

TEMAT: TWORZYMY REDAKCJĘ TELEWIZJI SZKOLNEJ

■ Cele ogólne:

- wykorzystywania mediów jako narzędzia pracy indywidualnej i zespołowej;
- kształcenie umiejętności organizowania warsztatu pracy;
- stworzenie nowoczesnego warsztatu pracy twórczej młodzieży, umożliwiającego rozwijanie kompetencji komunikacyjnych;
- kształtowanie umiejętności wymiany poglądów, opinii, wątpliwości;
- kształcenie umiejętności wykorzystania w pracy środków audiowizualnych i mediów;
- kształtowanie postaw indywidualnych i społecznych cech charakteru: dyscypliny, samodzielności, współdziałania w grupie;
- kształcenie umiejętności posługiwania się narzędziami i technikami oferowanymi w Internecie oraz przez nowe media;

■ Cele operacyjne

Uczeń potrafi:

- swobodnie wypowiadać się, dyskutować, prowadzić polemiki na forum publicznym, a także uważnie słuchać drugiego człowieka;
- umieć zaplanować pracę redakcji;
- znać zasady funkcjonowania mediów;
- przyjmować różne role grupowe i racjonalnie organizować pracę zespołową;

Uczeń pamięta:

- co to jest redakcja;
- co to jest kolegium redakcyjne;
- kim jest redaktor.

■ Metody pracy

metoda definicji, metoda niekompetencji, burza mózgów, dyskusja

■ Forma zajęć

grupowa

■ Środki dydaktyczne

notatniki

Tok zajęć

- sprawy organizacyjne
- przedstawienie celu zajęć i jego wagi – od dobrego planu zależy sukces każdego przedsięwzięcia
- co to jest redakcja?; co to jest kolegium redakcyjne?
- kim jest redaktor?
- podział redakcji na działy, np.
 - a) dział reportażu
 - b) dział wywiadu
 - c) dział edukacjilub inne
- hierarchia – konieczność czy obciążenie? – dyskusja, której efektem powinna być konkluzja o potrzebie osoby, która deleguje zadania i kieruje pracą, gdyż redakcja to zespół, który musi mieć kapitana
- listy obowiązków i praw – w dwuosobowych zespołach uczniowie proponują treść zbioru obowiązków i praw dla danego wykonawcy czynności, a następnie konfrontują to z zapisami uznanymi za uniwersalne, **zał.1.**

TEMAT: TWORZYMY REDAKCJĘ TELEWIZJI SZKOLNEJ

- a) wydawca
- b) redaktor naczelny
- c) sekretarz
- d) dziennikarze szeregowi
- c) pracownicy techniczni
- planowanie – dlaczego jest ważne?; metodą burzy mózgów uczniowie muszą dojść do wniosku, że planowanie to nic innego jak racjonalne gospodarowanie czasem, którego nadrzędnym celem jest unikanie straty czasu
- wskazanie najważniejszych w pracy redakcji terminów
- ustalenie sposobów komunikowania:
 - a) e-mail
 - b) facebook – funpage
 - c) cotygodniowe spotkania w redakcji
- wybór kanału, na którym prezentowane będą materiały telewizyjne
 - a) youtube?
 - b) facebook?
 - c) witryna szkoły?
 - d) rozwiązanie pośrednie?
- praca domowa:
przygotuj własną propozycję regulaminu pracy redakcji szkolnej telewizji
- podsumowanie zajęć

KARTA PRACY

zał.1.

Wydawca

... to ktoś, kto zakłada gazetę. Powiedzmy to jasno: to ktoś, kto wyklada pieniądze na rozruch pisma i utrzymanie go do czasu, gdy zacznie ono na siebie zarabiać. Oczywiście, wydawca nie tylko wydaje pieniądze, ale także zarabia je na funkcjonowaniu gazety, a więc na sprzedaży egzemplarzy i reklam.

Ale rola wydawcy nie sprowadza się do finansowania kaprysów redakcji. Wydawca określa linię programową pisma – decyduje, jakie tematy i w jaki sposób ono porusza. Do redakcji należy realizacja tych pomysłów w taki sposób, aby gazeta była dobra. Wydawca z kolei musi zorganizować kolportaż pisma i pozyskać reklamodawców. Oczywiście w większości wydawnictw tymi zadaniami zajmują się w imieniu wydawcy inni pracownicy.

Wydawcą może być osoba indywidualna lub firma – wydawnictwo. Wielkie koncerny wydawnicze wydają nawet kilkadziesiąt różnych tytułów prasowych. Żeby sprawnie nimi zarządzać często powołują dyrektorów wydawniczych, którzy pełnią funkcje wydawcy dla jednego lub kilku tytułów.

O dziennikarzach zwykło się mówić, że to ludzie pióra. Dziś dziennikarze to ludzie Worda. Wydawca to człowiek Excela - skupiony na finansowej stronie przedsięwzięcia, jakim jest gazeta, jeśli tylko nie prowadzi ważnych rozmów, siedzi z nosem w cyferkach z arkusza kalkulacyjnego.

Redaktor naczelny

Pierwszy po Bogu w redakcji, bo w jej codziennej pracy – pracy z dziennikarzami – wydawca nie uczestniczy. Choć to wydawca określa linię programową pisma, to tak naprawdę o jego kształcie rozstrzyga naczelny. To on decyduje o tym, jakie artykuły się pojawiają, a jakie nie, w jaki sposób zostaną zredagowane, wreszcie, które staną się tematami numeru i zbudują okładkę, a które trafią na sam dół 30. strony, jako zapchajdziura w miejscu, z którego w ostatniej chwili wypadła reklama.

