**Лекція № 7. Статут і структура редакції. Функціональні обов’язки членів редакційного колективу.**

1. Статут редакції газети, його структура та значення.
2. Стилі керівництва редакцією мас-медіа.
3. Редакційний апарат періодичного видання. Структура редакції сучасного регіонального та місцевого ЗМІ.
4. Правила внутрішнього трудового розпорядку й обов’язки посадових осіб редакції газети.
5. Структура редакції сучасного загальнонаціонального ЗМІ.
6. Функції журналіста в редакції газети: сучасна парадигма.

1. Газета "Голос України" заснована постановою Верховної Ради Української РСР від 16 жовтня 1990 року. Видавцем газети є Президія Верховної Ради Української РСР.

2. У своїй діяльності редакція керується Конституцією Української РСР, законодавством республіки, постановами та іншими рішеннями Верховної Ради Української РСР та її Президії, Законом Союзу РСР "Про пресу та інші засоби масової інформації".

3. Редакція діє на підставі цього Статуту, є юридичною особою, має рахунки в установах банків, гербову печатку, штампи, бланки зі своїм найменуванням.

4. Місцезнаходження редакції - м. Київ, вул. Нестерова, 4.

5. Редакційний Статут регулює відносини засновника, головного редактора і редакції, повноваження журналістського колективи. Виробничі, майнові і фінансові відносини засновника (видавця) і редакції газети будуються на основі чинного законодавства і договору.

II. Завдання і принципи діяльності редакції

6. Головним завданням редакції є забезпечення гласності у діяльності Верховної Ради Української РСР і місцевих Рад народних депутатів та виконанні законів на всіх рівнях виконавської влади.

7. Газета за дорученням засновника публікує закони Української РСР та інші рішення Верховної Ради Української РСР, а також укази і постанови її Президії, проекти законодавчих актів, що потребують широкого і негайного обнародування, матеріали про пленарні засідання Верховної Ради Української РСР, роботу її постійних комісій та комітетів. У своїх публікаціях газета проводить офіційну лінію Верховної Ради Української РСР з соціально-економічних, політичних, екологічних та інших важливих питань життя республіки. Під полемічними рубриками редакція може друкувати матеріали з альтернативними точками зору на суспільно-політичні процеси в республіці.

8. Засновник в особі Президії Верховної Ради Української РСР затверджує програму діяльності газети.

9. Редакція забезпечує видання газети українською мовою щоденно, крім неділі (на 8 і 16 сторінках формату А-3).

За погодженням з засновником редакція може видавати газету у перекладі на інші мови.

Редакція здійснює виробничо-господарську діяльність на умовах економічної самостійності і господарського розрахунку.

10. Виходячи з інтересів газети, фінансово-економічного плану редакція укладає угоди з поліграфічними підприємствами, Держкомекономіки УРСР, Мінзв'язку УРСР, іншими органами і організаціями про випуск та розповсюдження газети.

11. Редакція самостійно визначає чисельність штатного персоналу, затверджує свою структуру, встановлює посадові оклади працівникам, але не нижче мінімального розміру, встановленого законодавством, засновує свої кореспондентські пункти в республіці та за її межами.

12. Заснування кооперативів, малих підприємств для рекламно-комерційної та іншої діяльності, яка не суперечить чинному законодавству, здійснюється на основі договору між засновником і редакцією. Від засновника може виступати Керівник Секретаріату Верховної Ради України.

13. Редакція не допускає до друку матеріали, що ставлять метою зміну шляхом насильства конституційного ладу і в будь-якій протизаконній формі територіальної цілісності держави, а також підрив її безпеки, розпалювання національної і релігійної ворожнечі.

14. Редакція не називає осіб, які надали відомості з умовою нерозголошення їх імен, не розголошує даних попереднього слідства, крім випадків, передбачених законом, не розголошує іншої інформації, забороненої у встановленому порядку.

15. Листи громадян і оригінали матеріалів, що надійшли до редакції, зберігаються в архіві редакції один рік.

III. Керівництво редакцією

16. Роботою редакційної колегії і трудовим колективом керує головний редактор, який призначається і звільняється Верховною Радою Української РСР

17. Головний редактор представляє газету у відносинах із засновником, видавцем, авторами, державними органами, громадськими об'єднаннями та громадянами, юридичними особами, а також у суді. Головний редактор несе повну відповідальність за додержання газетою законодавства про пресу, цього Статуту, напряму та змісту видання, договору між засновником і редакцією.

Відповідальність журналістів за достовірність матеріалів та додержання інших вимог, що ставляться до публікацій, визначається Законом Союзу РСР "Про пресу та інші засоби масової інформації".

18. В редакції створюється редакційна колегія. До редколегії, крім головного редактора, входять його заступники та відповідальний секретар, інші працівники і, при необхідності, відомі в республіці спеціалісти.

Члени редколегії призначаються і звільняються Президією Верховної Ради Української РСР за поданням головного редактора.

Редколегія є органом колегіального керівництва. Вона здійснює перспективне планування роботи, визначає позицію газети з конкретних питань і проблем.

Принципові розходження між головним редактором і редколегією розглядаються загальними зборами за участю представників засновника

19. Обов'язки головного редактора та інших працівників редакції визначають "Правила внутрішнього розпорядку" та "Функціональні обов'язки працівників редакції газети".

IV. Облік, звітність, контроль.

20. Редакція веде бухгалтерський облік, представляє бухгалтерську звітність у встановленому порядку.

