

ЭКОНОМИКА, ПОЛИТИКА, ПРАВО И СМИ

УДК 070

Д. В. Волокитин
Крымский федеральный университет
им. В. И. Вернадского, Симферополь

РУБРИКИ И ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ КАК ПРОСТРАНСТВО СОДЕРЖАТЕЛЬНОГО РАЗВИТИЯ РАЗВЕРНУТОЙ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ИСТОРИИ

В статье рассматривается принципиально новый подход к использованию рубрик и тематических (полосно-тематических) разделов. Как показывает практика, они могут являться не только элементами композиции и дизайна (макета) газеты или журнала, но и стать эффективным творческим инструментом при планировании развернутых журналистских историй (РЖИ) для печатных СМИ, особенно когда над ними работают начинающие журналисты.

Ключевые слова: тематический раздел, рубрика, банк рубрик.

Роль тематических разделов и рубрик в журналистской практике, как правило, строго ограничена. Они воспринимаются исключительно в качестве компонентов типового оригинал-макета газеты или журнала. Это позволяет читателям сразу же обратиться к интересующим их материалам, которые всегда размещены на соответствующих площадях. Например, политические публикации – на первых полосах, спорт и здоровье – на внутренних, а прогноз погоды и гороскоп – на последней. В этой связи внутриредакционная структура делится на так называемые отраслевые отделы – журналистские подразделения, каждое из которых отвечает за освещение той или иной тематики в зависимости от общей направленности издания [7].

Некоторые исследователи не усматривают принципиальной разницы между тематическими разделами и рубриками [5]. На наш взгляд, главное их отличие заключается в том, что тематический раздел определяет магистральное содержательно-тематическое направление целой газетной или журнальной полосы (иногда смежных полос). Цель рубрики – обозначить тематический вектор отдельного журналистского материала (или подборки материалов) на конкретной полосе.

В этой связи достаточно смелым нам кажется и употребление термина «внутритекстовая рубрика». Это – «слово или словосочетание, графически выделенное в тексте и обозначающее тему текста, отрывка или более крупной рубрикационной единицы» [6. С. 352]. Если рубрика действительно обозначает тему всего медиатекста, то тему (точнее подтему) его отдельных отрывков в виде слова или словосочетания логичнее, на наш взгляд, было бы называть не внутритекстовыми рубриками, а подзаголовками.

Таким образом, тематические разделы и рубрики в печатных СМИ решают сразу несколько задач: позволяют организовать содержательно-тематическую модель издания, указывают на основные тематические направления его публикаций, делают комфортной разработку композиции номеров, определяют их структуру в целом и каждого выпуска в отдельности. Вполне логично, что любое издание заинтересовано в том, чтобы, во-первых, тематически «пометить» каждую из своих полос, а во-вторых, иметь собственную систему рубрик, причем «общего шаблона в этом отношении быть не может» [2. С. 162].

Жесткий рубрикатор (синонимичное название – модель издания), в который упаковывается содержание каждого номера, позволяет как распределять площади между тематическими направлениями, так и обозначать размеры и жанровые особенности отдельных публикаций. При жесткой модели издания все сводится к механическому заполнению рубрик соответствующими текстами и иллюстрациями. При наличии такого шаблонного макета материалы попросту «вбрасываются, как рыбка в подготовленную сеть, где ей осталось только не потеряться среди прочих» [8. С. 116].

Недостатком этого метода, в отличие от импровизации, является определенная консервативность [3], когда форма может начать довлеть над содержанием. В результате журналисты будут вынуждены подгонять объем текстов под размеры отведенных для них рубрик, а это может привести к тому, что в одних случаях сократят важную информацию, в других, наоборот, объем текста увеличится за счет несущественной. Тем не менее, преимущество метода рубрицирования по сравнению с методом импровизации – гораздо большая стабильность качества издания. «Если при методе импровизации никаких гарантий качества каждого последующего номера дать нельзя, то при методе рубрицирования читатель может быть уверен, что в любом номере он получит соответствующее информационное меню» [3. С. 169].

