**Редакционная кухня или как сделать профсоюзную газету?**

Многие из вас выпускают различные профсоюзные газеты и информационные бюллетени, поэтому я решила, что небольшой мастер-класс на тему: Как должно выглядеть информационное издание, пусть даже непрофессиональное, будет полезен. Как и в любом деле, имеющем свою длинную историю, создание газеты имеет свои правила, которые стали традицией.

1. **Формат газеты**

Газеты выпускают в нескольких форматах: А4, А3, А2.

Самый большой формат – А2 (420 x 594 мм) – используется для центральных городских и республиканских газет. («Российская газета»). Обычно в таких изданиях 6-8 колонок.

А3 (297 x 420 мм) – основной газетный формат, в нем выходит большая часть новостных изданий (Вечерняя Казань, Республика Татарстан). Полосы содержат 3-5 колонок.

Формат А4 (210 x 297 мм) отлично подходит для корпоративных, студенческих и профсоюзных изданий. Количество колонок – 2-3.

1. **Название издания**

Название издания помогает сформировать первое впечатление о газете, поэтому очень важно, как называется ваша газета. Название должно быть ярким, запоминающимся и соответствовать профилю. Придумать его дело достаточно непростое, но важное. К сожалению, большинство профсоюзных изданий имеют очень шаблонные названия.

Например, названия, больше похожие на **политические лозунги.** Они достались нам с советских времен. Но сегодня это не совсем уместно.

**Или новостные названия: Вестники и Вести.** Таких профсоюзных газет великое множество, если не сказать большинства. Профсоюзные вестник, например.

Возможно и вы сейчас подумываете о том, чтобы сделать свою газету очередным Вестником. Подумайте еще раз, а потом, если не передумаете, еще. В русском языке тысячи подходящих слов, наверняка найдется и ваше! Речевые штампы тем и сильны — они первые всплывают в памяти, перекрывая простор для воображения.

#### **Англицизмы в названиях корпоративных газет.** Англицизмы давно и прочно обосновались в русском языке. Этот факт сам по себе не может быть хорошим или плохим, языки всегда смешивались и будут смешиваться впредь. Но мы говорим на русском, поэтому лучше, если названия будут понятны всем.

О чем вам говорит слово «YourTube”? Нет, это не популярный видеосервис, а название газеты металлургической компании, выпускающей трубы.

А вот еще несколько реальных примеров: “VIP-times”, “Comstar galaxy”. Все это газеты, издаваемые российскими компаниями для русскоязычной аудитории.

Придумывая название для своего издания, мы должны задать себе вопрос: Поможет ли это название стать ближе к нашим потенциальным читателям?

#### **Названия газет со словом “Время”.** Обычно, когда ничего не придумывается берется слово «время» и к нему добавляется название организации. Получается отличное, но шаблонное название газеты. «Время профсоюза».

Желание издателей быть ближе к аудитории нередко приводит к использованию в названиях газет **местоимений “твой”, “мой”, “наш”** во всех трех родах. Результат выглядит примерно так: “Мой профсоюз». В ряде случаев такие наименования вполне оправданы. Но если в каждом районе появятся «твой, мой и наш профсоюз» - это будет уже перебор.

Так что не торопитесь с названием, хорошенько подумайте!

Многие федеральные газеты оставили свои названия с советских времен: «Московский комсомолец», «Известия». И это оправданно, так как те, кто сменил названия, потеряли свои тиражи. Например, «Комсомолец Татарии» когда сменила название на «Молодежь Татарстана».

**Технические моменты:** Для названия газеты должен быть выбран фирменный шрифт, который не меняется!

1. **Дизайн газеты**

После контента (то есть содержимого) дизайн является самым важным элементом успешной газеты. Результаты исследований показывают, что 80% читателей прежде всего воспринимают общий вид (дизайн, если угодно) полосы, 75% во вторую очередь рассматривают фото, потом заголовки — 56%, подписи к фото и выносы — 29%. При этом основное внимание к текстам — 25%.

Уже по этим цифрам видно, что плохой дизайн, некачественные фотографии, слабые иллюстрации убивают хорошие тексты.

Даже самые прекрасные и сильные материалы, поставленные на полосу без иллюстраций, визуального привлечения внимания — утонут, пройдут мимо читателя.

Дизайн нужен для того, чтобы газету читали. «Мы продаем читателю не вордовский файл, а упакованный продукт. Дизайн — это упаковка, которая должна привлекать внимание. Можно продавать шоколадные конфеты в целлофановых пакетах, а можно — в коробочке с шелковой лентой. Вот разворот газеты «Мой район», получившей «золото» в 2010 году на Всемирном конкурсе новостного дизайна (2 слайда).

