

УДК 070  
ББК 76

*Г. С. Мельник*  
*г. Санкт-Петербург, Россия*

### **Журналистика в подготовке специалистов по связям с общественностью**

Статья посвящена проблемам обучения студентов отделения связей с общественностью приемам и навыкам журналистского творчества, изучению принципов журналистской профессиональной деятельности. Специалист по связям с общественностью, помимо коммуникационных способностей, должен иметь литературные, творческие задатки, обладать развитым образным мышлением, владеть системой изобразительно-выразительных средств журналистики.

*Ключевые слова:* медиатекст, журналистское произведение, специалист по связям с общественностью, СМИ, жанры

*G. S. Melnik*  
*Saint Petersburg, Russia*

### **Journalism in Training Specialists in Public Relations**

The article deals with the problems of teaching public relations students some techniques and skills of journalistic creativity, learning the principles of journalistic profession. A specialist in Public Relations, in addition to communication skills, must have literary and artistic inclinations, developed imaginative thinking and employ a system of figurative-expressive means of journalism.

*Keywords:* media text, journalistic product, specialist in Public Relations, media, genres.

Государственный стандарт по подготовке специалистов по связям с общественностью предусматривает изучение в рамках дисциплины «Теория и практика массовой информации» тем, связанных с основными теоретическими понятиями журналистики, жанровыми особенностями современной российской журналистики.

В задачи журналистского цикла входит:

– обучить грамотно «читать» медиатекст; развить способности к восприятию и аргументированной оценке информации, развивать самостоятельность суждений, критического мышления, предпочтений, эстетического вкуса; интегрировать знания и умения, формирования навыков журналистского творчества.

– развить способность использовать информационные системы для решения профессионально-творческих задач;

– дать студентам знание функций информации в системе СМИ, современных технологий сбора, обработки, хранения, распространения информации;

– помочь овладению современными методами получения информации;

– привить навыки написания журналистских текстов в различных жанрах;

– овладеть методикой мониторинга СМИ.

Специалист по связям с общественностью, помимо коммуникационных способностей, должен иметь литературные, творческие задатки, обладать развитым образным мышлением, владеть системой изобразительно-выразительных средств журналистики. Он способен решать следующие профессиональные задачи: 1) подготовить и написать журналистское произведение в таких жанрах, как заметка, корреспонденция, комментарий, интервью, теле- радиосюжет; 2) отредактировать текст; 3) отобрать и подготовить сообщения, поступающие из информационных служб; с «ленты новостей»; 4) провести «круглый стол», «прямую линию» и другие акции; 5) вычитать гранки, полосы; сделать монтаж записанного, отснятого материала, работать с изобразительной информацией, электронной техникой; 6) подготовить обзор номера для «летучки»; 7) наладить взаимодействие с организациями, учреждениями и общественностью для решения конкретных редакционных задач; 8) подготовить обоснование для социологического исследования аудитории, опроса общественного мнения, использовать социологическую информацию и методы для выполнения своих профессиональных задач.

В обучении используются классические и инновационные методы, известные в медиаобразовании: словесные (рассказ, лекция, беседа, взаимообогащающий диалог, обсуждение, анализ, дискуссия и т. д.); наглядные (просмотр аудиовизуального материала), репродуктивные, исследовательские, эвристические, проблемные, игровые (моделирование творческой деятельности создателей медиатекста, импровизация и т. д.). Данные методы основаны на следующих дидактических принципах: социокультурное развитие творческой личности в процессе обучения, научность, систематичность и доступность обучения, связь теории с практикой, наглядность, активность аудитории, переход от обучения к самообразованию, связь обучения с окружающей действительностью, положительный эмоциональный фон, учёт индивидуальных особенностей студентов [12, с. 20].

