення конкурсу Like and Share. Щасливому переможцеві – приз, а вам – нові учасники групи і відвідувачі сайту.

Інший варіант – провести фотоконкурс: користувачі викладають свої фото і просять друзів проголосувати (лайкнути) або залишити коментар за них на сторінці групи (а до цього до групи слід ще і приєднатись).

Всі ці способи просування тією чи іншою мірою актуальні і для інших популярних соцмереж.

Як створити групу у «Фейсбуці»

1. На головній сторінці в розділі «Групи» (ліворуч, третій розділ внизу після фото) натисніть «Створити групу».
2. У вікні називаєте її, і (великий плюс «Фейсбуку») відразу ж вибираєте, кого ви в цю групу додасте зі своїх друзів. На відміну від «ВКонтакте», тут їх підтвердження не потрібне.
3. У цьому ж вікні вибираєте рівень конфіденційності групи (відкрита, закрита, секретна). Природно, що в групі Медіа кращий перший варіант.
4. Далі в новому вікні вибираєте той значок, який вам сподобався для позначення групи.
5. У вікні групи під фото учасників праворуч буде значок шестиріг, натиснувши на нього вибираєте вкладку «Редагувати налаштування групи». Тут потрібно прописати «Опис групи». Можна також, як і «ВКонтакте», змінити адресу групи. До того ж тут ви вибираєте, хто може писати у вашій групі – всі учасники або тільки адміністратори. Також можна обрати, чи потрібне схвалення адміністратора на публікацію. Також, як і в ВК, у «Фейсбуці» є сторінки, і також, як і «ВКонтакте», вони помітніші. Щоб створити сторінку у «Фейсбуці», потрібно:

Опуститися донизу «Головної сторінки» «Фейсбуку» і натиснути «Створити сторінку».

1. У вкладці вибрати «Компанія, організація або установа» (для медіа). Після в випадаючому списку вибираєте «Медіа / Новини / Видавнича справа», в наступному полі прописуєте назву вашого медіа.
2. У новому вікні ви можете додати опис вашого медіа і посилання на вебсайт, а також підтверджуєте, що ви створюєте сторінку для реального мас-медіа і що це офіційна сторінка.
3. У новому вікні завантажте аватар для вашої сторінки (що містить логотип видання).
4. Дальший крок – рекламувати сторінку – можна поки пропустити.

5. У вікні лайкніть сторінку першим і запропонуйте зробити це друзям.
6. Щоб налаштувати сторінку, натисніть «Редагувати сторінку» (вгорі біля «Панелі адміністратора»), а після, у випадяючому меню «Редагувати налаштування».
7. Збоку ліворуч відкриється можливість редагувати налаштування в 10 категоріях. Наприклад, в основній інформації також можна змінити адресу сторінки, але не раніше, ніж вона набере 25 лайків (на відміну від ВК, популярність сторінки тут вимірюється не передплатниками, а лайками). Тут же можна додати адресу електронної пошти для зв'язку з читачами чи телефон редакції. А у вкладці «Ресурси» можна, як і в ВК, налаштувати трансляцію публікацій у твіттері.

Як створити сторінку в «Однокласниках»:

1. Натискаєте вкладку групи відразу під вашим ім'ям на головній сторінці.
2. На новій сторінці – перший же квадратик «Створити групу».
3. У новій вкладці вибираєте тип групи (у нашому випадку – «Для бізнесу»).
4. У вікні прописуєте назву вашого медіа, опис, у вкладці «Тип діяльності» обираєте «Компанія», а в «Категорії» – мас-медіа.
5. Під категорією натисніть на «Вказати контактну інформацію» та пропишіть «Місто», «Адреса» і телефон редакції, а також вебсайт (якщо є).
6. Згори праворуч, біля назви та опису є квадрат із зображенням фотоапарата. Завантажте аватар для майбутньої групи, натиснувши на посилання «Завантажити зображення».
7. У вікні групи ви можете запросити друзів – перша вкладка зліва, відразу під фотографією групи.
8. Наступна вкладка (друга під фото) – оригінальна функція однокласників – дає змогу відразу ж створити фотоконкурс.

