

Медиаволонтерство в школе

Гризлюк Л.В., член Союза журналистов РФ, член правления Сургутской городской организации журналистов, доцент филфака СурГПУ

- Медиа волонтер – это человек, который использует свой фотоаппарат, диктофон, камеру или свои литературные навыки, чтобы рассказать о том, чем занимаются люди, которые жертвуют свое время на общественно значимое дело

Медиаволонтер

- Медиаволонтеры обеспечивают информационную поддержку.
- В России медиаволонтерство стало набирать обороты в последние два-три года: в 2018 году был принят Федеральный закон, который установил официальный статус тех, кто безвозмездно помогает организовывать и проводить мероприятия, в том числе такие крупные, как «Бессмертный полк» или Чемпионат мира по футболу 2018.

Что это?

- формирование общественного мнения.
- информирование.
- сопротивление правительственному контролю.
- исследование мира бизнеса и сферы потребления.
- облегчение жизни страдающих
- тревожить удобно устроившихся.
- предоставление голоса тем, кто лишен возможности быть услышанным.
- держать зеркало у лица общества.

Задачи и цели журналистики

- В России есть даже пособие для медиаволонтеров:

<https://mosvolonter.ru/biblioteka/%D0%9D%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D0%BD%D0%B8%D0%B3%D0%B0%20%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0%D0%B2%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B0.pdf>

Как это делается?

- Тексты медиаволонтеров должны быть созданы по журналистским правилам, ведь это фактически тоже новости.
- Нужно знать правила создания материалов, чтобы люди с удовольствием знакомились с текстами.

Медиаволонтерство и журналистика

- **Информация** – это вся совокупность сведений вербального и невербального характера, которые несет журналистика в аудиторию. Это единственное, чем располагает журналист для того, чтобы влиять на общество (для достижения своих целей). Для наибольшей близости цели существует жанр.
- **Жанр** – это исторически сложившаяся устойчивая форма внутренней организации мысли журналиста. Это образец многовекового опыта журналистов.

Нужны информация и жанр

- Информационные;
- Аналитические;
- Художественно-публицистические.

Жанры

- Информация обработанная может дать большой эффект, резонанс, успех.
- *Информация* – это товар, причем самый дорогой. Чтобы продать, нужны потребительские качества. Нужно четко знать аудиторию: тезаурус и ментальность (копилка знаний и образ мысли).

***Соотношение информации
и жанра***

- личные контакты (обязательно поздравлять знакомых с днем рождения);
- политики (с ними лучше знакомиться в предвыборную пору);
- официальные доклады;
- "группы давления";
- скандальные адвокаты;
- правозащитные организации;
- пресс-службы;
- научные отчеты;
- пресса;
- частные объявления;
- наблюдения;
- юбилейные даты;
- проекция на местную почву сообщений центральных СМИ;
- случай;
- информационные агентства;
- календари и справочники (до 80 % информации имеют календарную привязку);
- другие СМИ;
- ньюсмейкер, стрингер (часто продают права на информацию, отказываясь от авторских прав);
- зрители, читатели, слушатели;
- собственная информация.

Источники информации

- – тот, кто распространяет слухи или сам приходит в редакцию. Прежде, чем работать с этой информацией, надо выяснить мотивы. Должно быть недоверие к некомпетентным источникам. Настаивайте на получении документов. В случае сомнений - ищите новые источники. Не попадайте под обаяние эмоционального источника. Никогда не платите за информацию (кроме случаев, когда получаете информацию первым). Опасайтесь призывов к благоразумию. Давайте возможность всем высказаться.

Подозрительные источники

- К журналистам предъявляются жанровые требования (связано с необходимостью оплаты труда).
- уровень подсознания – фиксация (заметка).
- описание (репортаж и зарисовка).
- определение сущности (корреспонденция).
- классификация (статья, обозрение).
- моделирование (когда уже много сведений: очерк, рецензия, фельетон).

Жанровые требования

- Выбор жанра обусловлен материалом, который в руках у журналиста, целевой установкой (что хотим сказать) и субъективными качествами (что журналист умеет делать лучше).
- Решение о выборе жанра кроется в способе кодирования информации в разных каналах СМИ.
- Предмет, методы, функции жанра одинаковы в печати и электронных СМИ.