Как уже говорилось выше, рубрики помогают организовывать не только целый выпуск, но и конкретный материал, являясь частью «заголовочного комплекса». «Это – комбинация заголовка, подзаголовка и (не всегда) названия рубрики» [3. С. 105]. Если она вводится, то берет на себя «информирование о теме, позволяя подзаголовку сосредоточиться на идее» материала [3. С. 97].

Постоянные рубрики, под которыми регулярно публикуются материалы, воспитывают в читателе верность изданию. «Хорошая рубрика может оставаться на газетных страницах долгие годы, не теряя при этом популярности и завоевывая симпатии новых читателей» [4. С. 143].

Наиболее подробно система рубрицирования представлена С. М. Гуревичем [2. С. 160-163]. Исследователь делит рубрики на тематические и служебные. Первые обозначают и объединяют как однотемную подборку публикаций на газетной полосе, так и целую тематическую полосу. В многополосных изданиях часто используют такие «постоянные полосные тематические рубрики» (*так исследователь называет тематические разделы. – Д.В.*), как «Политика», «Экономика», «Культура», «Спорт» и др., стоящие над соответствующей полосой.

Столь же активно в газетах используют и служебные рубрики. С. М. Гуревич определяет несколько их видов:

- жанровые рубрики: «Наше интервью», «Репортаж», «Обозрение», «Факт и комментарий» и др., определяют жанр публикаций;
- временные рубрики: «Пульс недели», «Сегодня и вчера» и др., обозначают время событий, о которых сообщают публикации;
- региональные рубрики: «Вчера в нашем городе», «В России», «Заграница» и др., ограничивают регион, о котором идет речь;
- аудиторные рубрики: «Для вас, книголюбы», «Советы садоводам» и т.п. нацелены на определенную группу читателей;
- служебные рубрики, которые могут подсказывать источник информации: «От наших собственных корреспондентов», «Информационные агентства сообщают» и др. Иногда служебная рубрика дает развернутую характеристику публикации, над которой она стоит, указывая и ее жанр, и источник информации: «Письма наших читателей».

С. М. Гуревич подчеркивает, что кроме общих рубрик некоторые издания используют и монопольные (эксклюзивные), которые встречаются только в данном издании. Например, в архангельской областной газете долгое время использовали рубрики: «Поморское ожерелье», «Панорама Севера», «Рыбацкими румбами», «У кромки континента», «Ледокольная хроника» и др., связанные с местной жизнью и особенностями региона. Понятно, что ни в Москве, ни в Курске или Екатеринбурге в газетах не могли бы появиться подобные тематические рубрики.

От рубрикатора во многом зависит и имидж издания. Причем «монопольные рубрики играют в его формировании не меньшую, а подчас большую роль, чем общие рубрики» [5. С. 162]. Однако границы потенциального использования тематических разделов и рубрик (в первую очередь не организационные, а творческие), по нашему мнению, гораздо шире.

Для внесения терминологической ясности мы, прежде всего, предлагаем свое авторское толкование некоторых понятий. В частности, под «тематическим разделом», на наш взгляд, следует понимать место затрагиваемых автором общественных проблем и явлений в системе интересов аудитории. Как уже говорилось выше, он указывает на основную тематику отдельной полосы (или смежных полос). Несмотря на тематическое изобилие в системе СМИ, анализ фактического материала позволяет нам для определения содержательно-тематического направления и композиционной модели газеты или журнала ограничиться только 16

тематическими (полосно-тематическими) разделами для разработки собственной системы (постоянных и временных) рубрик. Это (в широком смысле):

1. Политика.
2. Новости.
3. Общество.
4. Календарные даты.
5. Экономика и бизнес.
6. Культура.
7. Интервью и комментарии.
8. Регион.
9. Туризм.
10. Молодежная (студенческая) жизнь.
11. Образование и наука.
12. Досуг.
13. Здоровье.
14. Спорт.
15. Происшествия (криминал).
16. Универсальные рубрики.

