

# **ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ РЕДАКЦИОННОГО КОЛЛЕКТИВА**

**Системность, ритмичность,  
цикличность**

*Доц. С.П. Суворова*

# ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ РЕДАКЦИОННОГО КОЛЛЕКТИВА

- Основные направления функционирования редакционного коллектива;
- Системность, ритмичность и цикличность выпуска газеты;
- Массовая работа редакции, ее формы и методы;
- Газетная кампания.

# ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ

## Общие условия функционирования

- Целью управления редакционным коллективом является его оптимальное функционирование, достижение такого уровня деятельности, при котором можно успешно выполнять все стоящие перед ним задачи.
- Для этого необходимо обеспечить некоторые общие условия: **непрерывность управления, его комплексность и системность.**
- Редакция сумеет успешно действовать только в том случае, если в ней будет обеспечена непрерывность потока информации во всех направлениях, ко всем ее подразделениям и сотрудникам. Информация нужна как для оценки положения и принятия решений руководителями коллектива и его подразделений, так и для выполнения этих решений журналистами и другими сотрудниками.

# ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ

## Общие условия функционирования

- Столь же важно и формирование в коллективе **оптимального социально-психологического климата**. Когда перед каждым открываются широкие возможности для творческого роста и развития своих способностей. Когда в коллективе свободно идет обмен профессиональным опытом, инициатива сотрудников получает одобрение и поддержку, а их работа – справедливую оценку руководства. И конечно, когда каждый работник получает полноценную материальную компенсацию своего труда и уверен в своем будущем.
- Формирование и поддержание такого социально-психологического климата в редакционном коллективе во многом, как уже говорилось, зависят от стиля руководства и управления, которым пользуются его руководители.

# Эффективность функционирования редакционного коллектива

- О конечных результатах работы редакции можно судить лишь по прошествии определенного времени, иногда значительного – месяцев, иногда и более.
- Поэтому изучение эффективности функционирования редакционного коллектива – одно из важнейших условий обеспечения ее достаточно высокого уровня. О своевременности, оперативности и актуальности выступлений газеты, о ее популярности у читателей и влиянии на них можно судить по их откликам на публикации журналистов – в письмах в редакцию, высказываниях по телефону и интернету или на встречах с сотрудниками редакции. Дополнительную информацию могут дать и социологические исследования аудитории – опросы читателей, их анкетирование и т.п.

# Эффективность функционирования редакционного коллектива

- Самый важный показатель эффективности работы редакции это **экономические результаты – уровень ее доходов и прибыли, получаемых в ходе конкурентной борьбы на рынке периодических изданий.**
- Информация, получаемая в итоге такого изучения эффективности работы редакционного коллектива, – предпосылка его самоконтроля и самокорректировки. Такой самоконтроль возможен лишь при непрерывном сравнении намеченного, запланированного и сделанного, при постоянном анализе действий всех сотрудников редакции. Он предоставляет руководству редакции возможности для самокорректировки – улучшения процесса функционирования коллектива.

# Особенности функционирования коллектива.

## Системность

- Выполнение задач, стоящих перед редакцией, во многом зависит от знания закономерностей и особенностей функционирования ее коллектива.
- Первая из этих особенностей – **системность функционирования коллектива.**
- Его звенья, элементы образуют систему, где все находится во взаимозависимости. Выход из строя или просто сбой какого-либо элемента – плохая работа одного из творческих отделов или технической службы – немедленно сказывается на деятельности всего коллектива, может привести к снижению уровня периодического издания. Ухудшается освещение одного из важных тематических направлений газеты – снижается ее популярность. Недочеты в организации работы корректорской или компьютерного центра быстро скажутся на подготовке и выпуске издания, могут привести к задержке подписания полос к печати, к срыву графика производства номера.

# Системность

- Даже недостатки работы какого-либо одного журналиста или слишком долгое его отсутствие в редакции, например по болезни, отрицательно сказываются на деятельности всего коллектива.
- Чтобы не допустить нарушения ритма в выходе на газетные полосы рубрик, которые ведет этот журналист, руководству придется оперативно принимать организационные меры: давать дополнительные задания другим сотрудникам, перестраивать план работы отдела и т.п. Нагрузка коллег этого журналиста возрастает.
- Чтобы обеспечить четкое функционирование редакционной системы, руководителям коллектива полезно предусмотреть возможность взаимозаменяемости сотрудников.