В цикле лекций СМИ рассматриваются в контексте общих социальных и духовных процессов, выявляется роль современной журналистики в создании целостной картины мира и в процессах интеграции. Огромное влияние на развитие прессы оказывает прогресс информационно-коммуникационных технологий. Информация в современном мире используется как экономический и политический ресурс, в процессе оборота она приобретает потребительские свойства. В ходе освоения материала студенты получают знания о важнейших тенденциях развития современной журналистики: 1) процессах конвергенции различных СМИ, мультимедийных технологиях, глобализации, интеграции СМИ в Интернет; 2) о превращении средств массовой информации в медиапредприятия под воздействием рыночной экономики; 3) о формировании социальной и бизнес-коммуникации в телекоммуникационных сетях; 4) о возрастании конкуренции в сфере СМИ, что имеет последствия для самой профессии журналиста и для экономики СМИ; 5) о сегментации аудитории по профессиональным и индивидуальным интересам, по социальным, образовательным, гендерным критериям.

Важное место в лекционном курсе отводится также теоретическому осмыслению проблем: 1) влияния рынка прессы на типологию изданий; 2) формирования современной российской медиаструктуры; 3) отражение на типологии российской прессы общих тенденций мировой журналистики. Это предполагает знакомство с ежегодными отраслевыми докладами

Федерального агентства по печати о состоянии российских СМИ [18], позволяет увидеть студентам процесс укрупнения информационных структур, расширение сферы деятельности Издательских Домов и медиа-холдингов, появления новых изданий в структуре российских СМИ (рекламно-справочные издания, информационно-коммерческие издания, деловая пресса, отраслевая пресса).

Осваивая предметную область журналистики, студенты получают также представления о закономерностях строения, регуляции и развития профессиональной деятельности; осваивают различные ее виды: организационно-управленческую (творчество редактора, ответственного секретаря, заведующего отделом), организаторскую и собственно творческую, связанную с подготовкой особого вида текстов. На практических занятиях уделяется внимание как продуктивным, так и репродуктивным аспектам творческого труда журналистов.

Основной продукт журналистского творчества – текст. В лекционном курсе преподаватель раскрывает операционные, мотивационные, интеллектуальные и личностные аспекты журналистского творчества, представляя студентам журналистский текст, который рассматривается как цельное семиотическое образование, имеющее общие классификационные признаки, и последовательное знаковое построение, образующее *сообщение*. Акцентируется внимание на узнаваемых признаках журналистского текста: документальность, форма подачи материала, актуальность, релевантность, популярность. Журналистский текст обладает специфическими качественными признаками.

Основным из признаков текста является *знаковость*, поскольку текст всегда зафиксирован и представлен в конкретных знаках. В процессе текстообразования используются иконические знаки – для создания иконических (изобразительных) текстов, которые, в частности, явно доминируют в журнальной иллюстрированной печати.

Петербургский профессор Б. С. Мисонжников обращает внимание и на другие свойства текста, например, на его *отграниченность*, то есть противопоставление группы знаков, образующих текст, сторонним, не входящим в его состав, проще говоря – чужим знакам. Действует принцип «включенности-невключенности». Любой текст, и прежде всего гомогенный, вбирает в себя только подходящий, принципиально отвечающий его природе знаковый материал. В

практике СМИ неукоснительно действуют законы текстообразования [17, с. 84].

Текст журналистского произведения существует самостоятельно и в то же время диалектически связан с другими сферами духовной жизни. Поэтому правомерно выделять в системе массовой информации идеологический аспект текстообразования, семиотический (знаковые системы, письменная речь, изображение, правила отбора языковых и неязыковых средств), а также технологический (отбор информации, оперативность, адекватность, качественное разнообразие, тиражирование, доставка и т. д.) [17, с. 85].

Текст никогда не существует вне времени, однако и во временном плане он должен рассматриваться, по меньшей мере, в двух аспектах. Во-первых, с момента своего создания он занимает место на общей оси исторического времени, в общем временном пространстве, причём оценивать его надо с учётом реалий конкретного периода [17, с. 90].

Создание текста – акт всегда индивидуальный, глубоко личный и сокровенный. Автор (гораздо реже – авторы) остаётся один на один с материалом, обдумывает его, подвергает анализу, классифицирует и соответствующим образом излагает. Метод изложения, изначально заданный характер интерпретации материала играют большую типобразующую роль [17, с. 97].