Подчеркнем особо, некоторые рубрики могут быть отнесены сразу к нескольким тематическим разделам, например «Только факты» или «Возвращаясь к напечатанному».

Конечно, данные разделы могут иметь синонимичные названия. Например, вместо «Политика» – «В коридорах власти», вместо «Новости» – «Колесо обозрения», а вместо «Регион» – «Крымский глобус». Главное, чтобы было четко определено содержательно-тематическое направление той или иной полосы, поскольку каждая из них, как правило, ограничена своим кругом тем. В связи с этим считаем необходимым подчеркнуть, что, на наш взгляд, следует понимать под темой в журналистике. Это – предмет изображения; то, о чем автор в широком смысле собирается рассказать аудитории. Тема подчеркивает актуальность, масштаб и новостную мощь затрагиваемых в материале общественных проблем и явлений.

Подойти к планированию материала можно разными способами: от информационного повода – к теме, от рубрики – к замыслу. В любом случае, это предполагает комплексный подход путем анализа и систематизации имеющихся данных, что позволяет выстроить стратегию создания медиапродукта.

В свою очередь, под рубрикой мы понимаем не только композиционный ориентир макета издания, но и содержательно-тематический фарватер, по которому должен пройти предмет изображения (т. е. тема) для завоевания внимания аудитории. Рубрику можно назвать тематическим стержнем, кодом, вектором, индексом материала. Она позволяет сузить тему до конкретного тематического маршрута. Чем точнее подобрана или сформулирована рубрика, тем легче автору работать при планировании материала, сборе информации и ее последующей обработке.

Возьмем для примера такую ситуацию – очередное убийство определенной группой подростков бродячих животных. Очевидно, что медийность ей придает периодичность подобных проявлений жестокости, а последний случай явился той каплей, которая переполнила чашу терпения общественности и стала информационным поводом для написания материала.

На первый взгляд, данная медиаситуация четко укладывается в русло полосно-тематического раздела «Происшествия / Криминал». С этим вполне можно согласиться лишь в том случае, если она ограничивается информационной заметкой в рамках новостной журналистики, главная цель которой, как минимум, дать исчерпывающие ответы на четыре из шести основных журналистских вопроса: кто? что? где? когда?

Но речь идет не о матерых рецидивистах, а о подростках, возможно, сбившихся с пути, поэтому криминальная сторона данной медиаситуации – лишь ее внешняя оболочка. Для создания развернутой (максимально подробной) журналистской истории (РЖИ) этого явно недостаточно, потому что без ответа остаются два других основных журналистских вопроса – как? и почему?: «Как (каким образом, по какой причине) вызревают в современных подростках ростки жестокости?»; «Как избавить подрастающее поколение от проявлений неконтролируемой агрессии?»; «Почему общество (семья, школа и т.д.) не смогло привить им доброту, сердечность,

в том числе по отношению к братьям нашим меньшим?»; «Почему проявления подобного варварства возможны в цивилизованном обществе?», т. е. необходимо вскрыть данную проблему как социальное явление. Следовательно, такая медиаситуация больше подпадает под полосно-тематический раздел «Общество», что сразу же меняет тематический вектор истории.

Прежде чем переходить от полосно-тематического раздела к теме, попробуем сформулировать возможный замысел будущей журналисткой истории, в центре которой всегда должны быть реальные герои. Кто может быть в нее вовлечен? Это наверняка подростки, непосредственно участвовавшие в убийстве бродячих животных; родители этих подростков; друзья и знакомые подростков; учителя подростков, включая классного руководителя и директора школы; сотрудники ближайшего отделения милиции; муниципальные власти (коммунальные службы), отвечающие за контроль над популяцией бродячих животных на своей территории; организации по защите бродячих животных; психологи.