21. Ревізія і перевірка діяльності редакції здійснюється органами, яким відповідно до законодавства надано таке право, а також особами, уповноваженими Президією Верховної Ради Української РСР.

V. Перейменування і припинення діяльності газети

22. Зміна назви газети здійснюється за рішенням засновника.

23. Газета припиняє свою діяльність за рішенням засновника, або органу, який її зареєстрував, або суду.

1. Стилі керівництва редакцією мас-медіа.

Роль керівників редакції у долі і успіхах колективу – велика. Кожна редакція може розглядатися в двох планах: як формальна, так і неформальна організація. Відповідно можна говорити про два типи відносин у колективах: формальних, тобто посадових, функціональних, і неформальних – психологічних, емоційних. У першому випадку ми зустрічаємося із соціальним феноменом – управлінням, у другому з феноменом психологічним – лідером. Ідеальний варіант, коли редакційний менеджер є одночасно і лідером, і керівником. Однак, так буває не завжди, що і стає причиною багатьох внутріредакційних колізій. Тут багато залежить від стилю керівництва. Психологи ділять їх на директивний (авторитарний), колегіальний (демократичний) і потуральний (нейтральний).

Авторитарний має такі ознаки: з формальної точки зору – ділові короткі розпорядження, заборони без огляду на посади, з погрозами, похвала і осуд, емоції до уваги не беруться, позиція керівника – поза групою, із змістового боку – справи у групі плануються керівником заздалегідь, визначаються лише безпосередні цілі, на перспективу у такому колективі – вони відомі, голос керівника – вирішальний. При демократичному стилі керівництва з формального боку даються інструкції у вигляді пропозицій, мова не суха, товариський тон, похвала і осуд з порадами, розпорядження і заборони з дискусіями, позиція керівника – всередині групи; змістова сторона – заходи плануються не одноособово, а в групі, за реалізацію заходів відповідають усі.

Особливості нейтрального стилю: формальний бік – відсутність похвал і осудів, жодного співробітництва, позиція керівника – непомітна, збоку від групи, змістова сторона – справи йдуть самі по собі, керівник не дає вказівок, праця складається з окремих інтересів, ініціатива виходить від лідерів підгруп.

1. Редакційний апарат періодичного видання. Структура редакції сучасного регіонального та місцевого ЗМІ.

Специфіка організаційно-творчої діяльності редакційного колективу: не тільки виробничий колектив, а й колектив творчий.

Досягти раціональної організації праці можна при відповідній структурі редакційного апарату, правильній організації праці на різних ділянках газетного виробництва.

Редакція кожного друкованого видання складається із двох ланок – ланки управління та ланки виконання. На кожну покладено важливі функції. Два перших рівні представлено працівниками, які одночасно уособлюють керівника редакційного колективу (чи його частини), репрезентанта творчої роботи, підприємця і бізнесмена. Такі співробітники зобов’язані організовувати і планувати виробництво видання і реалізацію тиражу, досягаючи при цьому незбитковості, а в кінцевому результаті – прибутку, керувати редакціями на рівні сучасних вимог, спонукати інших працівників редакції до творчої діяльності, відзначати і заохо- чувати кожен успіх підопічного, незалежно від симпатій бути гранично об’єктивним, вміти долати конфліктні ситуації, підбирати, навчати співробітників, призначати їх на відповідні місця, проводити ділові переговори. Все це певною мірою стосується як редактора, його заступників, відповідального секретаря, так і завідувачів відділів та секторів редакції газети.

Головний редактор (або – редактор) газети є керівником і, відповідно, до його обов’язків входить низка функцій, пов’язаних як із внутрішньоредакційною роботою, так і позаредакційною.

Редакційна колегія – дорадчий орган управління діяльністю редакції друкованого засобу масової інформації – створюється, діє та припиняє свою діяльність відповідно до статуту редакції і очолюється редактором (головним редактором).

Рішення редакційної колегії набирає чинності після його затвердження редактором.

Структура І ШТАТНА ЧИСЕЛЬНІСТЬ ПРИВАТНОГО МАС-МЕДІА

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ З/п** | **Назва структурного підрозділу** | **Назва посади** | **Штатна кількість** |
| **1.** | **Администрация** | **Главный редактор** | **1** |
| **Зам. главного редактора** | **1** |
| **Ответственный секретарь** | **1** |
| **Главный бухгалтер** | **1** |
| **Бухгалтер** | **1** |
| **Художественный редактор** | **1** |
| **2.** | **Корреспонденты** | **Обозреватель** | **2** |
| **Корреспонденты** | **6** |
| **Фотокорреспондент** | **1** |
| **3.** | **Компьютерный отдел** | **Оператор компьютерной верстки** | **2** |
| **Оператор компьютерного набора** | **1** |
| **Корректор** | **2** |
| **Литературный редактор** | **1** |
| **Дизайнер** | **1** |
| **4.** | **Отдел рекламы** | **Коммерческий директор** | **1** |
| **Менеджер по рекламе** | **1** |
| **Пиарщик или рекламный агент** | **1** |
| **5.** | **Отдел сбыта** | **Менеджер по сбыту** | **1** |
| **Экспедитор** | **1** |
| **6.** | **Технический персонал** | **Водитель автомобиля** | **1** |
| **Уборщица** | **1** |

П’ятискладова структура редакції: керівництво редакцією (головний редактор, заступники редактора, редакційна колегія), секретаріат, відділи, кореспондентська мережа, редакційні служби.

