

# Структура и работа редакции



**Каждое средство массовой информации по своей сути является предприятием.**

**В связи с этим в него входят структурные подразделения, выполняющие разные специфические задачи.**



# Основные службы в СМИ – это:

- редакция (редакторы, журналисты, творческие и технические работники);
- рекламный отдел;
- отдел распространения (печатных номеров или эфирного сигнала);
- отдел маркетинга;
- финансовый отдел;
- юридический отдел;
- административный отдел;

Все службы очень тесно связаны друг с другом.



Лицом СМИ, тем, что собственно мы и воспринимаем как СМИ, является **редакция**. Но сама по себе она функционировать не может. На нее работают другие службы, и она работает на них.

Структура для всех СМИ достаточно стандартна, но при этом на каждом отдельном предприятии будет свое внутреннее устройство, свое штатное расписание, свой перечень должностных обязанностей.

# Примерная структура



Во главе предприятия стоит его **собственник**. Это может быть один человек или коллектив собственников, как частных, так и представителей государственных или общественных структур. В печатных СМИ собственника называют **издателем**. Он отвечает за функционирование своего предприятия, за прибыльность его деятельности, определяет общую информационную и рекламную политику.





Непосредственно управляет предприятием  
**генеральный директор.**

За работу каждой службы  
отвечает ее руководитель.

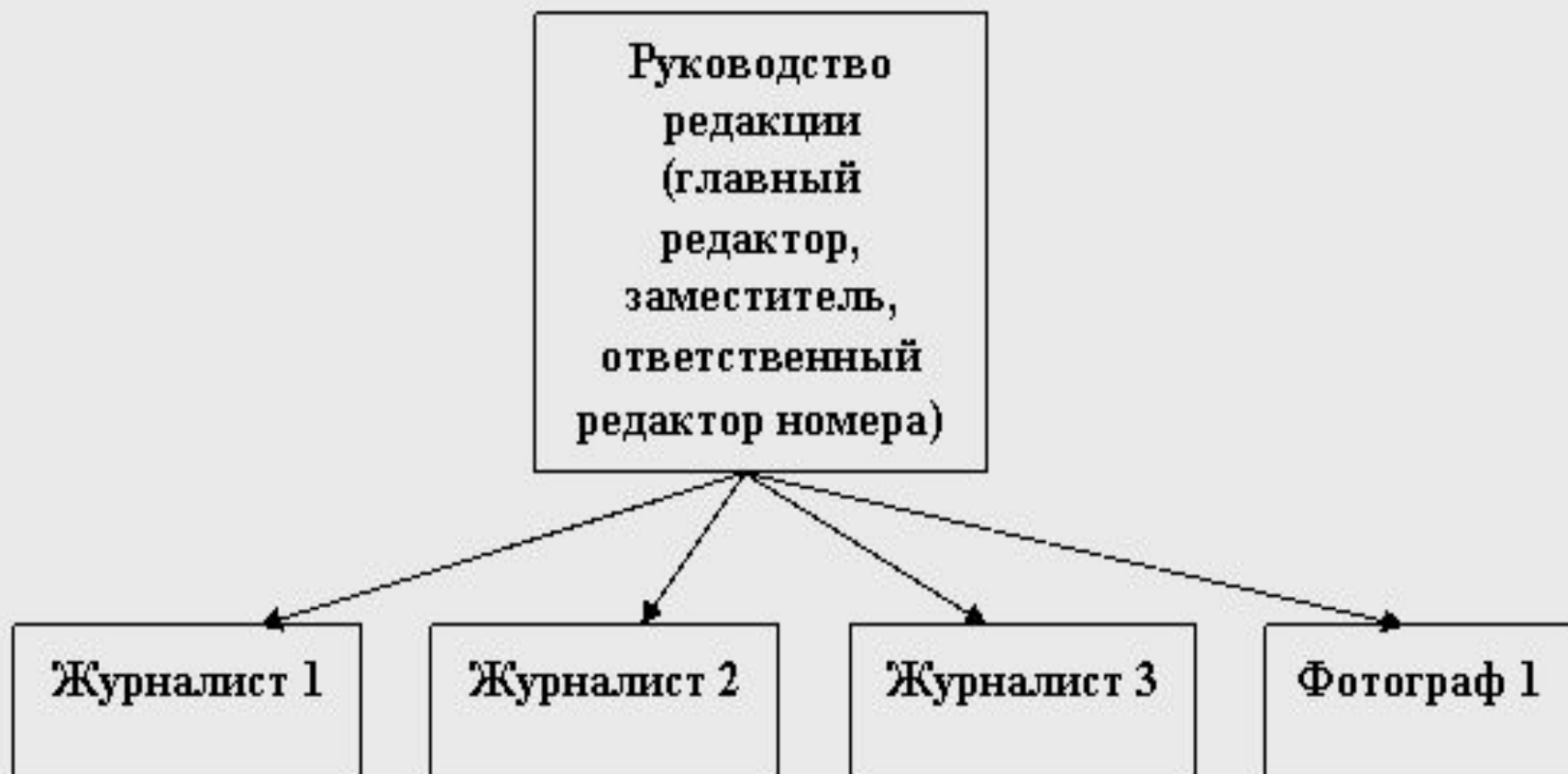
За информационную часть –  
**главный редактор** или  
режиссер.