Определение героев данной истории диктует нам следующие возможные темы:

- причины подростковой жестокости или преступности;
- неблагополучная семья – причина проявления подростковой агрессии или благополучная семья – не панацея от проявления подростковой агрессии;
- равнодушие и невнимание к тем, кто тебя окружает, может привести к печальным последствиям;
- недостаточное внимание учителей к внешкольной жизни учеников;
- ненадлежащая работа правоохранительных органов по части профилактики правонарушений, совершаемых подростками;
- халатность коммунальных служб, не контролирующих популяцию бродячих животных;
- отсутствие финансирования организаций по защите бродячих животных может привести к убийствам последних живодерами;
- психологические причины проявления подростковой агрессии и способы ее профилактики.

Определение героев и тем нашей истории позволит сформулировать и возможные замыслы как первый практический шаг к планированию РЖИ. Развернутой журналисткой историей мы считаем максимально подробный рассказ об актуальных, значимых общественных событиях, явлениях и интересных аудитории людях, цель которого – дать исчерпывающие ответы на все шесть основных журналистских вопросов: кто? что? где? когда? как? почему?

Исходя из данной медиаситуации, замыслы РЖИ могут быть следующими:

1. Это материал о подростках, необузданная агрессия которых толкает их на жестокие убийства бродячих животных, и том, как этому противостоять.
2. Это материал о родителях, чьи дети из-за неблагополучия в семье вымещают свою злость на убийстве бродячих животных. Возможно, это материал о родителях, чьи дети, несмотря на достаток и хорошее воспитание, убивают бродячих животных, получая от этого болезненное удовольствие.
3. Это материал о друзьях и знакомых убийц бродячих животных, которые поделятся своими соображениями о причинах подобного проявления агрессии.
4. Это материал об учителях, которые мало интересуются личной жизнью своих учеников, в результате чего последние совершают противоправные действия.
5. Это материал о сотрудниках правоохранительных органов, которые не в состоянии контролировать подростковую преступность.
6. Это материал о работниках коммунальных служб, которые допустили неконтролируемое размножение бродячих животных, в результате чего жители данного района стали самостоятельно, путем убийств, сокращать их популяцию.
7. Это материал об организации защиты бродячих животных, которая, из-за отсутствия финансирования не в состоянии повлиять на ситуацию с участвовавшими случаями убийств бродячих животных.
8. Это материал о психологе (психологах), который (-ые) поможет (-ут) разобраться в причинах проявления подростковой агрессии, озвучив меры ее профилактики.

Подведем итог. Мы имеем медийную ситуацию, а значит, информационный повод. Обозначили полосно-тематический раздел, к которому она относится. Сформулировали возможные темы и замыслы будущих материалов. Следующим шагом является определение рубрики, то есть того

содержательно-тематического фарватера, который должен пройти предмет изображения для завоевания внимания аудитории.

Для того, чтобы подобрать оптимальную рубрику под планируемый материал, необходимо потратить немало времени и сил. Гораздо проще ее выбрать. Для этого мы предлагаем обучающимся составить специальный банк рубрик, в котором они распределяются по 16 обозначенным выше полосно-тематическим разделам. Например, рубрики «Доброго здоровья», «Домашний доктор», «Другая медицина», «Ешь и худей», «Копилка здоровья» и т. д. относятся к тематическому разделу «Здоровье»; рубрики «Король ринга», «Культ тура», «На полях мира», «Рекорды», «Спорт-блиц» и т. д. – к разделу «Спорт», а рубрики «Бессилие закона», «Внимание, розыск!», «Городовой», «Прокурорское око», «40 градусов» – к разделу «Происшествия / Криминал»).

В данном случае вполне уместно провести аналогию со словарем рифм. Поэты используют его для того, чтобы каждый раз не «придумывать» для рифмовки нужное слово, а просто выбрать его из списка сходных рифмующихся слов.