Большую роль играет авторское видение и понимание проблемы, его суждения и выводы, но когда появляется безудержное стремление оригинальничать, субъективировать изложение фактов, в действие включается такой важный фактор, как **текстовая модальность**, которая «отражает мироощущение автора и реализуется в субъективно-оценочной модальности... высказывания, дискурса и широкого контекста», «реализуется совокупностью логико-семантических, стилистических, структурно-синтаксических, словообразовательных и экстралингвистических средств, которые тесно взаимосвязаны» [21, с. 24, 26].

Как правило, выделяют три группы детерминант, задающих требования к журналисту как субъекту деятельности:

1) *внешние* относительно профессиональной среды детерминанты – требования государства, требования социума, требования рынка;

2) *внутренние* – требования профессиональной среды, профессионального сообщества, профессиональной школы;

3) *личностные* – удовлетворение потребностей в образовании, в самореализации, в социальном статусе [4].

Выделенные компоненты одновременно характеризуют позицию профессиональной журналистской деятельности в общественной деятельности в целом, а также дают возможность охарактеризовать собственно профессиональную среду журнализма.

Журналистика, таким образом, это не только литературно-публицистическая деятельность в журналах, газетах, на радио, телевидении, но и своеобразный сплав различных видов, типов деятельности. Труд журналиста носит содержательный ценностно-осмысленный характер деятельности.

Массмедиа развиваются в глобальном пространстве информационных полей. Эффективность их развития определяется умением работать, соблюдая порядок возрастающей приоритетности, информационной значимости, информационной ценности, информационной упорядоченности. Условия конкуренции заставляют СМИ внедрять принципы менеджмента в редакционную практику и принципы командной работы.

«Процесс создания журналистского произведения интегрирует в себе различные творческие и технологические факторы, связанные с взаимодействием индивидуального и коллективного творчества, репродуктивными и продуктивными началами в мыслительной деятельности сотрудника печати, авторскими намерениями и читательскими предпочтениями и ожиданиями. Таким образом, становится возможным воссоздание живой динамики всего творческого процесса» [5, с. 11].

Текстообразующими факторами в журналистском произведении выступают знаки, взаимообусловленность и взаимосвязь которых определяют содержательную и формальную стороны текста. Средства и характер журналистского выступления – рациональный, аналитический, художественно-публицистический, эмоциональный. Построение текста происходит в соответствии с законами логики, поэтому в процессе текстопостроения важную роль играют аргументы. Студентов знакомят со структурными элементами журналистского текста – *экспозиция*, развертывание *фабульного действия* и *заключительная часть*. Выбор текстовой модели (рациональной или эмоциональной) и эффективность её воздействия на читательскую

аудиторию зависят от поставленных задач, выбранных средств и мастерства журналиста. Преподаватель информирует студентов о принципах моделирования различных типов текста – *антикульминационных, пирамидальных, кульминационных*.

Лекционный журналистский блок направлен на выяснение функций текста как носителя информации. Студенты знакомятся с фактологической основой текста, разновидностью фактов (позитивные и негативные факты, изложенные собеседником факты), а также с его формами (выразительность, наглядность, ситуативность, драматизм, конфликт, интрига). Немаловажное значение имеет понимание студентом категорий «мнения», «объяснения», «гипотезы» в журналистском тексте [11].

На основе анализа конкретных журналистских текстов рассматривается соотношение факта и идеи произведения, выявляются обыденные, эмпирические и теоретические факты, составляющие основу конкретного журналистского произведения, оценивается интерпретация автором факта в тексте. Акцентируется внимание на необходимости обоснования и достоверности в журналистском тексте.

В данном тематическом блоке изучаются источники информации, такие как: устные (интервью, опросы); библиотечные (каталоги, летописи и т. д.); информация из властных структур (отчёты, материалы брифингов), справочники, органы законодательной власти, органы исполнительной власти, правоохранительные органы, госпредприятия, коммерческие структуры, финансовые структуры, информационные органы, частные лица; материалы пресс-центров и агентств PR (паблик рилейшнз). Студентам предлагаются различные методики работы журналиста с источниками информации.