9. І нарешті, у четвертій вкладці під фото в налаштуваннях непогано було б прописати ключові слова. Вони допоможуть вашим читачам знайти сторінку вашого сайту в «Однокласниках» скоріше.
10. У групі можна створювати теми для обговорення (друга вкладка – «Теми» – під назвою групи), є можливість додавати в них посилання, фотографії, музику та опитування.
Щоб створити новини (подібно до «Вконтакте» і «Фейсбуку») потрібно натиснути на останню вкладку з рядка під назвою «Ще». Новини також можна доповнити додатковими посиланнями, фотографіями, музикою і опитуваннями.



12. Дизайн і верстка шкільної газети

Найпоширеніші програми для верстки газет – Adobe InDesign і QuarkXPress. Років 15 тому у видавничій справі використовувалася така програма, як Adobe Page Maker, але наприкінці 90-х років минулого століття компанія Adobe трансформувала цей продукт, революційно змінивши та істотно поліпшивши, в Adobe InDesign. Наразі Adobe Page Maker використовують тільки деякі регіональні видання, прогресивні ж та сучасні видання використовують сучасніші програмні продукти. Також на ринку існує ще один програмний продукт компанії Corel – Corel Ventura Publisher, однак у нас він не надто поширений через складну технологічну взаємодію з друкарськими машинами. При виборі програми для верстки шкільної газети краще звернути увагу на два фактори: поширеність і хороша сумісність з сучасними друкарськими машинами та вартість програми.

Словник термінів (16)

- **Верстка** – розміщення тексту і графіки на певному форматі.
- **Шпальта** – відбиток сторінки видання (задрукована площа)
- **Гарнітура** – тип шрифту.
- **Колонка** – частина тексту.
- **Кегль** – розмір шрифту.
- **Залити текст** – помістити текст у графічний блок.
- **Інтерліньяж** – відстань між рядками.

- **Пункт** – одиниця вимірювання в поліграфії (pt). Американський дорівнює 0.356 міліметра.
Завдання дизайну газети:
- повернути увагу читача;
- утримати увагу читача;
- допомогти читачеві краще орієнтуватися в газеті.

Дизайн газети повинен мати чіткі та зрозумілі правила.

На 90% хороший дизайн газети – це точний розрахунок (16).

Модульна сітка

Один з методів конструювання видань, які мають багато шпальт) – створення модульної сітки.

Модульна сітка – невидима структура сторінки (Джеймс Фелічі).

Це фігура, на яку підбирається одяг.

Кількість колонок у газеті

<i>Формат А2</i>	<i>Формат А3</i>	<i>Формат А4</i>
8 колонок (45 мм) рідше 9 – 10 колонок (40 та 36 мм, відповідно)	5 колонок (49,5 мм) 6 колонок (40,5 мм) рідше 4 колонки (56,5 мм)	3 колонки (54 мм) 4 колонки (40,5 мм) рідше 2 колонки (76 –77 мм)

Розмір середника – не менш ніж розмір інтерліньяжу і не більше, ніж ширина вертикального поля.

Кількість рядків у заголовку

Кількість колонок у матеріалі	1	2	3	4	5	6
Кількість рядків у заголовку	3-4	2-3	1-2	1	1	1

Тема з великих літер:

- нечитабельна (важко сприймається) (Tinker);
- займає багато місця.

Перша сторінка таблоїда

1	36 – 38 пт
2	18 – 30 пт
3	24 – 36 пт
4	18 – 24 пт
5	24 – 36 пт

Ширина колонки газети

Розмір оптимальної довжини рядка залежить від кегля шрифту

Кегль шрифту	7	8	9	10	11-12	14-16
Довжина рядка відповідно до досліджень, мм	36-54	45-72	63-81	72-99	90-126	117-11

Газетна шпальта

- Шпальта – це задрукована площа газетної сторінки.
- Зазвичай шпальта займає 4/5 площі газетної сторінки.
- Шпальта газети формату А3 може бути приблизно 257 × 379 мм.

Читач «засвоює»:

- 75-80% всіх ілюстрацій;
- 56% заголовків;
- 31% «інформаційних заміток»;
- 29% текстівок під фото.