Первый замысел «Это материал о подростках...» строго ориентирует нас на непосредственное общение с живодерами. В чем причина их необузданной жестокости? Она ограничится только убийством бродячих животных или впоследствии выплеснется и на людей? Эти и другие вопросы, исходя из замысла, автор должен задать прежде всего самим подросткам, выслушать их ответы и, скорее всего, переадресовать для анализа компетентным в этой области специалистам, в данном случае – психологам.

Важно подчеркнуть, что развернутые журналистские истории, как правило, пишутся постфактум: после события прошло время, информационные агентства, телевидение и радио уже сообщили аудитории что, где и когда произошло. Задача РЖИ – пролить свет на то, что осталось, как говорится, за кадром. Зачастую это – детальный анализ события: как и по какой причине оно стало возможным.

Из предполагаемого банка рубрик в данном случае уместно, например, выбрать такую: «Разговор на «ты». Ключевое слово в данной ситуации – «откровенность». Это автор в обязательном порядке должен подчеркнуть во врезе (лиде), настроив читателей на соответствующий лад. Не стоит ожидать, что подростки-живодеры обязательно будут с ним откровенны. Главная задача – задавать им максимально откровенные вопросы, ведь читатели должны почувствовать, что журналист сделал все, что мог, пытаясь их раскрыть. Для этого он и сам должен избрать в беседе с интервьюируемыми соответствующую линию поведения, которую диктует рубрика.

Еще одна возможная рубрика в рамках данного замысла – «Из первых уст». Она предполагает, что автор откроет читателям ранее неизвестные детали события или, непосредственно общаясь с их участниками, посмотрит на ситуацию под неожиданным углом зрения. Данный подход невольно вызовет дополнительный интерес у читателей. Для этого автор должен внимательно проанализировать все, что писалось и говорилось о случившемся, обнаружить в истории «белые пятна» и заполнить их информацией в разговоре с подростками. Это и станет преимуществом данного материала, о чем автор также должен пообещать во врезе (лиде), подогрев читательский интерес.

Второй замысел «Это материал о родителях...» посвящен тому, как атмосфера в семьях подростков (положительная или отрицательная) повлияла на проявления у них агрессии по отношению к бродячим животным. В данном случае также уместны рубрики «Разговор на «ты» и «Из первых уст», предполагающие соответствующую линию интервьюирования, но в банке рубрик можно подобрать и другие, например «Право на ответ». Она предполагает, что родители подростков-живодеров выступят в качестве адвокатов своих отпрысков и попытаются их оправдать. Цель такого материала – дать им возможность высказаться, чтобы читатели самостоятельно сделали из ответов родителей соответствующие выводы. Это тем более уместно сделать в том случае, если другие СМИ уже освещали данное событие, но ни одно из них не обращалось за комментариями к родителям подростков. Таким образом автор заполнит ту эксклюзивную информационную нишу, которая оказалось незанятой.

Еще одна рубрика, уместная в рамках данного замысла, – «Вопрос-ответ». Она предполагает беспристрастность: сухие вопросы – сухие ответы. В данном случае автор также, беспристрастно выслушав родителей подростков, дает возможность читателям самостоятельно сделать выводы на основании полученных ответов.

Третий замысел «Это материал о друзьях и знакомых...» предполагает выяснение у них каких-то ранее неизвестных деталей к портрету живодедов и линии их поведения. Здесь, например, возможно применить рубрики «В поисках смысла», «Взгляд со стороны», «Угол зрения».

Четвертый замысел «Это материал об учителях...» дает возможность построить беседу так, чтобы заочно обвинить их в невнимании к внешкольной жизни своих учеников. В данном случае автор как бы заставит наставников оправдываться, используя линию нападения и задавая острые вопросы. О том, что именно такую цель преследует автор, читатели должны знать заранее (из вреза). Закончить его можно, например, таким риторическим вопросом: «А что же школа, или сегодня главная обязанность учителей на рабочем месте – дожить до конца уроков?» В рамках данного замысла уместны такие острые рубрики, как «Точка кипения», «Под прицелом прессы» и др.