# Особенности функционирования коллектива.

## Ритмичность

- Для деятельности любой редакции характерна **ритмичность**.
- В связи с тем, что выпуск газеты производится с определенной периодичностью, через равные интервалы – день, неделю и т.п., работа редакционного коллектива проходит **в определенном ритме**.
- Ритмичность означает, **во-первых**, производство всех операций, связанных с подготовкой и выпуском периодического издания, в строгой, заранее обусловленной последовательности.
- **Во-вторых**, производство каждой операции в определенное время, к установленному сроку.
- И, наконец, **в-третьих**, повторяемость этих операций в определенный период, известный всему коллективу и прежде всего работникам, производящим данную операцию. Это означает, например, что журналисты отделов газетной редакции перед сдачей материалов для очередного номера редактируют их, определяют объем и затем сдают к установленному сроку, а потом - на верстку и т.п.

# Ритмичность. Модель работы

## редакции

- **Неизменный и ровный ритм** — свидетельство четкой работы всего коллектива. Обеспечить его можно, лишь добившись ритмичной деятельности всех подразделений редакции. Забота о поддержании в коллективе делового ритма – важная обязанность его руководителей, прежде всего ответственного секретаря.
- Одна из предпосылок и условий обеспечения такой ритмичности – **моделирование работы коллектива.**
- **Модель работы редакции и каждого ее подразделения** – в форме **сетевого графика или описания** – основа всех практических мероприятий, направленных на обеспечение ритмичности редакционной деятельности. В каждом коллективе – свой ритм работы. Он зависит от многих объективных и субъективных факторов – от периодичности выхода издания, его объема, величины редакции, профессионального мастерства ее сотрудников и др. Но, установив в коллективе определенный деловой ритм, надо его выдерживать.

# Особенности функционирования коллектива.

## Цикличность

- Ритмичность редакционной деятельности непосредственно связана с ее **цикличностью** – третьей особенностью функционирования коллектива редакции.
- **Работа любой редакции образует четкие циклы.** Они повторяют друг друга. Каждый из них обычно состоит из двух частей – **подготовка номера и его выпуск.**
- В свою очередь каждая из этих частей состоит из нескольких элементов. Так, в подготовку номера входят сбор информации, ее обработка, формирование номера. Процесс выпуска номера также расчленен на несколько основных, повторяющихся этапов.
- Подобная цикличность определяет всю жизнь редакции: на том или ином этапе цикла внимание журналистов и технических сотрудников последовательно сосредоточивается на очередной задаче – **на сборе информации или ее обработке, на формировании номера или его выпуске.** Следствием этого являются и определенные особенности организации труда работников редакции, связанные с необходимостью быстрого переключения внимания с одной частной цели на другую.

# Цикличность

- Особенности функционирования редакционного коллектива определяются и иными циклами – **месячными, квартальными, годовыми**. Это связано с особенностями жизни нашего общества в области политики, экономики и культуры в разное время года, а также с существованием определенных сезонов, специфических периодов, когда деятельность в различных областях экономики или культуры и соответственно ее освещение в периодической печати сосредоточивается на достижении определенных целей.
- Например, летом на страницы городских газет выходят материалы, освещающие развитие туризма и других форм организации отдыха читателей. Каждый год в мае, июне, июле на страницах изданий, выходящих в крупных городах, появляются рубрики, связанные с профориентацией молодежи, – в это время миллионы выпускников средних школ выбирают свой путь в будущее. Годовой цикл деятельности редакций складывается в процессе повторяющейся смены ряда важнейших тематических направлений публикаций в их газетах.

# ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

- **Системность, ритмичность и цикличность** определяют характер функционирования редакционного коллектива. Сама же его деятельность сосредоточена на нескольких важнейших направлениях: сбор, переработка, хранение и использование информации, подготовка и выпуск номера периодического издания, формирование актива и работа с внештатными авторами, организационно-массовая работа. Все эти направления образуют в рамках редакции систему различных видов журналистской деятельности. Ее элементы взаимосвязаны, взаимообусловлены. Место и роль каждого из этих направлений определяются типом периодического издания, спецификой его целевой аудитории, особенностями коллектива, который его выпускает, и задачами, поставленными перед ним его руководителями.

# Сбор, переработка, хранение и использование информации

- Без определенного объема информации невозможен выпуск печатного периодического издания. Ее запасы в редакции должны непрерывно пополняться – ведь ее непрерывно используют журналисты в процессе подготовки и выпуска газеты.
- **Сбор информации** работниками редакции производится с самыми разными целями. Она необходима журналистам для их повседневной работы – подготовки заметок, статей, корреспонденции и других материалов, которые должны быть опубликованы в очередном номере издания.

# Сбор, переработка, хранение и использование информации

- Лишь информация о том, как восприняты выступления периодического издания его аудиторией – отдельными лицами и коллективами, руководителями государственных органов, общественных организаций, фирм и предприятий дает журналистам данные, необходимые для самоанализа и самоконтроля. Информация требуется всем работникам редакции для правильной ориентации в конкретной обстановке – в сегодняшней политической и экономической ситуации, для знания общественного мнения, интересов и запросов читателей.
- Особое значение получает информация о положении газеты на информационном рынке, о ее конкурентоспособности, **состоянии экономической базы** – от этого во многом зависит ее существование.