Знакомство с функциями журналистского текста помогает глубже понять его природу и назначение. Поскольку цель познания – это истина, её поиск обеспечивает *эвристическая (познавательная)* функция текста. Идеалы и целевые установки в журналистском произведении реализуются через *аксиологическую функцию*. Важно дать представление студентам о том, как соотносятся ценностные ориентации и мировоззренческая позиция автора. В журналистском произведении отражаются единство мира в его многообразии, воспроизводятся модели социальной реальности, здесь текст выполняет *онтологическую функцию*.

*Коммуникативная* – одна из важнейших функций текста. В коммуникации происходит кодирование текста журналистом и декодирование потребителем. Эффективное взаимодействия между источником информации и аудиторией происходит в том случае, когда семантика текста и его элементы понятны целевой аудитории.

*Семантическая* функция журналистского текста выражается в его смысловой организации. Здесь важно дать студентам представление об основных элементах общего содержания журналистского произведения, единицах фактологического ряда, идеолого-этической направленности конкретных текстов; познакомить с категориями «надтекст», «подтекст» и «контекст»; показать значение элементов стандарта и элементов экспрессии в информационных и аналитических текстах.

Студент получает сведения о стилистическом единстве элементов (рубрики, заголовки, письменный текст) на лексико-семантическом и синтаксическом уровне.

В ходе лекций студенты получают представления об общей характеристике жанров журналистики и современных тенденций в развитии системы журналистских жанров. В частности, преподаватель приводит примеры присутствия функционально-смысловых типов речи (рассуждение, описание, повествование) в журналистских произведениях, выполненных в разных жанрах. Для информационных жанров преимущественно характерно повествование, для аналитических – рассуждение, а для художественно-публицистических – описание.

Важной частью работы над текстом является заголовок и заголовочный комплекс. Заголовок воспринимается как микротекст. Целесообразно ознакомить студентов с различными видами заголовков и современными приёмами работы с ним, дать сравнительный анализ заголовков таблоидов, деловых изданий, общеполитических печатных СМИ (например, газет «Жизнь», «Деловой Петербург», «Комсомольская правда», «Труд»). Выражение информационного повода и авторского начала могут проявляться уже в заголовке и лидах. Полезно продемонстрировать различные виды лидов и указать их функциональное назначение.

Современные точки зрения на систему жанров расширяют представления студентов о жанрообразующих признаках журналистского текста и возможностях реализации идей в разных жанрах [3; 7; 9; 12; 14; 15]. Последователь-

но преподавателем классифицируется общая характеристика информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров; показывается их содержательно-формальная общность и различия; излагаются основные требования к написанию произведения в том или жанре.

Объекты отражения журналистики – явления, события действительности, поддающиеся непосредственному наблюдению. Раскрывается информационная природа хроники, заметки, расширенной информации, интервью, отчёта репортажа и прослеживается динамика развития информационных жанров в печати.

Преподаватель знакомит студентов с требованиями, предъявляемыми к информационным жанрам (событийный повод, оперативность исполнения, новизна фактов, явлений, событий, их социальная значимость, краткость изложения, сжатость формы). Обозначаются основания для дифференциации заметок по проблемно-тематическому признаку: экономические, политические, культурные, экологические, спортивные, социально-бытовые, эстетические, криминальные и т. д.

Студенты изучают разные виды информационного интервью по характеру участия журналиста-интервьюера и по целеустановке, а также виды репортажа, способы выражения «эффекта присутствия». Выявляется специфика современного репортажа, которая выражается в наглядности, конкретности изображения, композиционной завершенности, синкретичности, гибкости, вкраплении элементов различных жанров.

В интервью проявляется особое внимание журналиста к внутреннему миру собеседника, его убеждениям, привычкам, эмоциональному состоянию. Студент получает сведения о различных видах интервью: интервью-монолог, -диалог, -полилог, -беседа.