Пятый замысел «Это материал о правоохранительных органах...» позволяет выслушать аргументы стороны обвинения. Какие конкретно обвинения предъявляют подросткам официальные представители правоохранительных органов? Для убедительности крайне важны и детали правонарушения – как и при каких обстоятельствах все происходило. Отсюда рубрики: «Буква закона», «Резонанс» и т. д. Если родители выступают адвокатами своих детей, то правоохранительные органы, наоборот, обвинителями. В данном случае главная задача автора – разобраться, насколько обоснованными являются обвинения с акцентом на детали происшествия. Важно понять и то, какое наказание (максимальное и минимальное) ожидает подростково-живодедов.

Шестой замысел «Это материал о работниках коммунальных служб...» – журналистское расследование. Его цель – выяснить, допустили или нет коммунальщики неконтролируемую популяцию бродячих животных на территории, за которую несут ответственность? Другими словами, есть ли их вина в том, что совершили подростки-живодеды? Как и в случае с учителями, коммунальщиков следует заставить оправдываться, задавая острые вопросы. Помимо тех рубрик, которые могут быть использованы в работе над четвертым замыслом, взять на вооружение в данном случае считаем целесообразным и такие: «In focus», «Прямая речь», «Прямым текстом». В целом, это должен быть материал, не только проливающий свет на какую-то из сторон совершенного правонарушения, но и затрагивающий проблему бродячих животных вообще.

Седьмой замысел «Это материал об организации по защите бездомных животных...», как и в предыдущем случае, – история не столько о совершенном подростками правонарушении, сколько о том, как подобные организации могут защитить животных от проявления жестокости (волонтерское движение, приюты и т. д.), как финансируются эти организации, об их взаимоотношениях с официальными лицами, коммунальщиками, ветеринарной службой, санэпидемстанцией и др. Здесь также убийство животных является лишь поводом для того, чтобы рассказать о деятельности организаций по защите братьев наших меньших. Сколько ими спасено животных? Какие проблемы стоят наиболее остро? Подобная тема очень близка читателям. Отсюда и соответствующие рубрики: «По зову сердца», «Школа выживания», «Вечная тема», «Доброе дело», «Дело жизни» и т. д.

Восьмой замысел «Это материал о психологах...» также преподносит историю с убийством бродячих животных лишь как информационный повод для беседы с компетентными людьми о подростковой неконтролируемой агрессии и преступности в целом. Это будут диктовать и соответствующие рубрики: «Экспертное поле», «В порядке консультации» и т. д. Автор в данном случае, как минимум, получит ответы на ряд важных вопросов, чтобы удовлетворить любопытство читателей. По какой причине у подростков возникают вспышки неконтролируемой жестокости? Насколько это явление уникально? Как противостоять подобной агрессии? Что для этого нужно делать? Кто должен этим заниматься? Сколько это стоит? Список можно продолжить.

Любой журналист, желает он того или нет, обязательно (сознательно или интуитивно) формулирует предварительные этапы планирования своего материала: идею, информационный повод, медиапотенциал, тему и т. д. Зачастую профессионалы делают это в уме (априори), как говорится, «на ходу», но обучающимся лучше осуществлять планирование на бумаге, четко анализируя и фиксируя каждый его этап.

В этой связи, на наш взгляд, значение рубрикационной системы в качестве творческого инструмента при планировании развернутых журналистских историй не до конца оценено.