Конечно, чаще всего профсоюзная районная газета делается силами 1-2 человек, поэтому делают как умеют. Но все же, я советую обратиться к профессионалу на начальном этапе, чтобы создать шаблоны для верстки, а дальше уже вы будете в нем работать.

1. **Общие правила газетной верстки**

**Главное, на что нужно обратить внимание – единообразие! Это один из главных критериев качественной верстки. Для этого в программе, где верстается газета, создаются свои стили, чтобы верстать было легко.**

**Текст:** Основной текст при газетной верстке набирают удобочитаемыми шрифтами, как правило, с засечками (например, Times New Roman). Такие шрифты с засечками легче воспринимаются, не нужно прилагать особых усилий, чтобы текст прочитать. Кегль шрифта при этом составляет **8-9 пт.**

Никогда не печатайте основной массив текста какими-либо декоративными шрифтами. Начинающие издатели часто повторяют одну и ту же ошибку: увидев красивый шрифт с виньетками, стараются использовать его везде, где только можно. Поверьте, далеко не каждый читатель будет пристально вглядываться в текст, пытаясь разобраться в путанице декоративных деталей, чтобы понять содержание прочитанного. Скорее всего, он просто не дочитает текст до конца.

Основной текст должен быть набран одинаковым шрифтом, недопустимо изменять кегль в разных колонках газеты (Например, где-то 9, где-то 10). За исключением выделений, вставок и лида (первого абзаца).

Очень часто непрофессиональные издатели увеличивают размер (кегль) основного текста, если остается «лишнее» место на полосе, которое нечем занять, и наоборот, уменьшают кегль, когда текст при верстке не входит на полосу. Но решать эту проблему нужно совсем другим способом. Если текст большой, может быть, имеет смысл заверстать его на полторы-две страницы. В таком случае используйте разворот — тогда текст не потеряет свою цельность, читателю не придется листать газету, чтобы найти продолжение.

Если текста не хватает, подумайте, как лучше использовать иллюстрации (рисунки, фотографии). Может быть, имеет смысл найти дополнительную интересную информацию по этой же теме и сделать «врез»? Также текст можно просто сократить! Не бойтесь этого!

Текст разбивается на колонки. Во всей газете необходимо соблюдать одинаковое количество колонок на каждой странице. Возможно сокращение их числа для одной публикации на полосе.

- Строчки текста в находящихся рядом колонках должны находиться строго напротив друг друга.

- Важное требование - одинаковое количество строк в колонках, последние строки выравниваются по одной прямой.

- Типичная ошибка верстки: висячая строка.

- Статья должна начинаться с вводки (лида), который обычно выделяется на фоне основного текста (жирным шрифтом, большим размером кегля). Это второй элемент после заголовка, который цепляет внимание читателя и заставляет прочитать статью. Основное требование к вводной части — это самостоятельность и завершенность ее текста, она подготавливает читателя к восприятию информации. Поэтому она и набирается другим шрифтом и композиционно отделяется от основного текста публикации.

- Важно использовать абзацные отступы. Большой массив текста обязан визуально разделятся, чтобы глаз легко находил начало абзаца и не путался в сплошных строчках. Все абзацные отступы в издании должны быть одинаковые.

- В некоторых непрофессиональных изданиях отсутствуют переносы. Неправильные настройки переноса слов, растягивают строки и создают сильно разреженный текст.

- Переносить слова нужно правильно, нельзя разделять строчками инициалы от фамилии, № от цифры и т.д.

- Используйте в тексте различные вставки, подверстки. Они делают тексты более читабельными. Например, врез в середину текста. Отдельно заверстанный комментарий или справка.

Есть такое понятие, как «воздух». Газетная полоса не должна быть утрамбована сплошным текстом. Воздух создают подверстки, крупные заголовки, большие фотографии.

**Заголовки:**

- Чем больше статья по объему, тем крупнее заголовок. То же самое и относительно значимости заметки.

- Заголовки должны бросаться в глаза или выделяться на фоне основного текста. Желательно иметь два вида - для больших материалов и для помельче.

- Заголовки нужны ко всем материалам на полосе!

- Заголовки могут размещаться на ширину всех колонок, нескольких колонок или одной. Не рекомендуется размещать два заголовка на одном уровне (в соседних колонках). Можно поместить и в середине статьи, не обязательно только в начале!

- Необходимо соблюдать правильное разнесение слов заголовка на разные строки (предлоги не должны отрываться от слов, тесно увязанные словосочетания должны быть в одной строке; в идеале каждая строка должна содержать осмысленный фрагмент текста); считается крайне нежелательным использовать в заголовке переносы.

- Рекомендую к заголовкам использовать подзаголовок. Он украшает полосу.

**Фотографии:**

- Непропорционально сжимать фотографии категорически нельзя. Сплющенные или растянутые лица выглядят ужасно.

- Не ставьте очень мелкие фотографии.