*Ілюстрації – головні «точки входу» для читання газети.
Дослідження EyeTrack 2007*

Друковані видання:

Читачі віддають перевагу розбиттю матеріалу на короткі інформаційні блоки, ніж великим масивом тексту.

Добре читаються блоки коротких новин.

Інтернетвидання

Майже кожен другий-третій читач, вибравши інформацію, яку він хоче прочитати, дочитує її повністю.

Читачі діляться на «сканерів» і «методичних».

«Методичні» читачі:

- читають згори вниз, без перескакування з одного матеріалу на інший;
- перечитують деякі матеріали;
- використовують систему навігації, вие випадаюче меню (в інтернетвиданнях) для знаходження статей.

«Сканери»:

- переглядають сторінки, заголовки та візуальні елементи без прочитання всіх текстів;
- читаючи статтю, можуть перескочити до фотографії або іншого елемента на шпальті, не повертаючись більше до статті;
- переглядаючи короткі анонси, вибирають один з них. «Методичні» читачі віддають перевагу повноформатним виданням. Сканери – таблоїдам. Половина читацької аудиторії інтернетвидань – сканери.

На що спершу звертають увагу:

- великі заголовки і великі фото на сторінках друкованих видань;
- системи навігації, меню, що випадають, система анонсів тощо на сторінках інтернетвидань.

Фотографії:

- Розмір фотографії на шпальті важливий: 50% великих фотографій читач помічає і тільки 20% маленьких.

- Кольорові фото на 20% привертають більшу увагу, ніж ч/б фото.
- Новинні (динамічні) фотографії привертають більшу увагу, ніж постановні (студійні).
- Маленькі портретики (mug shots) привертають відносно невелику увагу.

Основні висновки Маріо Р. Гарсія (Mario R. Garcia):

1. Читачі не втратили здатність читати уважно. Але більшість читачів прискіпливі і хочуть вибрати, що вони будуть читати.

Важливо: переконайтеся, що матеріал, який, на ваш погляд, найзначущіший і повинен бути обов'язково прочитаний, був зверстаний з «родзинкою».

2. Читачі нетерплячі. Всі ми сканери, ми побіжно переглядаємо видання, але багато хто з нас стає методичним читачем, коли знаходить історію, яка зацікавила.

Важливо: редактори і верстальники повинні забезпечити добре розроблені навігаційні інструменти, щоб дозволити сканерам вибрати те, що вони хочуть прочитати.

Врїзи, анонси, інфоблоки, виділення, додаткові «точки входу» для всього того, про що ми інформуємо читач

3. Яке сучасне значення друкованих новин? Раніше новини означували як «те, що ви дізнаєтеся сьогодні, про що не знали вчора» (шеф-редактор «Нью-Йорк таймс» Тернер Катледж (Turner Catledge). Сьогодні означення повинно бути таке: новини – це те, що ви вчора дізналися, але зрозуміти повинні сьогодні.

Важливо: інтернетвидання мають усі тимчасові та технологічні переваги, щоб запропонувати «гарячі» повідомлення, тоді як друковані видання повинні сконцентруватися на деталізації інформації та аналітичних оглядах тих новин, які були вперше опубліковані в інтернетвиданнях

Вибір шрифтів

Досить 3 родин:

- для заголовків;
- для основного тексту;
- для підзаголовків , коментарів , врізів тощо.

Деякі правила, якими користуються в газетах:

1. Для всієї газети бажано використовувати три, щонайбільше п'ять накреслень шрифтів.
2. Ніколи без особливої потреби не змінювати параметри типового шрифту (не деформований шрифт).
3. Інтерліньяж у тексті для зручності читання має бути більший від розміру шрифту на 1-2 пункти.
4. Шрифт заголовків зазвичай варто робити оригінальним, читним з відстані 1-1,5 метра (приблизна відстань для людини, яка дивиться на вітрину газетного кіоску), без зарубок, накреслення Condensed – для більшої місткості знаків.
5. Для заголовків другого і третього рівня можна використовувати різні накреслення основного шрифту заголовків. Розміри шрифту – на три-десять кеглів більші від розміру основного тексту. Основний текст розміром від 1/4 шпальти набирається читним шрифтом із зарубками. Обов'язкова наявність у шрифті варіантів Bold і Italic.
6. Для основного тексту розміром менш ніж 1/4 смуги використовується прямий шрифт без зарубок. Обов'язкова наявність у шрифті варіантів Bold і Italic.
7. Підписи до фото – прямий шрифт без зарубок. Розмір на пару кеглів менший, ніж основний текст.
8. Врізи в текст – будь-який з основних шрифтів тексту. Використовуються варіанти Bold або Italic. Розмір такий же, як в основного тексту (тоді «повітря» навколо побільше) або на три-п'ять кеглів більше.