4. Правила внутрішнього трудового розпорядку й обов’язки посадових осіб редакції газети.

Першим у ієрархії газети стоїть видавець - відповідальний за всю діяльність газети. Лише дві особи звітують видавцеві безпосередньо. Головний редактор є відповідальним за зміст інформаційних і публіцистичних шпальт. Та відповідальний секретар, який контролює вчасний збір інформації по відділах.

Відповідальному секретареві підзвітні керівники відділів.

Іншими важливими газетно-журнальними спеціальностями є такі. Випусковий - є відповідальним працівником секретаріату, заступником або помічником відповідального секретаря.

Літературний редактор чатує, чи не припускаються дописувачі помилок, яких наука виділяє чотири типи - логічні, стилістичні, мовні, пунктуаційні. Керівник компютерного центру відповідає за впровадження і належну підтримку інформаційних технологій сучасного газетного виробництва.

Керівник компютерного центру відповідає за впровадження і належну підтримку інформаційних технологій сучасного газетного виробництва.

Директор з маркетингу. Його обов’язки мають декілька напрямків, передусім дослідження читацької аудиторії. Нарешті, на нього можуть покладатися функції комерційного директора з основною функцією придбання газетного паперу, витрати на який становлять до 60% прямих витрат газети.

Директор з реклами, навпаки забезпечує 70% газетних надходжень.

Як повноважний керівник, головний редактор газети здійснює планувальну і контролюючу функції, добирає, виховує і розставляє кадри, очолює підготовку і випуск видання у світ.

Він зобов’язаний турбуватися за розвиток матеріально-технічної бази редакції, задоволення різноманітних потреб колективу. Керівництво процесом планування діяльності редакції, координація роботи відділів, керівництво технічними службами (техбюро, коректорами тощо), керівництво підготовкою і випуском номера газети, макетуванням і художньо-технічним оформленням видання. Пдготовка і проведення редакційних летючок, різноманітних виробничих і творчих нарад.

Однією з вимог до головного менеджера є лідерство, яке повинне проявлятися і у творчій роботі керівника колективу, яка складається з двох частин – редакторської і літературної. У першому випадку він редагує матеріали своїх працівників, у другому – пише власні. Звичайно, авторитет керівника значно зростає, коли його публікації є зразком для інших. Творча безпомічність редактора часто стає причиною погіршення соціально-психологічного клімату у редакції.

Редактор повинен бути впливовою особою в регіоні розповсюдження газети. Його позаредакційні функції можуть бути спрямованими на підвищення авторитету газети. Часто керівники газет є депутатами місцевих рад, очолюють регіональні.

Організаційна концепція друкованого періодичного видання організації Національної спілки журналістів, громадські чи пар- тійні організації, стають ініціаторами фестивалів, спортивних змагань тощо. Все це слугує конкретному виданню. Останніми роками у самодостатніх виданнях, які мають власну поліграфічну базу, систему розповсюдження спостерігається і така тенденція: головний редактор стає фактично генеральним директором, окрім творчої роботи він займається господарською і комерційною діяльністю. За таких умов він змушений делегувати функції з редагування газети своєму заступникові.

Як справедливо і правильно зауважував у свій час відомий дослідник преси Д.С. Григораш, – відносини між редактором і його заступником – це стосунки найбільш досвідчених, компе- тентних і авторитетних працівників. Такі відносини ґрунтуються на спільному прагненні поліпшити роботу, піднести рівень газети. Заступник редактора всіляко підтримує авторитет керівника редакційного колективу, добиваючись спільної лінії в керівництві редакцією. Заступник редактора, як член редколегії, бере діяльну участь у підготовці і випуску номерів, читаючи частину матеріалів, які рекомендуються у номер, регулярно чергує, вичи- туючи зверстані сторінки. За відсутності редактора він керує роботою редколегії, веде редакційні засідання (планерки). Як правило, заступник редактора призначається відповідальним за окремі відділи, контролює їх роботу, допомагає у плануванні і сприяє виконанню цих планів.

Секретаріат справедливо називають «штабом» редакції газети. Це зумовлюється функціями цього важливого підрозділу, який здійснює оперативне управління редакцією. Якщо редактор, його заступники, редколегія визначають і втілюють стратегію редакції, то секретаріат, на чолі з відповідальним секретарем, розробляє її тактику.

До основних функцій секретаріату слід віднести:

– планування роботи редакції;

– випуск номера газети;

– керівництво роботою технічних служб редакції;

– організація творчої роботи відділів (секторів), координація їх діяльності;

– керування роботою власних та спеціальних кореспондентів. У секретаріаті концентруються всі види журналістської діяль- ності: тут макетуються і оперативно формуються сторінки газети, при необхідності вносяться зміни в перебігу випуску друкованого видання.

Успіх газети на ринку інформації у великій мірі залежить від особи відповідального секретаря. Це, як правило, найбільш досвідчений журналіст у редакції. Він повинен бути фаховим літературним редактором, володіти технікою верстки та оформлення газети (тобто газетно-журнальним дизайном), знати газетну поліграфію, весь процес підготовки і випуску номера.