- На полосе должна быть главная фотография. Обычно она относится к основному (главному) материалу, либо сама по себе является главным элементом на странице.

- Если фотография интересная, можно ставить фотофакт. Фотография с небольшой текстовкой.

- Фотографии размещаются на полосе по ширине колонок.

- Обрабатывайте фотографии, прежде чем поставить на полосу. (В фотошопе, хотя бы откадрировать)

- Ко всем фотографиям рекомендуется ставить подпись. Желательно, чтобы она не повторяла текст, а что-то интересное).

- Авторство фотографии можно поставить как в конце материала, так и на самом изображении.

- Обращайте внимание, что изображено на фотографии. Избегайте фото на память, массовых кадров. Самое лучшее – репортажные снимки!

- Фотографии должны быть качественными, лучше оригиналы с фотоаппарата, без пикселей.

- Размещать фотографии и другие «украшательства» между абзацами.

не очень высокого качества газетной бумаги мелкие детали на иллюстрациях (особенно небольших), могут исказиться.

1. **Шапка, колонтитулы, выходные данные**

**Шапка** - это графическое выражение названия газеты. Это лицо газеты, по которому ее узнают читатели. Обычно начертание названия придумывается один раз и потом не изменяется.

Шапка включает в себя: название газеты, обозначение типа издания, может быть лозунг, указание на то, чьим органом является, календарные сведения, порядковый номер, год издания, иногда периодичность, тираж, графические элементы (линейки, рамки, подложки, рисунки и даже иногда фотографии).

Логотип – это своеобразный товарный знак, торговая марка издания. Не случайно большинство известных газет – «Комсомольская правда», «Московский комсомолец», «Правда», «Известия» и др. – не только не сменили названий, но и сохранили рисунок их шрифта.

Каждая газетная полоса (страница), кроме первой, на которой располагается логотип издания, должна иметь **колонтитул.** Колонтитул - графический стандарт оформления каждой газетной полосы, содержащий название издания (уменьшенный его логотип), номер издания и дату выхода, номер страницы (колонцифру). Чаще всего колонтитул располагается вверху газетной полосы. Колонтитул — не просто придумка журналистов, а совершенно необходимый элемент газетной страницы, который несет свою информационную функцию: газетный листок, не имеющий колонтитула, оказавшись в руках читателя без первой страницы (обложки), становится абсолютно анонимным — читателю остается только гадать, что это за газета, когда она издана, являются ли новости, опубликованные в ней, свежими или давно устарели. Уважайте читателя и свой собственный труд. Колонтитул не должен занимать много пространства и сразу бросаться в глаза. Прежде чем приступать к дизайну колонтитула, посмотрите, как делают это солидные российские, республиканские и городские издания.

**Выходные данные** – размещаются обычно внизу по всей ширине последней полосы. Но также могут быть размещены на второй, предпоследней страницах – внизу горизонтально, слева или справа одной вертикальной колонкой.

**Что указывается в выходных сведениях?**

- Название газеты (логотип)

- сообщение об издателе, учредителях

- регистрационный номер и место регистрации

- издательский индекс

- фамилия и инициалы редактора

- состав редакционной коллегии

- адрес редакции, телефоны отделов и другие формы связи

- дни выхода газеты

- тираж

- цена

- информация об издательстве или типографии с указанием адреса

- номер заказа, время подписи в печать по графику и фактическое.

1. **Рубрики, авторство, корректура**

**В газете обязательно должны быть рубрики.** Рубрикация - это способ организации газетного материала по тематическому признаку. В идеале, за каждой рубрикой должно быть закреплено определенное место в газете - страница или часть страницы.

Название рубрик можно позаимствовать в других изданиях (Мой профсоюз, Учительская газета). Можно придумать свои рубрики.

**Авторство:** В идеале у каждого текста в газете должен быть автор. Текст, никем не подписанный, воспринимается как редакционный. Если вы перепечатали текст из другого издания или взяли его в Интернете, укажите источник информации — это будет, по крайней мере, честно. Если используете фотографии из архива – обязательно укажите это…

Если газету делает один человек, как у нас, к сожалению, часто бывает, можно использовать псевдонимы. Или просто указывать автора публикаций в выходных сведениях.

Лучше не использовать инициалы, а писать полностью имя и фамилию.

**Корректура:** Обязательно найдите хорошего корректора. Есть такая пословица «Написанное пером, не вырубишь топором». Если на телевидении ты ошибся, оговорился, это один раз посмотрят и забудут, а то и не расслышат. А если уж ошибка в газете – это документ, будут ходить и трясти им.

Хорошо, если каждый материал будут читать несколько человек: где один пропустил ошибку, другой ее заметит. Корректор должен быть не просто грамотным человеком, но и очень внимательным, придирчивым.

В профессиональных изданиях журналистский материал читается несколько раз. Сначала автором, потом редактором, затем корректором. Когда статью заверстали на полосу ее опять читает редактор, корректор.