За рекламу – **директор по  
рекламе.**

За распространение –  
директор по  
**распространению** и т.д.

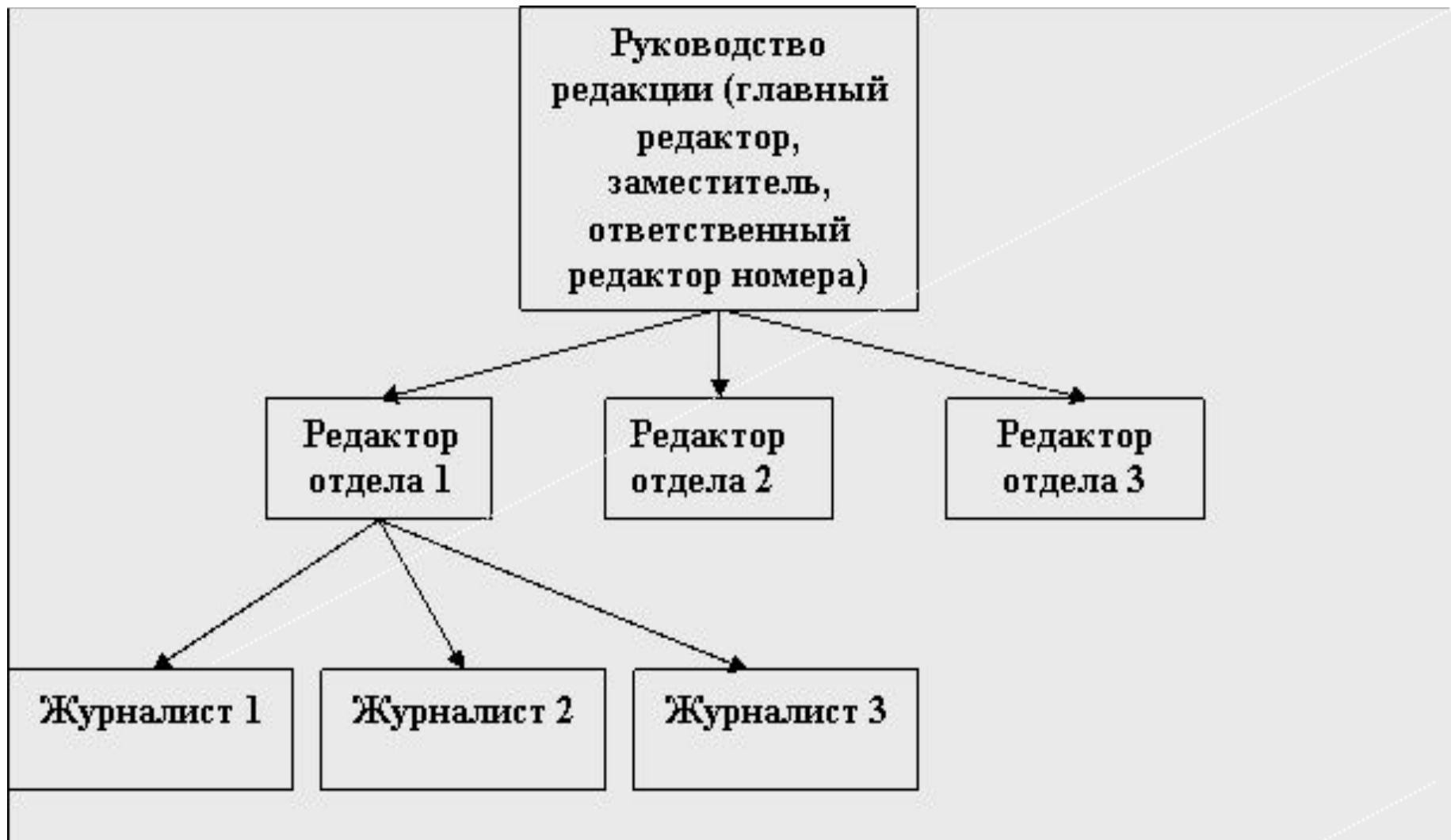


В маленьких редакциях с численностью творческого коллектива менее десяти сотрудников главный редактор обычно руководит всеми журналистами напрямую (плоская структура)





В крупных редакциях журналистами руководят редакторы отделов, которые подчиняются главному редактору (пирамидальная структура)



**Главный редактор** газеты или журнала руководит творческим коллективом, организует информационное наполнение и оформление издания, часто ведет «колонку редактора».

**Заместитель редактора** контролирует качество и объем текстов, наличие и соответствие заголовков и иллюстраций, соблюдение авторского права и требований законодательства.

**Ответственный редактор номера (шеф-редактор)** формирует «лицо» и содержание номера, обеспечивает его заполнение в срок, передачу в типографию/на публикацию согласно графику.

**Редактор** отвечает за текстовое содержание номера, его соответствие редакционной политике. Он организует работу журналистов, проверяет, исправляет материалы, готовит их к публикации.

**Редактор теле- и радиовещания** разрабатывает концепцию программы, контролирует работу съемочной/звукозаписывающей команды, готовит отснятый/записанный материал к выпуску.



**Арт-директор** отвечает за формирование и соблюдение фирменного стиля издания, руководит художественным оформлением материалов, которым занимаются фоторедактор и дизайнер.

**Фоторедактор** организует работу фотографов,

занимается подбором фотографий и их подготовкой для публикации.

**Дизайнер** может заниматься версткой материала, подготовкой иллюстраций.



# Работа редакции тщательно распланирована

- распланировано **информационное содержание**. В редакциях есть годовое редакционное расписание, есть расписания по определенным темам. Есть постоянные рубрики и планы конкретного номера;
- спланирована **информационная политика**. Редакции следят друг за другом, «перехватывают» горячие, актуальные новости, но новости, опубликованные неделю-две назад в других СМИ, они публиковать вряд ли будут.