Выбор жанра

- Представляют событийную картину мира.
- Всегда есть *информационный повод*. Для новостной журналистики – факт (лат. – "сделанное, достоверное", что действительно имеет место). Факт журналистский – это твердое знание о том, что реально существует в мире. В группу входят:
- заметка (+хроника);
- интервью;
- репортаж;
- отчет;
- зарисовка.

Информационные жанры



Информационный пакет

Факт самоценен, комментарий минимален. Теория 6W: *Кто? Что? Где? Когда? Как? и Почему?* Наличие информационного повода, ссылок на источник. Свойственна лаконичность, новизна. Основные части речи: существительное и глагол совершенного вида прошедшего времени. Минимум выразительных средств. Композиции бывают равномерной нагрузки, убывающего и возрастающего интереса (инверсионные). Много собственных имен, цифр, терминов. Заметка ретроспективы ("возвращение в прошлое") и фьючерстная (заострение на деталях). Тональность чаще всего нейтральная, без оценочной лексики. Бывает субъективная и ироничная оценка. Заметки объединяются в подборки по временному, логическому, географическому или иному факторам.

Корреспонденция (АНАЛИТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ) – те же жанровые признаки.

Заметка

- Ответ на вопрос **Что произошло?**
Информационный повод для будущей заметки.

Хроника

Жанровый признак – диалог (англ. - "беседа"). Это **и способ и жанр**.

Способ – получение информации от других лиц, жанр – наглядный процесс добывания информации.

Часто говорят, что интервью – это событие, которое журналист сочинил сам (придумал тему, обстановку, вопросы). Чаще всего – в результате личной встречи, иногда – "интервью, которого не было" (Internet). Бывает диалог и монолог. Может быть информативное, экспертное, портретное (необходимо сохранить речевые характеристики). Требуется тщательной подготовки. **Опрос и анкетирование** – групповые интервью.

Может быть компетентным и некомпетентным. Портрет, мозаика (несколько собеседников), информационное и аналитическое. Важна подача материала. Используются мемуары, заметки на полях, исторические справки, досье, водки, отступления. Украшают интервью элементы репортажа. Логика может быть ассоциативной. Членение на главы большого интервью (цитаты, ноты, хронология). Окончание разговора: *"Может я не спросила вас о чем-то, что вы хотели сказать?"*. Надо попросить документы.

Интервью требует тщательной подготовки перед выпуском (в материал не все идет). В интервью вопросы могут корректироваться, но менять их нельзя.

Интервью

- Последовательное во времени описательное событие – факт в динамике. Общественно-значимое событие. "Как это происходило". Редко – сенсация (новость, которая значительно превышает ожидания).

Виды:

- событийный;
- "Тихий" ("что вижу – то пою");
- проблемный (репортаж-расследование, специальный репортаж).
- Репортаж называют импрессионистским жанром, так как это мир глазами журналиста. Журналист – очевидец и участник события, должен создать эффект присутствия

Репортаж

- Событийность, эффект присутствия. Местоимения первого лица, настоящее время глаголов, элементы юмора, видимость того, что событие происходит в момент рассказа, односоставные и безличные предложения. Должна чувствоваться динамика. Репортаж должен содержать прямую речь, характеризующую его героев.
- Аналитический репортаж – совокупность аналитических и событийных кусков.
- Репортаж-юмореска и путевые заметки.
- В ТВ-репортаже точность, справедливость и сбалансированность отражения события ценятся больше, чем оперативность, сенсация и умение подать материал.
- Вводка (предыстория), композиционными элементами могут также быть диалоги, зарисовки, собственные впечатления журналиста. Больше возможности высказывания мнения (проявления индивидуальности).

Особенности репортажа

Очень близок к репортажу, но не дает динамику. Чаще – псевдособытие (заседание). Может быть информационным, аналитическим, стенографическим. Пересказ реплик, косвенной речи, мнений, решений.

Отчет

- Лаконичное сообщение в эскизной манере о человеке, о событии, социальном явлении, предмете. Бывает портретная, событийная, социографическая. Зарисовку называют мамой очерка. Близка по объему к заметке, но по средствам тяготеет к художественным жанрам.
- Журналист может выступить **комментатором**, если речь идет об общечеловеческих проблемах (закон о животных, здоровье президента), или если он ведет свою тему.