Нужно обращать внимание на только на орфографические ошибки, опечатки, но и на стилистику.

1. **Первая полоса**

Особое внимание нужно уделить первой полосе. Первую страницу газетного номера не зря называют его витриной. Здесь помещают самые оперативные и самые важные сообщения. Главная статья выделяется крупным заголовком и фотографией. Хорошо смотрятся большие крупноплановые репортажные фотоснимки, фотопортреты, карикатуры, но не к месту будет, например, фотопейзаж.

Передовица должна привлечь внимание читателя и быть прочитана. Она помещается «на открытие» полосы — сразу же под названием газеты.

На первой странице можно сообщить читателям о содержании номера, для чего нередко используют яркую «афишку». Сообщения о важнейших материалах с указанием страниц, на которых они напечатаны, набирают крупными шрифтами, группируют в одной общей рамке или в нескольких рамках и устанавливают на другом видном месте полосы (рис. 2).

Анонсы должны привлекать внимание: ярки заголовки и расшифровывающие их надписи.

Если газета тонкая, состоит из четырех полос, лучше обойтись без анонсов.

1. **Другие советы:**
2. Не перепечатывайте официальные документы типа постановлений рескома. Лучше напишите информацию об этом.
3. Газетная полоса стоит дорого – не размещайте картинки, лишь бы забить полосу. (Например, логотип на всю полосу. Зачем? Если хотите, чтобы первички использовали эту информацию, тогда сверстайте красивый плакат). Всегда думайте, чтобы информация была полезна вашим читателям.
4. В текстах газеты не нужно указывать год. Дата есть на первой полосе и в колонтитулах.
5. Поздравления с праздниками в газете – вчерашний день. Лучше написать репортаж на эту тему или поставить красивый кадр с подписью.
6. В номере должны быть материалы разных жанров: заметки, репортажи, очерки, интервью. Это делает газету газетой.
7. Есть такое понятие, как холодные полосы и горячие полосы. Как правило внутренние полосы – называют холодными, на них размещаются материалы, которые не быстро устаревают (интервью, очерки, репортажи, консультации и т.д.) Их верстают в первую очередь. Новостные заметки ставят в последний момент, за день-два до того, как вы отдадите газету в печать. Если ваше издание выходит раз в квартал, не ставьте устаревшие новости. Смешно, когда в мартовском выпуске информация про Новый год.
8. Старайтесь правовые колонки делать более доступными и читабельными. Не нужно перепечатывать там статьи законов. Пусть правовой инспектор доступным, человеческим языком ответит на сложный вопрос, чтобы всем было понятно, о чем речь.
9. **Корректорские знаки**

Не зависимо от того что вы делаете - издаете книгу, печатаете брошюру, издаете газету или журнал – вам необходима корректорская правка.

Профессиональные корректоры пользуются корректорскими знаками, это своего рода отдельный язык, который хоть немного нужно знать тем, кто выпускает газету или журнал.

Желательно, чтобы корректор прочитал текст до верстки, чтобы на полосе было меньше исправлений.

## Для чего нужны корректорские знаки? Прежде всего, если корректор использует общепринятые знаки, то у верстальщика не возникнет дополнительных вопросов и работа внесения исправлений будет ускорена. Но очень часто возникают ситуации, когда не хватает общепринятых корректорских знаков или их можно трактовать двусмысленно, в этом случае можно отойти от правил и вносить все пояснения на полях как можно подробней. Всегда надо помнить, что корректуру делают, прежде всего, для исправления ошибок, а не для создания новых "ребусов".

## Как делать корректуру? Самое главное, что бы все исправления корректора были четко видны и разборчивы. Если вы правите черный текст, то всегда используйте красную ручку - наиболее яркую и заметную. Если используете карандаш или темную ручку, то выбирайте их тонкими и яркими.

## Не зависимо, какой корректорский знак вы ставите, рекомендует ставить галочку на полях напротив внесенного исправления, это снизит вероятность пропуска внесенных исправлений.

## Итак, вот основные корректорские знаки:

## Удаление буквы, слова или строки:

# Корректорский знак удаления буквы слова или целого предложения

1. Сокращение текста:



1. Работа с пробелами:



Часто встречающийся тип правки. Обязательно дублируйте его на полях в виде знака либо виде галочек-внимания – этот знак корректорской правки пропустить легче всего.

1. Корректорский знак «абзаца»:



1. Знак «вставки»:



**ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА ПО ГРУППАМ:**

Раздать профсоюзные издания, бумага, маркеры, ножницы, клей.

Задача – представить себя в роли выпускающих редакторов. Меняйте все, что на ваш взгляд нужно поменять: название, рубрики, заголовки, найдите ошибки в тексте, перепишите лиды! Придумать новые рубрики.