# **Сбор, переработка, хранение и использование информации**

Чтобы собрать информацию, достаточную для работы редакционного коллектива, требуется использовать все ее источники. Условно можно разделить их на две части:

- **Источники, находящиеся вне редакционного коллектива,**
- **Источники, имеющиеся в самой редакции.**

# Источники информации

- **Источником официальной информации являются государственные органы – Президент РФ и его администрация, правительство страны, ее парламент – Государственная Дума и Совет Федерации, органы судебной власти – Конституционный и Верховный суд.**
- **Эту информацию редакции могут получить от пресс-секретарей и пресс-атташе соответствующих органов или их руководителей в виде документов – новых законов или законопроектов, указов или решений, на пресс-конференциях и релизах, в пресс-службах соответствующих органов. Ее доставляют в редакцию и журналисты, аккредитованные при различных органах и организациях, берущие интервью у политических деятелей.**

# Источники информации

- К официальной информации присоединяются также данные, которые распространяют государственные информационные агентства ТАСС и РИА-Новости и крупнейшие коммерческие агентства – Интерфакс и др.
- В редакциях разного типа и уровня такая информация играет разную роль. Для местных, региональных газет они становятся основным источником информации о событиях, происходящих в других районах нашей страны и за ее рубежами. В редакциях общенациональных изданий материалы информационных агентств дополняют информацию, полученную из других источников. Однако для специализированных изданий, например деловых или спортивных газет, важнейшее значение имеют материалы агентств, специализирующихся на сообщении соответствующей деловой, финансовой или спортивной информации.

# Источники информации

- Разнообразную информацию дает редакции её актив – **информаторы, внештатные корреспонденты, эксперты/консультанты, блогеры, читатели.** Они являются участниками или свидетелями многих важных событий, о которых сообщают в редакцию.
- Важный источник информации для редакции – **ее собственные штатные корреспонденты (собственные корреспонденты), работающие вдали от газеты.** Они регулярно передают сообщения о событиях, происходящих в регионах, которые обслуживают, о ситуациях, возникающих в разных отраслях местной экономики. Особенно велико значение этого источника информации в крупных редакциях, имеющих разветвленную собкоровскую сеть.

# Сбор, переработка, хранение и использование информации

- Значительная часть информации, поступающей в редакцию, сразу же подвергается переработке журналистами и используется в очередном номере газеты. Цель этой переработки, в результате которой в газете публикуют журналистскую информацию: обеспечение оперативности ее поступления к потребителям, облегчение ее восприятия и использования читателями. Однако остальная часть информации, поступившей в редакцию из разных источников, остается и хранится неопределенное время – до сохранения ее актуальности и возможности ее использования в каком-либо номере издания или же в процессе подготовки каким-либо сотрудником редакции своего материала.
- В редакции хранят не только текстовую, но и визуальную информацию, досье, справочную информацию и пр.

# Структура информационных ресурсов

Источники	Ресурсное расширение
Учреждения	Органы власти и другие государственные институты; предприятия и учреждения экономической сферы; научные институты; социологические службы
Общественные организации	Независимые негосударственные объединения граждан во всех сферах деятельности
Справочно-информационные системы	Интернет, СМИ, архивы, библиотеки, фонотеки, базы данных, справочники, энциклопедии, каталоги
Интернет-среда	Социальные сети, форумы СМИ, блоги, микроблоги и т.д.
Специальные мероприятия	Выставки, круглые столы, научные конференции, семинары, форумы
Частные лица	«Собственные контакты»: информаторы и эксперты; участники и очевидцы событий
Личный круг общения	Профессиональный круг; друзья, родственники, частные коммуникативные среды
Окружающая среда	Природа, место действия, среда обитания и проживания, культурно-бытовые условия, транспорт и пр.

# ОРГАНИЗАЦИОННО-МАССОВАЯ РАБОТА РЕДАКЦИИ

Под **организационно-массовой работой** мы понимаем систему организационных мероприятий, целью которых является расширение и укрепление связей редакции с аудиторией газеты и авторским активом (С.М.Гуревич).

- встречи за «круглым столом» с представителями определенных профессий, проведение всевозможных конкурсов (на лучшее фото, статью и пр. при ограниченности финансовых и рабочих ресурсов).
- общественная приемная, деловой клуб, фестиваль газеты и т.д.
- организация при редакции литературной студии с последующей публикацией литературных страниц, подготовленных ее участниками –поэтами и прозаиками.