Особлива роль секретаріату, відповідального секретаря в комп’ютеризації редакційного процесу. Нині, зазвичай, головний сервер знаходиться саме в секретаріаті, до нього сходиться вся необхідна інформація від відділів і секторів редакції. У невеликих редакціях один відповідальний секретар виконує всі функції секретаріату, у крупних редакціях відповідальний секретар має одного чи декількох заступників і тоді, відповідно, обов’язки розподіляються. А їх багато: хтось стежить за проведенням газетних кампаній, за роботою групи випуску газети, за плануванням поточних номерів, інший – керує процесом тижневого планування, літературного редагування, формує спеціальні шпальти, добірки, управляє сектором коректорів, іншими редакційними службами. У коло обов’язків секретаріату входить безпосереднє керування відділом ілюстрацій, комп’ютерним центром, довідковою

бібліотекою, архівом тощо.

Відповідальний секретар, як один із провідних менеджерів газети, дбає про зміцнення економічної бази редакції. У його обов’язки входить підтримання постійних контактів з комерцій- ними службами, з відділом реклами. Часто такий відділ знахо- диться у прямому підпорядкуванні відповідального секретаря, який разом із заввідділом визначає місце рекламних і приватних оголошень на сторінках газети, їх посторінковий розподіл і спів- відношення з іншими публікаціями.

Відповідальний секретар, який фактично є заступником головного редактора, має чітко визначені функціональні обов’язки. Власне, він відповідає абсолютно за все, що відбуваєть- ся в редакції. Ефективність ранкової «летючки»; потреба замінити верстальника, який захворів; брак плівки «Кодак» у більд-редакції; поганий настрій редактора, який слід негайно поліпшити, бо йому треба зустрічатися з інвесторами – все це обов’язки відпо- відального секретаря.

Завідувачі (редактори) відділів газети

Основні творчі питання вирішуються на рівні відділів газети. Д.С. Григораш вважає відділ найважливішою творчою ланкою у структурі редакційного апарату. Саме тут плануються, організо- вуються і пишуться журналістські матеріали з основних проблемно-тематичних напрямів газети, здійснюється редагу- вання, забезпечується їх точність, якість та дієвість. Відділ організовує масову роботу, плекає авторський актив, бере участь у випуску газетного номера, повністю відповідає за висвітлення проблем свого профілю. Саме через відділ редакція з’ясовує стан справ на відповідних ділянках господарства, культури, політичного та громадського життя свого регіону.

У кожній редакції відділи формуються відповідно до мети і завдань видавця, які він ставить перед газетою. Друковане видання покликане самостійно визначати власну проблематику, орієнтуючись на запити читацької аудиторії.

На характер і специфіку відділів впливає багато чинників, але серед основних:

– тип видання;

– особливості економічного регіону, на який видається газета;

– вікові та соціальні особливості аудиторії;

– конкретні завдання, які ставить перед собою газета.

У відділі редакції концентруються журналісти, спеціалізовані за відповідним тематичним напрямком (промисловість, аграрна сфера, економіка, політика, спорт, охорона навколишнього середовища тощо) або такі, що спеціалізуються у певних жанрах

– нарис, репортаж, фейлетон тощо. Очолює такий підрозділ редакції найбільш досвідчений у певній ділянці журналіст. Коли кількість працівників відділу становить 7-12 осіб, то доцільно окрім заввідділом уводити посаду редактора відділу. Керівник відділу, насамперед, відповідає за відображення актуальних для аудиторії видання проблем, пов’язаних з профілем творчого підрозділу, дає оцінку публікаціям і організовує їх кваліфіковане обговорення, стежить за роботою з листами читачів, з авторським активом, готує критико-бібліографічні матеріали з тематики відділу, контролює дієвість публікацій працівників відділу.

Тобто, керівник відділу, повністю відповідаючи за функціонування очолюваного ним колективу, організовує комплекс робіт, до яких увіходить планування журналістської праці, нормування і облік, координування, стимулювання праці журналістів і, звісно, контроль за виконанням завдань.

Як елемент редакційної системи відділ перебуває у постійній взаємодії з редакторатом, секретаріатом, іншими творчими підрозділами, технічними службами. А поза редакцією контактує з різноманітними підприємствами, організаціями, закладами, відповідними відділами інших ЗМІ, із читацькою аудиторією. Таку широку діяльність організовує і координує завідувач відділом.

5. Структура редакції сучасного загальнонаціонального ЗМІ.

В сучасній Україні переважну більшість газет очолює один вищий керівник, який має всю повноту влади і несе відповідальність за творчі і фінансові результати діяльності журналістського колективу. Найчастіше цей керівник називається **головним редактором**, дещо рідше – **шеф-редактором**. Коло обов’язків головного редактора дуже широке. Він займається і визначенням редакційної політики, і формуванням та постійним удосконаленням концепції видання, і контролем за її виконанням, і добором та розстановкою кадрів, перш за все творчих, і питаннями оплати праці працівників редакції, і співробітництвом з друкарнею, і закупівлею паперу, і реалізацією видання, і контактами з найважливішими рекламодавцями, і взаємодією з засновниками та/чи власниками видання, а також органами державної та місцевої влади тощо. Зрозуміло, що виконувати таку велику кількість завдань самостійно не під силу жодній людині, тому головному редакторові допомагають у цьому керівники та працівники практично всіх структурних підрозділів редакції. Проте найважливіші рішення з усіх перелічених питань ухвалює саме головний редактор, самостійно чи колегіально. Найскладнішим у роботі керівника видання є не допустити «перекосу», приділяючи надмірну увагу окремим видам своєї діяльності, оскільки це неминуче призводить до втрати контролю над іншими напрямками роботи. Також важливо не дати «заїсти» себе поточним справам, втратити можливість думати про перспективи розвитку газети. Адже в сучасному інформаційному просторі, де, з одного боку, досить швидко змінюються потреби реципієнтів інформації, а, з іншого, постійно виникають нові конкуренти, для успіху недостатньо просто

«підтримувати в робочому стані» редакційний механізм, не припускати серйозних збоїв у його роботі, а треба той механізм постійно вдосконалювати.