После возникновения идеи будущего материала – ситуации, содержащей медиапотенциал, подкрепленной информационным поводом (причиной для ее медийной реализации), наступает следующий этап планирования материала – формулирование темы (предмета изображения). Подбор путем анализа нужного тематического раздела может не только помочь правильно ее сформулировать, но и указать на жанровую ориентацию будущего материала – предварительную модель его возможной жанровой формы (жанра). В свою очередь, подбор соответствующей рубрики может оказать неоценимую помощь в формулировании замысла, являющегося фундаментом для составления заявки – плана действий, которые требуется реализовать для создания будущего медиапродукта. Таким образом, тематические разделы и рубрики, по нашему мнению, – своего рода скрепы в цепочке «от возникновения его идеи до реализации замысла» [1. С. 5].

Цель работы с рубриками – дать возможность обучающимся посмотреть на будущий материал под разными углами, поскольку каждая конкретная рубрика диктует особую линию поведения автора при планировании и работе над медиатекстом. Рубрики помогают определить вектор, тему (предмет) изображения, что существенно облегчает работу, направляя ее в конструктивно-практическое русло. Можно говорить о том, что рубрика – это код журналистского материала, семя, из которого он впоследствии формируется.

Рассмотрим следующую ситуацию. Перед обучающимся стоит задача – взять интервью у известной спортсменки притом, что она, как минимум, дает несколько интервью в год. Для этого, естественно, первым делом, нужно ознакомиться с последними материалами о героине будущей публикации, чтобы узнать, о чем в них шла речь. Но как определить, что в них не было затронуто и, следовательно, на что следует сделать упор в интервью, придав материалу, таким образом, некоторую эксклюзивность?

Неоценимую помощь в этом отношении и может оказать банк рубрик, который мы предлагаем составлять всем обучающимся и использовать его при планировании каждой развернутой журналистской истории. Для этого следует перманентно аккумулировать встречающиеся новые рубрики по 16 тематическим разделам.

Например, рубрика «История успеха» ориентирует на разговор со спортсменкой как с человеком, сумевшим себя полностью реализовать. Здесь речь может идти о ней не столько как о спортсменке, сколько как о личности, умеющей, преодолевая жизненные трудности, добиваться поставленных целей. Наоборот, под рубрикой «Мастер-класс» речь может идти о ней, главным образом, как о спортсменке. В таком интервью следует задавать вопросы, которые позволили бы читателям узнать секреты достижения спортсменкой блестящих результатов на различных соревнованиях. Выбирая рубрику «Нетрудовые будни», мы ориентируем аудиторию на беседу о бытовой стороне жизни спортсменки, а под рубрикой «Зверьё моё» – рассказываем о ее домашних питомцах.

Если идея, информационный повод, тема, медиапотенциал – это в целом теоретический (подготовительный) этап будущего материала, то рубрика – это переход от теории к практике: она позволяет сформулировать замысел – первый шаг к практической реализации будущего медиапродукта, а значит, и заявки (пошагового плана работы над ним), без которой его написание для обучающихся, как показывает практика, может стать проблематичным.

РЖИ, как правило, занимают либо целую полосу, либо львиную долю площади полосы самого популярного газетного печатного формата А3. Следовательно, тематический раздел такой полосы, помимо рубрики, заголовка, подзаголовка и вреза (лида), на наш взгляд, можно также считать неотъемлемой частью заголовочного комплекса развернутой журналистской истории, поскольку данный раздел либо полностью, либо в целом на нее ориентирован.

В содержании заголовочного комплекса РЖИ должны присутствовать или, по крайней мере, четко угадываться идея, информационный повод, тема, медиапотенциал и замысел истории. И присутствовать на таком уровне, чтобы читатели не могли оставить без внимания данную публикацию.

Список литературы

1. Волокитин Д. Ю. Замысел журналистского материала: идея, медиапотенциал, информационный повод, формулирование // Ученые записки Крымского федерального

университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. Том 2 (68). № 4. Симферополь, 2016. С. 3–11.