# Работа с письмами читателей

- Работа с письмами читателей (обычными и электронными) непосредственно связана с массовой работой редакции.
- В каждом редакционном коллективе целесообразно продумать свою систему различных форм и методов использования писем читателей – как публикуемых, так и непубликуемых, в соответствии с возможностями редакции и спецификой периодического издания.

# ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ РЕДАКЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

## Газетная акция

- **Газетная акция** – одна из форм организации редакционной деятельности, подразумевающее кооперирование, объединение усилий нескольких журналистов или подразделений редакции.
- Это объединение происходит, прежде всего, в процессе планирования работы коллектива, постановки задач его творческих отделов, технических и коммерческих служб и последующего определения индивидуальных заданий журналистов и других сотрудников редакции.
- Под «газетной акцией» понимают коллективные действия нескольких журналистов или творческих подразделений редакции, направленные на достижение единой достаточно крупной цели.

# Газетная акция

- **Газетные акции** могут иметь **общий или частный характер**. В последнем случае цель акции – проведение какого-либо организационного мероприятия. Примером может служить написание отчета о праздничной демонстрации, репортажа о народном гулянии или о спортивных состязаниях на очередной олимпиаде. Как правило, такие отчеты и репортажи готовит группа в составе нескольких репортеров.
- Для проведения редакционной/газетной акции могут объединяться и два-три журналиста. Частные акции помогают организовать работу лишь нескольких журналистов или небольшого подразделения редакции.
- Распространенная форма такой акции – подготовка тематической или целевой полосы журналистами творческого отдела.
- Несравненно большее значение имеют общие акции. Нередко они определяют деятельность всего коллектива или большей его части. В их ходе перед редакцией встают крупные задачи. К таким акциям относятся **кампания и обсуждение**.

# ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ РЕДАКЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

## Газетная кампания

- **Кампания** – это комплекс публикаций и организационных мероприятий редакции, посвященных одной общезначимой проблеме или актуальной теме.
- **Цель кампании** – вовлечение читателей в решение этой проблемы или в обсуждение этой темы. Это важнейшая форма коллективной акции в любой редакции. Одновременно это один из главных методов организации деятельности редакции и вместе с тем организации материалов в периодическом издании. Редакция всегда ведет какую-либо кампанию, а нередко и несколько одновременно: одну – главную, другую – на втором, не столь важном направлении.

# Газетная кампания

- **Кампания** охватывает длительный период – от нескольких недель до нескольких месяцев и дольше.
- Тип, характер и длительность кампании определяются ее **целью**. Политические газетные кампании, связанные с важными событиями в политической жизни страны и общества – выборами президента, депутатов Государственной Думы или мэра крупного города, обычно продолжаются длительное время.
- Столь же продолжительной может быть и экономическая кампания, посвященная, например, изменению налоговой системы в стране.

# Газетная кампания

- Поскольку проведение кампании определяет деятельность всей редакции или значительной ее части, в подготовку, планирование, организацию и подведение итогов этого мероприятия включается все руководство коллектива.
- В редакции создается группа, разрабатывающая план кампании, определяющая её этапы, время и характер кульминации, формы завершения, предлагающая рубрику кампании и, главное, роль разных отделов и других подразделений коллектива в ее проведении. Редколлегия или редакторат обсуждает этот план и затем контролирует его реализацию.

# ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ РЕДАКЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

## Обсуждение

- Другая форма масштабной редакционной акции – **обсуждение**. Оно имеет много общего с кампанией. Оно также может продолжаться длительное время. Поводом для него обычно служит обнародование какого-либо важного законопроекта или другого документа. Оно дает возможность выяснить отношение читательской аудитории печатного издания к новому проекту и повлиять на формирование общественного мнения. Часто такое обсуждение проводится в ходе газетной кампании, составляет ее неотъемлемую часть.
- И все же они различаются своими целями: если у кампании это постановка актуальной проблемы, поиск путей и средств ее решения, то **цель обсуждения – выяснение и формирование общественного мнения.**

# Обсуждение

- Эффективность кампании или обсуждения повышается, если в их проведение включаются несколько редакций различных средств массовой информации – газет, телевидения и радио. Обычно их руководители согласовывают план своих действий и ведут такую совместную кампанию к достижению общей цели.
- Все направления деятельности редакционного коллектива нацелены на главное – на подготовку и выпуск номеров периодического издания. Поиск, сбор, хранение и использование информации, проведение коллективных акций редакции, ее работа с читателями – формирование ее актива, массовая деятельность и работа с редакционной почтой необходимы лишь для того, чтобы обеспечить оптимальное функционирование редакционной системы, безотказную деятельность всех ее элементов, ритмичный выпуск газет.

# Литература:

1. Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра. -- М., 2004
2. Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ. – М., 2004

**Спасибо за внимание!**