В деяких редакціях фінансово-економічні питання виведено з компетенції головного редактора й ними займається інший керівник, який найчастіше

називається **фінансовий директор** або **голова правління** відповідного закритого акціонерного товариства (якщо таке товариство створено засновниками спеціально для керування конкретною редакцією) і не підпорядковується головному редакторові. Логіка такого поділу обов’язків полягає в тому, що головного редактора, який практично завжди є журналістом і майже ніколи не має економічної освіти, а також достатнього досвіду в сфері фінансів та господарської діяльності, звільняють від

«другорядних» напрямів роботи, з тим, щоб він міг цілковито зосередитися на вирішенні творчих питань, підвищенні якості видання як такого. Іншою причиною такого стану справ, яка ніколи не афішується, є прагнення інвесторів забезпечити більш жорсткий контроль над фінансовими потоками редакції. Адже фінансовий директор або голова правління ЗАТ фактично завжди є представником власника видання, а не журналістського колективу. Досвід практичної роботи українських газет свідчить, що така форма організації вищого керівництва редакції, як правило, є менш ефективною, ніж коли фінансові керівники редакції підпорядковуються головному редакторові. Адже згідно теорії управління будь-яка складна система (а редакція газети безумовно є такою) для ефективного функціонування повинна мати лише один центр ухвалення рішень. Творчі та фінансово- економічні питання лише на перший погляд не пов’язані між собою. Так, наприклад, головний редактор мусить мати можливість самостійно розпоряджатися фондом оплати праці з тим, щоб мати можливість на власний розсуд заохочувати тих творчих працівників, чия діяльність видається йому найбільш перспективною з погляду підвищення якості газети. Втручання у цю сферу діяльності фінансового директора, який практично ніколи не є достатньо компетентним у творчих питаннях журналістської роботи, дуже часто спричиняє конфліктні ситуації та загальне зниження ефективності функціонування всієї редакційної системи.

Практично в кожній редакції газети (крім «міні-редакцій», де працює всього кілька осіб) є **заступник головного редактора.** У великих редакціях кількість заступників сягає чотирьох, п’яти, інколи навіть більше осіб. В цьому разі з числа заступників, як правило, виділяють **першого заступника головного редактора**. Його головним завданням, так само, як і інших заступників головного редактора, є допомагати виконувати керівникові видання його функції, а в разі відсутності головного редактора на місці з причини відпустки, хвороби чи відрядження, повністю перебирати на себе ці функції. У багатьох випадках заступники головного редактора очолюють у редакції ще й самостійні напрями роботи, наприклад, виступають у якості кураторів кількох галузевих відділів, про які йтиметься нижче.

Не останньою людиною в будь-якій редакції є **секретар** (помічник, референт) головного редактора.

У деяких редакціях газет (хоча така форма організації більше притаманна журналам) існує такий орган керівництва як **редакційна колегія.** Вона була практично обов’язковою за радянських часів, проте зберігається в окремих виданнях і нині. До складу редколегії крім головного редактора та його

заступників, а часом і найавторитетніших штатних журналістів видання, входять також визначні громадські діячі та фахівці своєї справи, які постійно в редакції не працюють. На засіданнях редколегії, які, як правило, відбуваються не дуже часто, вирішуються найпринциповіші питання дальшого розвитку видання, формулюється позиція редакції щодо найважливіших проблем сьогодення. Наявність у списку членів редколегії газети того чи іншого відомого прізвища означає, що цей діяч поділяє основні принципи редакційної політики і (часом суто номінально) бере участь у формуванні цих принципів. Такий симбіоз вигідний як самій газеті, так і членам редколегії, позаяк сприяє підвищенню рейтингів як видання, так і громадських діячів за рахунок взаємної інформаційної підтримки.

В число заступників головного редактора у деяких виданнях номінально входить, а в деяких – не входить **відповідальний секретар**. Проте така посада існує в редакції будь-якої газети і є другою за важливістю після головного редактора. Відповідальний секретар очолює **секретаріат редакції**, у складі якого в найменших виданнях є лише двоє-троє осіб, а в найсолідніших щоденних газетах – десятки працівників.

Секретаріат і відповідальний секретар персонально відповідають за формування кожного конкретного номера газети, за перетворення купи журналістських текстів на відповідним чином оформлені газетні шпальти, які переводяться на плівки, на основі котрих, своєю чергою виготовляються друкарські форми і здійснюється друк газети на папері.

В усіх редакціях, крім найменших, є заступник відповідального секретаря – **випусковий редактор**, який займається макетуванням всіх шпальт газети, особисто чи з допомогою **макетувальників**. Якщо окремого випускового редактора в газеті немає, то його функції виконує сам відповідальний секретар.