Выявляется своеобразие жанра отчета, которая заключается в подробной описательности, полноте событийной информации, строгой последовательности изложения.

Основной вид деятельности журналиста – это поиск информации, работа с информационным поводом и фактами. Анализ преподавателем текстов газет и журналов, а также совместный со студентами просмотр информационных и аналитических программ на ТВ позволяет освоить разные виды комментариев (попутный, тематический, скрытый) и понять различие

комментария на радио, телевидении, в газете, а также механизмы достижения объективности в комментарии.

Основными видами аналитических жанров в изданиях являются реплика (новый жанр), корреспонденция, статья, обозрение. Задача – показать приёмы работы с фактическим материалом, принципы формулировки проблем, порядок предъявления аргументов, логические схемы в обозначенных жанрах, а также их стилистические особенности. Предметом рассмотрения в рамках тематики являются: этапы подготовки корреспонденции или статьи, формулировка вывода статьи, прогнозирование реакции аудитории.

Аналитическая журналистика относится к интерпретирующей, где анализ событийной информации распределяется по уровням. В центре внимания – социальные ситуации, проблемы, конфликты, которые изучаются с помощью методов обобщения, анализа, синтеза. Дается представление о том, что исходной основой жанра становится конкретная социально-экономическая ситуация. Корреспонденция имеет организационно-практическую направленность, так как она направлена на изучение причин и следствий явлений и изменение социальной практики. Анализ конкретных корреспонденций вскрывает двуединство адресата корреспонденции (личность и социальный институт).

*Статья* – это жанр, отражающий действительность в её сущностных проявлениях. От автора корреспонденции требуется широта охвата действительности, множественность систематизируемых факторов, глубина анализа, масштабность обобщений и выводов. Делается акцент на том, что исследование актуальной общественно-политической проблемы – это ведущий жанровый признак статьи. Развитость содержания и богатство выразительных средств помогает лучше понять тенденции общественного развития. С помощью наглядных средств происходит знакомство студентов с разными видами статей: *передовая статья; теоретико-популяризаторская статья; проблемно-публицистическая статья; публицистический комментарий.*

Специфика *рецензии* в оценке научного, художественного или общественно-политического произведения. В ней сочетается информативность с глубиной рассмотрения проблем. Удачный выбор предмета, критерии оценки, система доказательств являются обязательными услови-

ями для эффективного воздействия на читателя. Логика авторского замысла и анализа в рецензии должны быть понятны читателям. В жанре ярко проявляется личностное начало.

В *обозрении* фиксируется социальное время. Правильно сгруппированные в обозрении факты раскрывают в наблюдаемых событиях внутреннюю закономерности. Концептуальная общность элементов содержания, а также свободная, раскованная форма, аналогии, сравнения, ассоциации необходимы для воссоздания масштаба события и его колорита.

Завершается блок общей характеристикой художественно-публицистических жанров. Студенты осваивают жанр рецензии, постигают основы построения фельетона и памфлета и изучают их в качестве инструментария PR-специалиста. Задача преподавателя – раскрыть потенциальные возможности очерка для применения в рекламных и PR-коммуникациях.

*Очерк* – образное отражение фрагментов жизни героев. Типизация сатирических и публицистических средств и приёмов – одна из особенностей жанра *памфлета*. Памфлет – острое средство полемической борьбы. Выразительными средствами в сатирических жанрах являются гротеск, сарказм, ирония.

В целом студент отделения связей с общественностью получает представление о журналисте не только как сборщике новостей, но и профессионале, включённом в практику организации новостей, от которого требуется при выполнении заданий редакции интеллектуальное напряжение, техника, искусство и мобильность.

Лекционный материал строится с учётом специфики журналистских и **PR-текстов** (материал подаётся в сопоставлении, даётся указание на несовпадение назначения и функций этих текстов, определяющих их жанровые и содержательные различия). Сходство оказывается лишь внешним.