Висновки

Ні в системі застосування, ні в стилях оформлення текстових шрифтів між журналами та газетами немає принципових від-

мінностей. Текстовий шрифт і умови його застосування – це те спільне, що об'єднує періодичні видання.

Головні естетичні вимоги до оформлення газети чи журналу, залежно від їх типу, пред'являються не стільки до рисунка шрифту, скільки до зручності читання його, до єдності оформлення, що створює газеті чи журналові певний вигляд відповідно до їхнього призначення.

У сучасних періодичних виданнях спостерігаються такі суперечливі тенденції:

- потрібна читність шрифту і єдність стилю;
- вмістити якомога більше тексту.



13. Типові помилки під час верстання та підготування матеріалів шкільної газети.

1. Інтерв'ю у вигляді «насмиканих» цитат, не зв'язаних між собою. Треба розуміти, що інтерв'ю вважається найскладнішим жанром для професійного журналіста.
2. Кожна тека повинна мати в назві якомога більше інформації, але водночас бути лаконічна. Приклад: тека «Автори», може містити як електронні адреси, так і фото авторів. У цьому разі з'являються дві теки: «Фото автора/Фотоавтори» і «Автори адреси».
3. Фотографії в теці не підписані. Треба знати, що кожне підписане фото – це окрема розповідь для читача.
4. Фотографія не має ніякого стосунку до матеріалу. Незрозуміло, чому вона там з'явилася.
5. Довгі складнопідрядні речення; більш ніж три рядки – це погано.
6. Нема розбиття за смугами? Розкресліть аркуш формату А3 на квадрати, кількість яких відповідає кількості смуг. В кожному вкажіть прізвище відповідального та кількість матеріалів.
7. Фото автора або персонажів у протисонячних окулярах допускається в тому разі, якщо матеріал про такі окуляри або автор погано бачить.



14. Газета на шкільному уроці.

Американські авторки Сінді Шейбе і Фейз Рогоу в підручнику для вчителів «Медіаграмотність» (19) подали сформований протягом останніх трьох з половиною десятиліть у США освітній підхід до викладення медіаграмотності. Цей підхід опирається на базові принципи медіаосвіти, зафіксовані в «Ключових принципах освіти з медіаграмотності» в США (Національна асоціація викладачів медіаосвіти, 2007): дослідження, грамотність та інтегрованість.

Зокрема, щодо використання газети під час медіаосвітніх занять, вони пропонують такі перевірені практики:

- учні можуть бути залучені до аналізу того, як ту чи іншу важливу подію презентують в газетах, а як в онлайнмедіа, що сприятиме розвиткові навичок з декодування медіатекстів;
- під час обговорення сучасних чи історичних подій варто використовувати фото і підписи під ними з газет і журналів, обговорювати заголовки статей та обкладинки журналів;
- учні можуть отримувати завдання знайти і презентувати, як одна і та ж подія була подана в місцевій, загальнонаціональній і міжнародній пресі, щоб зрозуміти, які можуть бути різні фокуси залежно від аудиторії медіа;

- через аналіз газетних репортажів можна вправлятися у пошуку маніпуляцій, якими користуються медіа, зокрема в підтриманні страху та непевності;
- учні можуть отримувати завдання створити першу шпальту газети про якусь історичну подію в минулому – з колонкою редактора, фото, підписами, інформаційними замітками «з того часу»;
- з сайту www.newseum.org/todaysfrontpages учні можуть використовувати на уроках іноземної мови перші сторінки понад 800 газет для аудіювання та інших вправ (19).