У складі секретаріату є відділи **коректури**, **літературного редагування** та **верстки**. Перші два відділи часом об’єднані в єдиний підрозділ, кожний працівник якого здійснює водночас і коректуру, і літературне редагування відповідних шпальт. Якщо видання, особливо щоденне, має велику кількість шпальт і випусковий редактор сам-один не спроможний змакетувати їх усі, створюється спеціальний відділ **макетування**. До складу секретаріату входить і **більд-редакція** на чолі з **більд-редактором**, яка займається виготовленням та добором ілюстративних матеріалів до журналістських матеріалів. У більд-редакції працюють **фотокореспонденти,** а також газетні **художники**. Ілюстрації, як фотографії, так і малюнки та карикатури, фото- та мальовані колажі, спеціально створюються більд-редакцією до конкретного журналістського тексту або добираються з редакційного архіву чи нині, дедалі частіше, з мережі Інтернету.

**Комп’ютерний відділ**, який займається обслуговуванням комп’ютерів та іншої редакційної електронної техніки, може входити до складу секретаріату або бути окремим підрозділом, підпорядкованим безпосередньо головному редакторові чи комусь із його заступників.

Журналісти газети, окрім головного редактора та його заступників, працюють у тих чи інших **галузевих відділах** редакції. Такий підрозділ очолює **редактор** або (рідше) **завідувач відділу**. Втім, конкретна назва посади не має жодного значення, функції, права та обов’язки що редакторів, що завідувачів галузевих відділів практично ідентичні. Керівник такого підрозділу редакції персонально відповідає за формування відповідної тематичної шпальти чи шпальт, а також подає найцікавіші журналістські матеріали свого відділу на першу сторінку, яка, як відомо, не є тематичною, а містить найцікавіші, найпримітніші матеріали, підготовані усіма галузевими відділами. До речі, кількість журналістських матеріалів, підготованих даним галузевим відділом, що з’явилася на першій сторінці газети протягом, скажімо, місяця, є одним з найважливіших критеріїв ефективності роботи цього підрозділу редакції. У складі галузевого відділу працюють штатні **журналісти**, які окрім гонорарів отримують ще й заробітну плату, а відтак мають обов’язок працювати на редакцію повний робочий день (чи кілька годин щодня, якщо йдеться про роботу на пів- або чверть ставки), не мають права відмовитися від розробки теми, запропонованої їм редактором відділу і повинні (якщо отримають таке завдання від того самого редактора відділу) готувати до друку та редагувати статті позаштатних авторів чи листи читачів, не отримуючи за це додаткової матеріальної винагороди і не розраховуючи побачити своє прізвище під надрукованим у газеті текстом. До речі, у Польщі, наприклад, кожний штатний журналіст, що працює в газеті, називається редактором. У деяких редакціях всі творчі працівники галузевих відділів називаються просто журналістами чи **кореспондентами**, проте в більшості випадків окрім кореспондентів у галузевих відділах передбачено ще штатні посади **оглядачів,** щось на кшталт «старших журналістів». По ідеї, кореспондент пише переважно матеріали інформаційних жанрів, а оглядач – аналітичних та художньо-публіцистичних. Утім, на практиці цей поділ є значною мірою умовним. Посада оглядача – своєрідна «личка на погонах» журналіста, свідчення, що керівництво редакції оцінює творчий доробок цієї людини вище, ніж його колег-кореспондентів. Проте однакові назви посад двох окремих журналістів зовсім не передбачають ідентичного рівня оплати їхньої праці. Окрім того, що гонорари в них будуть, природно, різні, можуть різнитися, і суттєво, рівні й основної заробітної плати. У переважній більшості редакцій розміри ставки окремого працівника є комерційною таємницею і несанкціоноване керівництвом розголошення журналістом відомостей про свою платню може стати причиною розірвання трудової угоди. Це робиться для того, щоб уникнути заздрості і з’ясування стосунків з керівництвом з боку колег, які на тій самій посаді отримують менше. В деяких редакціях передбачено посади **заступника редактора відділу**, яку, як правило, посідає найавторитетніший після редактора журналіст відділу. Подекуди існує й така посада, як **помічник редактора відділу** – до обов’язків цієї людини входить виконання технічних функцій, а не написання журналістських матеріалів.

А ще в складі кожного газетного відділу є **позаштатні автори**. Це люди, які не отримують в цій газеті заробітної плати, а лише гонорари, проте друкуються в даному виданні більш-менш регулярно. Найчастіше позаштатними авторами є три категорії дописувачів: фахівці тієї чи іншої справи-нежурналісти, які розбираються у певній тематиці глибше, ніж штатні працівники відділу і водночас спроможні викладати інформацію не науковою чи канцелярською, а газетною мовою. Другою категорією позаштатних авторів газети є журналісти, які працюють штатно в якихось інших виданнях, найчастіше спеціалізованих чи регіональних, а з цією газетою співпрацюють на гонорарних засадах. Наприклад, працівник редакції спеціалізованого театрального журналу може час від часу виступати з оглядами театрального життя на шпальті «Культура» якоїсь загальнонаціональної щоденної газети. При цьому слід знати, що штатний працівник будь-якого видання не має права друкувати свої матеріали на сторінках жодної іншої газети чи журналу без дозволу керівництва видання, яке є його основним місцем роботи. Якщо у журналіста з’явилася можливість підготувати той чи інший матеріал, який, на його думку, може стати резонансним, він зобов’язаний спершу запропонувати цей матеріал керівництву «рідного» видання і лише у випадку, якщо головний редактор уважатиме, що його газета не зацікавлена в цьому матеріалі, може попросити дозволу опублікувати його деінде. Ігнорування цього правила є підставою для серйозних дисциплінарних покарань порушника, аж до звільнення. Нарешті третьою категорією позаштатних авторів є так звані **вільні журналісти** або **фрілансери,** які не працюють штатно в жодному виданні, але пропонують свої окремі матеріали або цикли матеріалів тим чи іншим газетам за гонорар (як правило підвищений). Фрілансерство досить поширене на Заході, але в сучасній Україні вільних журналістів, для яких єдиним джерелом доходів є разові гонорари в тих чи інших виданнях, зовсім небагато. До цієї категорії примикають і молоді журналісти-початківці, зокрема студенти, які не працюють в штаті газети через брак часу чи кваліфікації, а не в зв’язку з прагненням зберігати свою «свободу». Робота в редакції тієї чи іншої газети в якості позаштатного автора – «магістральний» шлях для студента- журналіста для отримання першого постійного робочого місця за фахом. Так, наприклад, автор цієї методичної розробки за 19 років роботи в якості головного редактора, заступника головного редактора і редактора відділу різних газет та журналів виробив для себе правило – з журналістом- початківцем, студентом чи випускником, можна вести мову про роботу в редакції на штатній творчій посаді (на повну ставку, на пів-ставки чи навіть на чверть) лише після того, як у цього початківця вийшло на сторінках мого видання щонайменше п’ять повноцінних матеріалів, написаних ним на гонорарних засадах. Схожих підходів дотримуються керівники більшості українських газет та журналів. Адже жодний диплом, хай навіть «золотий з діамантовими літерами», жодні рекомендації й прохання найповажніших людей, жодні розповіді журналіста-початківця про свої здібності, плани та