Зарисовка

Документальные вставки (письма, стенограммы, документы и цитаты из них) очень украшают интервью и корреспонденцию.

Подводка в речи ведущего – свободная информация, ассоциативная (связки, переходы) и информационная. Отводка – это резюме, вывод, мораль, реакция ведущего на событие. Они могут быть сочувственными, ироничными.

Анонсы – то же, что promotion.

- Это хорошая информационная пропаганда ("*смотрите нас тогда-то*");
- Цитата из будущей программы (можно сказать за кадром, а можно написать);
- Набор кадров (видеоряд с закадровой начиткой).

Внимание: Нельзя использовать один и тот же кадр дважды, если это не специальный прием.

●
Дополнительная информация

Печатные издания:

- несколько "гвоздевых" номеров разных газет;
- все материалы одной газеты;
- тема, освещаемая всеми газетами.

Обзор

- *стендап;*
- *хрипушка (телефонный разговор);*
- *синхрон;*
- *закадровая начитка;*
- *эффекты прямого включения.*

Способы передачи информации
ТВ

- Может быть передано в эфир как новость или войти в сообщение, репортаж, комментарий. Может быть самостоятельным жанром. Аудитории предлагается не результат, а процесс. *В газете – что?, на радио + как сказано?* Может быть интервью о факте, мнение, портрет и мозаика. Вопросы и ответы находятся в коммуникативном процессе, обращенном к третьему лицу – слушателю.
- Часто употребляется телефонное интервью. Сложность – отсутствие невербальной коммуникации. Если журналист прерывает партнера, то это усложняет восприятие телефонного интервью слушателем. Надо перебивать быстро и решительно при передышке собеседника и во время паузы в речи. Можно перед началом попросить собеседника говорить кратко. Не задавать два вопроса сразу. Не ставить провокационные вопросы. Не доставать сразу диктофон.

Радиоинтервью

- Событие запланировано.
- Можно добраться до места, пока событие длится.
- Случай.
- Репортаж с места события.
- Субъективная форма изложения. Может быть выстроенный и оригинальный. Включает официальное заявление, короткое интервью, беседу, хронологию, портрет, короткий комментарий, замечание, описание. Необходимы сообразительность, быстрота реакции, умение спонтанно выразить в своей речи увиденное. Конкретность.
- Спортивный репортаж. Должен быть объективен. Простым языком – сложные вещи. Говорить без штампов, использовать наблюдения и сравнения. Чередование комментариев и описания, темпа и тона, крупности планов, не стоять посреди толпы во время репортажа.

Радиорепортаж

- Утро. Всесторонний спектр мнений. Цитаты (краткость, выразительность, содержательность). Предварительное краткое изложение тем обзора. Исходный материал – газеты и комментарии информационных агентств.

Радиообзор

- Разминка, подготовка к повторным вопросам, не задавать провокационных вопросов, не более одного вопроса за раз, дать возможность высказаться.
- Не позволять уходить от ответов: повторять вопросы, использовать молчание.
- Избегать закрытых вопросов, вопросы должны быть ясные.
- Помочь собеседнику хорошо выглядеть. Предупредить о телодвижениях (нельзя постоянно кивать головой, наклоняться к микрофону, говорить со жвачкой, не следует говорить тихо и невнятно, отворачиваться от камеры, пользоваться жаргоном).
- Брать интервью по отдельности. Не спрашивать: *"Хотите, чтобы Вас показали по телевизору?"*.

ТВ-интервью

- Соблюдение общественных интересов, точные факты, ясность, авторский комментарий должен быть строго организованным. Понятные слова, четкая артикуляция, темпоритм должен позволять следить за содержанием, соответствующая интонация. Звуковой ряд и картинка должны усиливать содержание. Важен видеомонтаж. Репортер должен уметь работать с оператором.
- "С места события" (экстренная новость). Установочный план, крупный план, перебивки, детали, панорамы, интервью с участниками, ключевой момент, заключительный кадр.