Например, как и в журналистской статье, в центре внимания автора PR-статьи находится определённая социально значимая проблема. Но критерии отбора проблем для последующей разработки в имиджевой **PR-статье** существенно расходятся по сравнению с журналистскими критериями. Если для журналиста приоритетной является высокая степень социальной значимости проблемы, то специалист СО поднимает лишь те проблемы, которые являются важными

и значимыми с точки зрения базисного субъекта PR.

Для студента отделения связей с общественностью важно понимание журналистики как производственно-творческой, профессиональной деятельности, связанной со сбором, обработкой и периодическим распространением информации, представляющей общественный интерес, с целью адаптации граждан к политическим, экономическим, социальным и культурным изменениям. В этой связи даётся представление о том, что факты и события представляют общественный интерес, если способствуют благополучию, благосостоянию и безопасности большинства населения, а не властей, спонсоров, учредителей, собственников, рекламодателей, олигархов и т. д. [8]. Выявляя специфику журналистского произведения, лектор акцентирует внимание на следующих моментах:

Во-первых, этот текст создаётся с учётом интересов общества, а не собственника СМИ, учредителя и других субъектов медиапространства, заинтересованных в развитии информации в свою пользу.

Во-вторых, базируется на фактах, а не домыслах по поводу конкретных событий и мнений, которые приводятся автором или другими людьми.

В-третьих, журналистский текст не допускает искажения информации, что достигается посредством ссылок на источники.

В-четвертых, важную роль приобретает достоверность и надёжность источников информации.

В-пятых, используемая информация не оставляет догадок по поводу того, что хотел сказать автор.

В-шестых, создаваемая информация учитывает потребности аудитории, на которую нацелена.

В-седьмых, журналистский текст основывается на соблюдении этических норм, честном авторском подходе, предоставляет на равной основе различные мнения по поводу воссоздаваемой ситуации.

В-восьмых, автор текста как предполагается, готов публично отстаивать свою позицию (не неся при этом ответственности за последующее развитие предполагаемой ситуации).

В-девятых, важным выглядит не только отбор фактов, но и их подача хорошим литературным языком, что позволяет сделать само произ-

ведение понятным даже мало информированным гражданам [10, с. 2–3].

Важно дифференцировать тексты и выявлять собственно журналистские тексты с высокой долей публицистичности; собственно рекламные тексты с высокой долей рекламности; собственно PR-тексты, отличающиеся явно выраженным «паблицитным капиталом», журналистские тексты, имеющие PR-эффект, рекламные тексты, вобравшие в себя все три качества – публицистичности, паблицитности и рекламности.

Исходной может стать формула, предложенная петербургским профессором А. Д. Кривоносовым: «Под PR-текстом понимается письменный текст, служащий целям формирования или приращения паблицитного базисного PR-субъекта, обладающий скрытым (или реже – прямым) авторством, предназначенный для внешней или внутренней общности. PR-текст распространяется различными средствами: через СМИ, путем прямой рассылки, посредством личной доставки» [6, с. 120].

Дополнением к этой формуле может стать описание признаков подобного текста, к которым относят: наличие информационного повода и позитивное содержание, укрепляющее имидж лидера или организации (паблицитности) [2, с. 3–4; 16, с. 108–124; 17, с. 3].

Вместе с тем необходимо учитывать, что исключительно лекционное чтение не способствует достаточному уровню освоения знаний студентами, которые должны ориентироваться в специфике журналистской профессии, понимать особенности профессиональной работы в сфере массовых коммуникаций, приобрести навыки работы с журналистскими жанрами. Сущность преподавания дисциплины заключается в синтезе лекционной формы обучения с другими методами, методиками и приёмами работы.

На практических занятиях отрабатываются навыки анализа и написания информационных и аналитических жанров. Автор является ключевой фигурой журналистской деятельности на всех её этапах, включая выбор темы, поиск и сбор фактического материала, его осмысление и истолкование для аудитории, включая, между прочим, и целенаправленный выбор формы произведения [18, с. 3]. Среди ведущих, системообразующих признаков журналистской профессии выделяются следующие: функции, преобладающие виды; тип, характеристики, объект и условия деятельности; типы контактов и способы взаимодействия с аудиторией; объекты отра-

жения; система источников информации; режим и ритм труда [20, с. 39–40].