- четко обозначено **время выхода номера издания** или передачи в эфир. В связи с тем, что нужно предоставить материалы в печать согласно графику, обозначено время сдачи материалов и время сдачи всего номера издания.

Координация и контроль работы творческого коллектива редакции осуществляется с помощью **планерок** и **дедлайнов**.

**Дедлайн** – это время сдачи материала, полосы или издания в целом.

**Планерка** – собрание руководства редакции для обсуждения подготовки номера: утверждению тем, контролю хода подготовки номера и внесения корректив.



# В каждом издании свои сроки сдачи номера

- Ежедневные вечерние **газеты** «закрываются» днем (подписываются и сдаются в типографию) и поэтому срочные материалы можно принять только до определенного утреннего часа. Газеты, выходящие в продажу утром сдаются накануне вечером.

Каким бы интересным ни был материал, поставить его на полосы после подписания номера в печать невозможно.

- **Телевидение** и **радио** могут быть еще более жесткими по срокам, чем пресса. Там невозможно сдвинуть прямой эфир. И лучшая новость обычно это та, что таковой становится прямо в эфире на глазах зрителей, в ушах слушателей.
- Менее «напряжен» в этом отношении **интернет**. Разместить информацию на сайте можно быстро и в принципе в любое время.

Каждый материал – это всегда коллективный труд.

Пишет журналист, но его на разных этапах подготовки к печати направляют, корректируют, правят, сокращают иногда несколько редакторов.

Нет гарантии, что готовый материал пойдет в печать.

Редактор может вернуть его на доработку, убрать по причине низкого качества или в связи с утраченной актуальностью. Кроме того, любой, даже уже поставленный на полосы материал может слететь в самый последний момент – просто на его место нашлась еще более интересная, актуальная новость.



В какой из редакционных специальностей вы хотели бы попробовать свои силы?

- Журналист
- Дизайнер
- Редактор
- Предложите свой вариант, возможно из специальностей вспомогательных служб (юрист, бухгалтер, служба компьютерной безопасности и т.д.)