Oczywiście w wielu redakcjach utrzymanie takiego modelu pracy nie jest możliwe. W dużych gazetach codziennych, które mają różne działy w kilku grzbietach i kilka wydań zamykanych o różnych porach i kierowanych w różne rejony, redaktor naczelny nie może decydować o każdym materiale. Dlatego zasadnicze tematy w takich redakcjach są raczej ustalane z naczelnym na zebraniach – kolegiach. O mniej ważnych tekstach decydują inni redaktorzy, zwykle szefowie działów, czasem w porozumieniu z jednym z zastępców naczelnego.

Za to w tytułach, w których pracy jest mniej, na przykład w miesięcznikach, a także w wielu tygodnikach, to naczelny jednoosobowo kieruje redakcją. Nie tylko omawia z autorami tematy na kolegiach, ale także sam redaguje gotowe teksty, zleca poprawki, często ustala ze studium graficznym układ materiału na stronie i akceptuje gotowe do druku kolumny, czyli strony.

Praca nad tekstami to tylko część zajęć naczelnego, w niektórych redakcjach nawet stosunkowo niewielka. Redaktor naczelny także reprezentuje redakcję na zewnątrz, co często może pochłaniać dużo czasu (dlatego w wielu tytułach naczelny w redakcji jest rzadkim gościem). Reprezentowanie redakcji może obejmować różne obowiązki. Redaktor naczelny niejako uosabia prestiż pisma, więc reprezentuje redakcję w oficjalnych kontaktach z władzami, jest gościem ważnych konferencji i kongresów czy –

TEMAT: TWORZYMY REDAKCJĘ TELEWIZJI SZKOLNEJ

zwłaszcza w przypadku pism fachowych – targów branżowych, na przykład komputerowych albo motoryzacyjnych, nawiązuje istotne dla gazety kontakty, z ważniejszymi potencjalnymi autorami, współpracownikami, uczestniczy też w rozmaitych imprezach promocyjnych.

Ale dla dziennikarzy liczy się jedno: to naczelny decyduje w gazecie o wszystkim i nawet jeśli na to "wszystko" nie ma czasu, to i tak do niego należy ostatnie słowo.

Sekretarz redakcji

Sekretariat redakcji nie nic wspólnego z sekretariatem w jakiegokolwiek innej firmie, gdzie zadania ograniczają się do parzenia kawy, łączenia rozmów i ewentualnie spławiania natrętów. Sekretariat redakcji to taka redakcyjna wieża kontroli lotów. Sekretarz, a w większych redakcjach sekretarze czuwają nad wszystkim, co dzieje się w redakcji. Przede wszystkim pilnują terminowego spływu tekstów: od redaktorów do naczelnych bądź do redaktora prowadzącego, do korekty, do studia graficznego, do działu produkcji. Sekretarz jest w redakcji kimś w rodzaju ekonoma, goniącego do pracy. Dlatego dobry sekretarz to sekretarz skuteczny.

Do ważnych zadań sekretarza należy sporządzenie szpigła, czyli dokumentu obrazującego układ materiałów reakcyjnych i reklam na konkretnych stronach. Sekretariat jest więc naturalnym miejscem wymiany informacji między biurem reklamy a redakcją. Do niego trafia spis reklam zebranych przez dział reklamy, a sekretarz musi tak rozmieścić je w szpiglu, by układ odpowiadał wymaganiom klientów. Każda reklama ma przecież określone parametry: wymiar, pozycję (strona lewa, prawa, okładka itp.) . Sekretarz musi dostarczyć szpigiel wszystkim zainteresowanym, przede wszystkim redaktorom, studiu graficznemu, działowi produkcji. Ze szpigła wynika, ile miejsca mają w gazecie poszczególne działy bądź artykuły i jak będą sąsiadować z reklamami, co stanowi też wytyczne dla studia graficznego, jak należy składać strony.

Sekretarz redakcji dogląda też pracy studia graficznego pod kątem zgodności projektowanych stron ze szpigłem i rozstrzyga o ewentualnej konieczności skrócenia materiału lub jego rozbudowania, tak by pasował do zaplanowanej powierzchni.

W mniejszych redakcjach sekretarze mogą pełnić funkcje redaktorów, poprawiając teksty.

Dziennikarz

Tu sprawa jest jasna dziennikarz pisze teksty, które są publikowane w prasie. Artykuły rzadko kiedy powstają ot tak, z głowy (w zasadzie tak można napisać tylko felieton). Ale mogą być pisane zza biurka. Dotyczy to zwłaszcza tak zwanych depeszowców w gazetach, którzy przygotowują krótkie informacje na podstawie doniesień agencyjnych. Nie ruszając się z redakcji można także przeprowadzić wywiad (telefonicznie), choć nie zastąpi to całkiem kontaktu na żywo z rozmówcą. Ale we wszystkich tych przypadkach dziennikarz korzysta ze źródeł. Dlatego często mówi się, że dziennikarz – choć to zawód twórczy – świeci tylko światłem odbitym.

Szczególne kategoria wśród dziennikarzy są reporterzy. Tu nie mowy o pisaniu zza biurka. Reporterzy docierają na miejsca wydarzeń, które są podstawą dla ich relacji.

źródło:

<http://e-lekcje.org/pomoce-naukowe/rolewredakcji.html>