ТВ-репортаж

Освещает причинно-следственные связи между событиями, говорит о возможных последствиях происходящего.

Основа – авторская оценка-анализ.

Комментарий

При переезде воинской части на танках через мост на реке Обь возникли резонансные колебания и мост обрушился.

Найдите максимум информации по теме и «разыграйте» новость.

Игра «Новость дня»

- Показывают неочевидные глубинные процессы, которые кроются за событийной картиной мира. Популярны и востребованы, так как заставляют задуматься о чем-то и предлагают решение проблем. К СМИ обращаются не только, чтобы узнать новость, но и чтобы поразмышлять.

Виды:

- Корреспонденция;
- Статья;
- Обзорение.

Аналитические жанры

- Факты являются объектом анализа (от частного к общему). Один из наиболее частотных и старых жанров (появился в середине XVIII века).
Основоположники: Энгельгард, Короленко, Горький. Главная задача – определить сущность явления на основе анализа. Рассматривает отдельно взятое явление, ограниченное местом и временем. Назначением корреспонденции является либо описание отдельного социального явления, либо выявление причинно-следственных связей внутри этого явления. Бывает постановочная (задача – поставить проблему, если информация новая) и аналитическая (у журналиста должно быть достаточно материала и опыта, чтобы однозначно оценить ситуацию и предложить, как из нее выйти).
- Печатается в рубриках: "Социальное явление", "Подробности", "Школа выживания", "Актуально". В заголовках часто употребляются *Почему?* и *Чему?* Или вопросы выносятся в подзаголовок. В первом абзаце – место и время, иногда – информационный повод.

Корреспонденция

- Случаи постановочной корреспонденции – факты, не решаемые сегодня, по которым нельзя пока точно сказать, хорошо это или плохо. Тут часто информационный повод в середине. Много риторических вопросов и часто констатирующий финал.
- Аналитическая корреспонденция компонует факты:
- Логико-событийная связка (хронология события);
- Ассоциативная связка (показ типичности ситуации);
- Детализация (вся картинка через детали).
- Тема - всегда конкретная реальная ситуация, восходящая к масштабным проблемам общества. Побудительный направляющий характер материала.

Корреспонденция

- Факт в статье является аргументом или контраргументом к позиции автора. Трудный жанр. Автор должен быть предельно компетентен. Проблема глобальна и общезначима. Начинается с концепции автора, с идеи. В командировке корреспондент ищет не факт, а подтверждение своей концепции. Большой объем, масштабность обобщения, глубина (глобальность) выводов. Обращена к явлению или группе явления, которые значимы в обществе. Функции – объяснить читателю значимость явления для общества. В основе статьи лежит идея, концепция автора. Статья – жанр, выражающий развернутую, обстоятельно аргументированную концепцию автора или редакции по поводу актуальной социальной проблемы. Факт – аргумент или контраргумент (статистические сведения, результаты научных исследований, цитаты, ссылки на авторитет). Обязательно должна быть логика. Движение мысли – от общего к частному. Особенности языка: от авторской манеры, от типа издания, от темы, от вида статьи.

Статья

- Проблемная статья – исследовать и ставить на обсуждение, критиковать зло, предлагать пути решения. Посвящена задаче, которую надо решить. Особенности: цикличность, системность, конструктивность (приемлемость), неоднозначность (дискуссионность), вовлечение читателя в дискуссию. Была популярна в 1960е гг. (либо житейские нормы нравственности, либо нравственные идеалы).
- Пропагандистская статья (лат. – "продвижение, распространение"). Задача – давать людям новые знания, влиять на их мировоззрение, влиять таким образом на поступки людей. $\approx \frac{3}{4}$ публикаций в прессе – материалы пропагандистского характера.
- Редакционная статья. Разговор редакции с читателем на важную тему. Чаще всего на первой полосе, компактно.

Статья

- Факт в обозрении является доказательством версии автора, но берется не один сам по себе, а в алгоритме и связке с другими. Серьезный аналитический жанр, который позволяет заметить тенденции в каком-либо явлении или ситуации. Белинский говорил, что обозрение отвечает человеческой потребности, пройдя какой-то путь, оглянуться назад и отдать отчет себе и читателю о пройденном, о перспективах, вскрыть смысл происходящего.