2. Гуревич С. М. Номер газеты. Москва, 2002. 191 с.
3. Колесниченко А. В. Прикладная журналистика. Москва, 2008. 192 с.
4. Олешко В. Ф. Журналистика как творчество. Москва, 2003. 356 с.
5. Рубрикаторы информационных изданий // Студопедия. URL: http://studopedia.ru/1_52514_rubrikatori-informatsionnih-izdaniy.html (дата обращения: 12.08.2018).
6. Справочник молодого журналиста. Москва, 2010. 512 с.
7. Цвик В. Л. Введение в журналистику: учеб. пособие. Изд. 2-е, доп. и переработанное. М., 2000. URL: http://www.e-reading.link/chapter.php/1019966/3/Cvik_-_Vvedenie_v_zhurnalistiku.htm (дата обращения: 10.08.2018).
8. Черникова Е. В. Основы творческой деятельности журналиста : учеб. пособие. 2-е изд., испр. и доп. Москва, 2012. 414 с.

TOPICS AND THEMATIC SECTIONS AS A METHOD OF DETERMINING THE VECTOR OF DETAILED JOURNALISTIC HISTORY AT THE STAGE OF ITS PLANNING

*Volokitin D. Y., Crimean Federal University named after V. I. Vernadsky, Simferopol,
dmitrijvolokitin@yandex.ru*

The article deals with a fundamentally new approach to the use of headings and thematic sections. As practice shows, they can be not only elements of composition and design (layout) of a newspaper or magazine, but also become an effective creative tool in planning developed journalistic stories (DJS) for print media, especially when a beginner journalists work on them. The purpose of working with the headings is also to enable students to look at the future material from different angles. For each specific heading dictates a special line of the author's behavior in planning and working on the material. Headings help to determine the vector, subject of the image, which greatly facilitates the work, directing it to the constructive and practical channel. An invaluable service in this respect can be provided by a special Bank of rubrics, which we propose to compile to all trainees and use it in planning each journalistic history.

Key words: thematic section, heading, Bank of rubrics.

References

1. Volokitin, D. Y. (2016). Zamyсел zhurnalistikogo materiala: ideya, mediapotencial, informacionnyj povod, formulirovanie [The Idea of journalistic material: the idea, MediaPortal, newsworthy, formulation]. *Uchenyye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Filologicheskiye nauki* [Scientific notes of the Crimean Federal University named after V. I. Vernadsky. Philological science], Simferopol, Volume 2 (68). No. 4. pp. 3–11 (in Russ.).
2. Gurevich, S. M. (2002). *Nomer gazety* [Number of the newspaper]. Moscow, Aspekt Press, 191 p. (in Russ.).
3. Kolesnichenko, A. V. (2008). *Prikladnaya zhurnalistika* [Applied journalism]. Moscow, Publishing house "Moscow University publishing House", 192 p. (in Russ.).
4. Oleshko, V. F. (2003). *Zhurnalistika kak tvorchestvo* [Journalism as creativity]. Moscow, RIP-Holding, 356 p. (in Russ.).
5. Rubrikatory informacionnyh izdaniy [Categories of information publications]. *Studopediya* [Student encyclopedia]. Available at: http://studopedia.ru/1_52514_rubrikatori-informatsionnih-izdaniy.html (accessed 12.08.2018) (in Russ.).
6. *Spravochnik mladogo zhurnalista* (2010) [Directory of young journalist]. Moscow, 512 p. (in Russ.).
7. Tsvik, V. L. (2000). *Vvedenie v zhurnalistiku* [Introduction to journalism]. Moscow, available at: http://www.e-reading.link/chapter.php/1019966/3/Cvik_-_Vvedenie_v_zhurnalistiku.htm (accessed 10.08.2018) (in Russ.).

8. Chernikova, E. V. (2012). *Osnovy tvorcheskoj deyatel'nosti zhurnalista* [Osnovy of creative activity of a journalist]. Moscow, School of publishing and media business, 414 p. (in Russ.).

Волокитин Дмитрий Юрьевич – ассистент кафедры межъязыковых коммуникаций и журналистики, Таврическая академия Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского.

dmitrijvolokitin@yandex.ru