Всесвітня Асоціація видавців газет і новин вже чимало часу реалізовує програму «Газета в освіті» (6), яка має два підходи:

Асоціація виходить з того, що не всі молоді люди автоматично захоплені читанням газет, тому саме в тих, які доставляються раз чи двічі на тиждень учневі безкоштовно, публікуються матеріали, які стосуються конкретних предметних галузей – вивчення мистецтва, соціальних досліджень, математики тощо. Деякі з них можуть бути зосереджені на конкретній темі, наприклад президентських виборах, святкуванні національних свят і ювілеїв, космічних програмах, питаннях охорони здоров'я і прав людини.

Інший підхід – газети пропонують на своїх шпальтах нові навчальні ресурси для молодих людей: посібники, плакати, карти, вікторини, ігри, конкурси (19), але всі підходи покликані виховати в молодих читачів любов до газети.



15. Конкурси шкільних газет.

1. Положення про міжнародні конкурси шкільних медіа в Україні: <http://nsju.org/index.php/item/view/251>.
2. Коледж телебачення та медіа в Миколаєві. Конкурс шкільних медіа в Україні: <http://www.kptv.in.ua/index.php?id=55&mod=2&s=7&lang>.
3. Міжнародна мережа для демократії – <http://www.editnet.org/index.php>.



16. Корисні сайти та книжки

1. Академія української преси: www.aup.com.ua.
2. Розділ «Бібліотека масової комунікації АУП»: <http://www.aup.com.ua/?cat=editions&subcat=library>.
3. Лебедев В. В. Верстка школьної газети. Основи роботи в InDesign: Учебное пособие для старшеклассников. – М., 2010. – 56 с.
4. Татьяна Репкова. Новое время: Как создать профессиональную газету в демократическом обществе» IREX ПроМедиа/Украина, 2001.
5. Портал шкільної преси ЗНКВ 19: <http://school19-vm.at.ua/>.
6. Проект «Газета в освіті»: <http://edupaper.ru>.
7. Газетний дизайн: конкурс та конференції: <http://www.newspaperdesign.ru/>.
8. Освітній портал «Школьная пресса», Росія: <http://portal.lgo.ru>.
9. Проект «Пресса в школе», Росія: <http://www.myshared.ru/slide/245490/>.
10. Сайт Лобойківської ЗОШ: <http://lobtim.ucoz.ua/>.
11. Презентація про сучасну шкільну газету: <http://festival.1september.ru/articles/614945/>.
12. Один з найкращих російських сайтів 2012 р.: <http://фмл.рф/>.
13. Сайт одного класу: <http://www.klassb.ru/>.
14. Перша міська гімназія, Черкаси: <http://www.fcg.ck.ua/>.

15. Квакерська школа: <http://www.georgeschool.org/>.
16. Школа в Сан-Франциско, США: <http://www.urbanschool.org/>.
17. Мультимедійні колажі: <http://www.photovisi.com/>.
18. Фотоколажі: <http://newhive.com/>.
19. Фотоколажі: <http://www.picture2life.com/Apps/Mask/>.
20. Мультфільми: <http://goanimate.com/>.
21. Мультфільми: <http://www.xtranormal.com/>.
22. Онлайнкарти: <http://www.zeemaps.com/>.
23. Інфографіка: <http://infogr.am/>.
24. <http://www.wordle.net/> – хмари слів, аналіз текстів.
25. Мультимедійні проекти: <http://animoto.com/>.
26. Хроніки подій: <http://www.timetoast.com/>.
27. Схеми та діаграми: <http://www.glify.com/>.
28. Медіаосвіта: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/10549>.
29. Нове в медіа: <http://www.redactor.in.ua/>.
30. Медіа для юних читачів: <http://www.wan-ifra.org/microsites/young-readers>.
31. Нове в медіа: <http://newreporter.org/>.
32. Аналітика сайтів: <http://www.google.com/analytics/>.
33. Колекція інфографіки: <http://vmestoslov.info/category/collection/>.
34. Шрифти для верстки газет: <http://www.paratype.ru/>.
35. Як створити шкільну газету: <http://www.koipkro.kostroma.ru/Sharya/School3>.