Виды:

- Общее. Речь идет о политике и социальной сфере ("Итоги", "Однако", "Итого").
- Тематическое. Наблюдаются ситуации одной сферы.
- Особое (двойное опосредование фактов). Это обзор писем, печати.

Задача обозрения – рассмотреть, что изменилось за определенный промежуток времени в обществе, какой-то сфере деятельности, настроении отношении. Группирует факты по определенному алгоритму. Надо выносить самую лучшую фразу. Должна быть сквозная тема (или фраза).

Обозрение

Дают образное обобщение действительности. Позволяют просмотреть социальные связи (факт глазами художника). Встречаются значительно реже. Их наличие говорит о качественном уровне СММИ. Отличаются глубиной познания, основательностью обобщения и тщательно обработанной изящной формой.

В художественной публицистике мы видим единство трех начал:

- социологического;
- публицистического (авторского "я");
- художественного.

Образ как эмоционально-просветленная мысль воздействует на аудиторию и значительно расширяет возможности понимания смысла происходящего. Художественная публицистика близка к литературе, но она основана на конкретных фактах, документальна. Это некое насилие над эмоциями и логикой аудитории.

Художественно-публицистические жанры

Виды:

- очерк;
- рецензия;
- фельетон.

**Художественно-
публицистические жанры**

- Публицистический жанр, в образной форме исследующий закономерности социально-нравственного бытия человека.
- Бывает путевой (называется еще синкретичным, так как сочетает элементы разных жанров) и проблемный.
- В качестве разновидности: судебный, портретный (социальный или политический).

Очерк

- (лат. – "отзыв, оценка"). Представляет собой критический отзыв о произведении литературы, искусства, науки (произведение о произведении).
Задачи: просветительская и продвижение.
- Адресована автору произведения и аудитории СМИ.
Требования к критику: любовь к искусству, осведомленность (умение вписывать в контекст) и компетентность.

Рецензия

- (франц. "подвал").
- В группу сатирических жанров входят: фельетон, памфлет, реплика, пародия, эпиграмма. Фельетон представляет собой обличение явления, которое противоречит общепринятым нормам и ценностям (борьба со злом). Способ отражения действительности с целью осмеяния.
- Наличие фельетона в СМИ показывает уровень демократизации общества, уровень смелости и гражданской позиции журналиста.
- Метод фельетона – метод сатирического анализа действительности.
- Фельетонный ход – это игра, которую придумывает автор и затевает с читателем. Свойственна экспрессивная лексика. Часто композиционным элементом становятся анекдоты, афоризмы.

Фельетон

- Эмпирический (сам добывает знания: включенное наблюдение, продолжительное наблюдение, социальный эксперимент);
- Теоретический (знания – выводным путем).

Этапы творчества журналиста

Финал:

- Гипотетический (журналист предполагает, как может пойти развитие события дальше).
- Констатирующий.
- Прогностический (эксперт делает заключение).
- Императивный (призыв к чему-либо, клятва в чем-то).

Как закончить текст

- *Творчество* – создание чего-то нового.
- Три уровня профессии: обученность, умелость, мастерство (свободный полет).
- Константы обучения: Факты, организация мысли, организация текста, литературная работа.

Творчество или ремесло?

- "Лирический герой" (журналист - участник события).
- "Собеседник" (разговор с читателем).
- "Сторонний наблюдатель" (отстраненный взгляд).

**Способы проявления авторского
"я":**

- компетенции общих знаний и интеллектуальных способностей;
- владение приемами сбора информации и подготовки материалов для печатных СМИ (и других форм презентаций), редактирования, дизайна, производства;
- способность использовать технические средства журналистики и овладевать новыми технологиями и инновационными практиками;
- понимание профессиональных правил, в том числе этических;
- владение знаниями, касающимися роли журналистики в обществе, в том числе по истории журналистики, организации СМИ и законам, ограничивающим журналистскую практику;
- знание лучших образцов журналистики.

Компетенция медиаволонтера

Задавайте вопросы

- ▶ © Любовь Гризлюк
- ▶ ©СургПУ, МБОУ «УЛЬТ-Ягунская СОШ», 2020 г.