наміри не можуть бути гарантією того, що він справді здатний виконувати обов’язки штатного журналіста хоча б на достатньому рівні.

Перелік галузевих відділів редакції газети суттєво відрізняється в різних конкретних виданнях. Це залежить від об’єктивних факторів – йдеться про щоденну газету чи про тижневик; про загальнонаціональне, регіональне чи місцеве видання; про загальнополітичну, «серйозну» газету чи про таблоїдне,

«жовте» видання або про спеціалізовану газету. Певною мірою на це можуть впливати і суб’єктивні фактори – особисті уподобання засновників та керівників газети, її історія. І попри це все можна вести мову про якийсь типовий, «нормальний» перелік цих відділів.

Так, наприклад, у серйозній загальнонаціональній щоденній газеті практично завжди є відділи **політики**, **економіки**, **міжнародного життя** (або міжнародної політики та інформації), **соціальних проблем** (або соціуму), **культури**, **спорту, розважальної інформації**. Дещо вирізняється серед інших **відділ кореспондентської мережі**, редактор якого координує роботу **власних кореспондентів**, які постійно живуть та працюють не в тому місті, де розміщено редакцію (для сучасної України це найчастіше Київ), а в інших регіонах країни. Відділ кореспондентської мережі, на відміну від

«звичайних» галузевих відділів, як правило, не готує власних тематичних шпальт, а власні кореспонденти при підготовці кожного конкретного матеріалу щоразу перебувають немов би у подвійному підпорядкуванні – керівника кореспондентської мережі і редактора галузевого відділу, на шпальту якого той матеріал піде.

У більшості серйозних редакцій є окремий **відділ криміналу** або юридичних проблем (крім тих випадків, коли його об’єднано з соціалкою), **відділ науки та освіти** (або навіть два окремих відділи). В деяких редакціях існує такий структурний підрозділ, як **відділ новин**, який об’єднує всіх **репортерів**, які шукають ексклюзивну оперативну інформацію з усіх сфер людського життя. **Відділ листів** був обов’язковим атрибутом кожної редакції радянських часів. Збереглися такі відділи і в деяких нинішніх газетах, які ведуть свою історію від часів радянської влади. Працівники таких відділів читають листи читачів і або передають їх до відповідних галузевих відділів, як інформацію для майбутніх журналістських матеріалів, або самостійно готують їх до друку на сторінках газети, або пересилають до відповідних органів центральної чи місцевої влади з проханням розібратися у суті питання і допомогти читачеві вирішити проблему. Втім, слід зауважити, що ефективність такої

«переписки» газети з державними органами в останні роки звелася майже до нуля. Дуже часто редакція взагалі не отримує від чиновників відповіді на свій лист, ще частіше – формальну відписку.

Часом можна бачити й такий специфічний підрозділ, як **відділ регулярної інформації**, який готує прогнози погоди, програми телепередач, матеріали для рубрики «Цей день в історії» тощо.

Газети, які орієнтуються переважно на молодіжну аудиторію можуть мати в складі своєї редакції окремий **відділ молодіжних проблем**.

Деякі загальнонаціональні газети, які друкуються не в одному, а в кількох містах України, мають так звані «змінні» сторінки, на яких у київському випуску, наприклад, друкуються новини з столиці та Київщини, у львівському – новини з Західного регіону, харківському – із Слобожанщини. Відтак у редакції такої газети існує спеціальний **відділ столичної інформації**, а в регіонах – відповідно львівське, харківське, одеське **редакційні бюро**. У таких випадках власний кореспондент у цьому місті часто виконує ще й функції керівника такого редакційно бюро – створює разом із своїми підлеглими матеріали як для основного випуску газети, так і для регіональної сторінки.

У таблоїдних виданнях теж є практично всі перелічені вище відділи, хоча кут подачі інформації в них, зрозуміло, зовсім інший, ніж у серйозних виданнях. Проте «жовту» газету практично неможливо уявити собі без **відділу світської хроніки**, а в деяких з них є ще й, наприклад, спеціальний **відділ здоров’я**, матеріали якого зводяться, звісно, не до серйозного аналізу проблем медицини, а до порад по самолікуванню.