17. Джерела інформації

1. Проект «Газета в освіті», реалізований в Росії: <http://edupaper.ru/#/join/>, або
2. «Газета в освіті», Алтапрес, 2006.
3. Справочник журналіста. Н. Г. Богданов, Б. А. Вяземский. – Ленинград, Лениздат, 1964. (
4. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ: Центр вільної преси, 2012. – 352 с.
5. Сайт Всесвітньої Асоціації видавців газет та новин, проєкт «Газета\новини в освіті»: <http://www.wan-ifra.org/articles/2010/12/03/news-in-education-nie>
6. http://www.uapp.org/pub_pr/7119.html.
7. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні»: <http://uazakon.ru/zakon/zakon-o-presse.html>.
8. Закон України «Про видавничу справу»: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/anot/318/97-вр>.
9. Сайт Міністерства юстиції України. Розділ «Реєстрація друкованих ЗМІ»: <http://www.drsvu.gov.ua/show/185>.
10. Гадзинська І. Презентація на тренінгу «Як зробити сучасну шкільну газету».
11. Головченко Г. О. Шкільні газети та інформаційне суспільство: навчальний посібник. – Миколаїв: Іліон, 2011. – 203 с.
12. Закон України «Про освіту»: <http://sgl.io.ua/s116634>.

13. Журналістика та медіа: Довідник / Зігфрід Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойбер, Бернгард Пьорксен / Перекл. з нім. П. Демешко та К. Макеев; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. – К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2011. – 529 с.
14. [https://uk.wikipedia.org/wiki/ Рубрика_\(ініціал\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Рубрика_(ініціал)).
15. Зезина Н. А. Как создать современную школьную газету: www.koipkro.kostroma.ru/.../Как%20создать%20современную%20школьную%20газету.
16. <http://www.spxak.ru/s017/064/1.htm> – про програми для верстки.
17. Желтоножская М. Тренинг по дизайну и верстке газет.
18. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Репортаж>.
19. Медіаграмотність: Підручник для вчителя / Сінді Шейбе, Фейз Рогоу/ Перекл. з англ. С. Дьома; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. – К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. – 319 с.



Про автора

Сергій Чернявський – медіатренингер. Закінчив Інститут всесвітнього банку, за фахом консультант менеджменту друкованих ЗМІ. З 2004 по 2006 рік керував журналом «5 балів», який двічі визнавали найкращим молодіжним журналом України. Працював директором з маркетингу і збуту в «Газеті по-київськи», виконавчим директором «Авізо». Голова наглядової ради газети «Зоря» і газети для молоді та студентів «Залік», яка виходить в Дніпропетровській області.



Член ради директорів Української асоціації видавців періодичної преси. Один із співавторів щорічного звіту від України для WAN / IFRA до збірки «Світові тенденції преси».



Замість післямови

Хочу висловити величезну вдячність Академії української преси та особисто Оксані Волошенюк за можливість попрацювати над цим модулем.

У роботі над модулем мені допомагали Марина Осюхіна, Альона Дрига (розділ з соціальних мереж). Щиро дякую Марині Желтонозькій, без якої розділ з дизайну і верстки був би неповний і короткий, і Оксані Волошенюк, яка допомогла підготувати розділ «Газета в освіті». Спасибі вам за допомогу!

Успіхів вам, колеги, у створенні шкільної газети і терпіння!

Навчальний модуль
Як створити сучасну шкільну газету

Сергій Чернявський

Редактори-упорядники: *Оксана Волошенюк, Валерій Іванов*
Літературний редактор: *Олександр Телемко*
Верстка: *Євген Цимбаленко*

Підписано до друку 16.10.2014 р. Формат 60x84/16.
Гарнітура Minion Pro. Папір офсетний. Друк офсетний.
Обл.-вид. арк. 2,1. Ум.-друк. арк. 4,7. Наклад 1000 прим. Зам. № ____

Віддруковано в друкарні ФОП ПАЛИВОДА А.В.
03061, м. Київ, пр-т Відрадний, 95/Е
тел./факс (044) 351 21 90