Перелік галузевих відділів спеціалізованого видання докорінно відрізняється від наведеного вище. Так, наприклад, спеціалізована економічна газета може мати такі відділи – **макроекономіки**, **мікроекономіки**, **фінансів**, **«Компанії та ринки», «Особистості бізнесу»**, **юридичних проблем підприємництва**, **політичних проблем підприємництва**. Зрозуміло, що в структурі, скажімо, редакції газети «Літературна Україна» жодного з перелічених відділів немає й бути не може.

Окрім галузевих відділів у кожній редакції існують ще й **функціональні відділи**. Вони не готують матеріалів, які з’являються на шпальтах газети, в них працюють не журналісти, а фахівці інших спеціальностей, проте без нормальної, ефективної роботи цих відділів функціонування жодної редакції в принципі неможливе. До числа функціональних відділів належать всі підрозділи секретаріату, перелічені вище. Проте деякі інші функціональні відділи жодного стосунку до секретаріату не мають. Наприклад, у кожній, навіть найменшій газеті є свій бухгалтер, а в переважній більшості редакцій існує **бухгалтерія**, яку очолює **головний бухгалтер**. В ній працюють **бухгалтери** та **касири**.

В**ідділ розповсюдження** займається роботою з Укрпоштою з питань передплати газети, укладає контракти з державним підприємством «Преса України», яке володіє мережею кіосків у всіх регіонах України, а також з приватними розповсюджувачами та продавцями преси. Часом замість відділу розповсюдження створюється **відділ маркетингу**, функції якого дещо ширші

– крім розповсюдження газети як такого, він вивчає інформаційні потреби різних категорій читачів і надає керівництву редакції поради щодо вдосконалення тематичної спрямованості газети. Також практично в кожній редакції існує **відділ реклами**, який займається пошуком потенційних рекламодавців, налагодженням контактів та підписанням договорів з ними. Відділ реклами тісно співпрацює з секретаріатом з тим, щоб підготована та оплачена реклама вчасно потрапила на шпальти газети.

У великих редакціях є спеціальні **господарські відділи,** де працюють прибиральниці, електрики, сантехніки і таке інше. У будь-якому разі хоча б одна прибиральниця є навіть у найменшій газеті. В деяких найбільших редакціях існують цілі **транспортні відділи** (**шофери** та **автослюсарі**), а також власні **відділи охорони**.

Таким чином, ми бачимо, що структура редакції великої газети – доволі великий та складний механізм. Відтак дуже важливим завданням є організація чіткої взаємодії всіх структурних підрозділів редакції. У багатьох газетах **функціональні обов’язки** кожного працівника редакції зафіксовано на папері і включено до тексту контракту, який укладається з тим працівником. Основні форми взаємодії підрозділів і окремих працівників редакції прописано в **статуті редакції** та **наказах головного редактора**. Проте на кожний випадок життя папірця не придумаєш і конкретні форми роботи значною мірою залежать від суб’єктивних факторів та «звичаїв», які склалися в тій чи іншій редакції.

6. Функції журналіста в редакції газети: сучасна парадигма.

1. Повинен вміти розробляти і писати матеріали новин або тематичні матеріали в закінченій формі, щоб не була потрібна додаткова літературна обробка або додатковий матеріал у великій обсязі.

2. Збирає інформацію і пише матеріали новин або тематичні матеріали по своїй спеціалізації або по географічній території. Пише матеріали головним чином за своєю ініціативою і вибором або за завданням редактора смуги.

3. Матеріали новин, які він надає, повинні бути справжніми, заснованими на фактах, повними і повинні суперечити одна одній. Здійснює свою діяльність відповідно до принципів журналістської етики, які використовуються в цьому виданні, а також відповідно до загальноприйнятих міжнародних стандартів журналістської етики, і правилам редагування, які використовуються в цьому виданні.

4. Є основним, але не єдиним посадовцем, який відповідає за достовірність фактів, правильність змісту і стилю новин.

5. Спеціалізується в освітленні різноманітних тем / питань.

6. Передає матеріали, готові до публікації, редактору смуги або старшому редактору.

7. Пропонує варіанти заголовків до матеріалів, над якими працює. За розробку остаточного варіанту заголовка відповідає редактор смуги.

8. Тісно співпрацює з фотографом, яким замовляє фотографії до тем, які висвітлює.

9. На прохання редактора смуги може надати інформацію в межах своєї спеціалізації.

10. Вишукує зовнішні інформаційні ресурси і привертає позаштатних журналістів; за погодженням з редактором смуги замовляє матеріал у позаштатних журналістів.

11. Відповідає за збір даних, необхідних для виплати гонорару позаштатним журналістам за опубліковані матеріали. Повинен передати ці дані системного адміністратора новин не пізніше двох днів до появи випуску в світ.

12. Може запропонувати розмір гонорарних виплат позаштатним журналістам за опублікований матеріал. Якщо він не надає цю інформацію протягом двох робочих днів після виходу видання у світ, відповідальний редактор має право прийняти самостійне рішення, не розглядаючи будь-яких додаткових причин.

13. Працює як самостійно, так і в підпорядкуванні відповідно до загальних принципів і директивами. Звітує перед старшим редактором або заступником відповідального редактора згідно зі схемою підпорядкування.