Но труд журналиста профессионален, то есть подчинён заданным алгоритмам, зависим от знаний, подготовки, практических навыков, корпоративных традиций. В контексте более широкой, масштабной проблемы журналист изучает свой предмет, устанавливая характер отношений между ними. А характер может быть, по мнению московского профессора Л. Г. Свитич, разным:

– конкретная ситуация может нести в себе проблему, быть её проявлением – и тогда она способна выступить как источник новых сведений о проблеме, о вызывающих её причинах, о тех опасностях, которые с нею связаны;

– конкретная ситуация может нести в себе опыт разрешения масштабной проблемы – и тогда она способна дать знание о путях выхода из противоречия, о средствах, которые целесообразно использовать для этого;

– в конкретной ситуации могут проявиться конфликтные последствия своевременно неразрешенной проблемы – и тогда она становится источником знания о тех потерях, к которым ведут подобные коллизии [20, с. 52].

Возможны разные по направленности творческие задания:

*Литературно-имитационные творческие задания для анализа медиатекстов в студенческой аудитории* (с использованием понятий и категорий медиа/медиатекстов, медийные технологии, языки медиа). Анализ текстов актуализирует имеющийся социокультурный опыт студентов, стимулирует овладение «набором» продуктивных схем и алгоритмов аналитической активности, направленных на решение профессиональных задач по созданию собственного текста. Предлагается, например: а) изложить одну и ту же информацию языком публикации в серьезной общественно-политической газете, или, наоборот, языком «желтой прессы»; б) составить рассказ от имени главного героя или второстепенного персонажа медиатекста: с сохранением особенностей его характера, лексики и т. п. («идентификация», «сопереживание», «сотворчество»); в) познакомиться с медийной информацией с целью определения аудитории, которой она адресована; попытаться затем изложить эту же информацию с расчётом на иную аудиторию. В итоге весь комплекс занятий творческого характера служит дополнением к знаниям и умениям, полученным аудиторией на предыдущих занятиях: у студентов развиваются по-

знавательные интересы, фантазия, воображение, ассоциативное, творческое, критическое, индивидуальное мышление, медиакомпетентность. В этом плане методическую помощь преподавателям и студентам могут оказать разработки таганрогского учёного А. В. Федорова [21].

На практических занятиях преподаватель предлагает выполнить *имитационные творческие задания для анализа медиатекстов*, используя разные технологии создания компьютерных презентаций в power point (показать развёрнутый план корреспонденции с «раскладкой» статистики). Выполняя эти задания, аудитория в игровой форме готовится к более серьёзному проблемному анализу медиатекстов. Студенческие работы коллективно обсуждаются, сравниваются, отмечается лучшая работа.

Преподаватель может предложить студентам *литературно-аналитические творческие задания*: составить тематическую подборку информационных материалов из газет и журналов по какой-либо теме; ранжировать информационные медиатексты по их современной социальной значимости; выделить в медиатексте сюжетную конструкцию (завязку, развитие действия и развязку сюжета и т. д.); проанализировать жанровые стереотипы медиатекстов (сюжетные схемы, типичные ситуации, характеры, мимику, жесты, одежду, жилища персонажей, места действия и т. д.) [21].

Важную роль в формировании умений восприятия и последующего анализа произведений медиакультуры имеют *творческие задания, направленные на изменение различных компонентов произведений*. Студенты придумывают, а затем обсуждают различные варианты названий медиатекстов, убеждаясь при этом, как существенно изменяется восприятие одной и той же истории, решённой в том или ином жанре. Меняя в своих работах время и место действия, жанр, композицию медиатекста, студенты могут проявить свои творческие способности, фантазию, воображение.

Логика последовательности творческих заданий исходит из того, что самостоятельному критическому анализу медиатекстов предшествует знакомство с работами медиакритиков-профессионалов (рецензии, теоретические статьи, монографии, посвящённые медиакультуре и конкретным медиатекстам), по которым аудитория может судить о различных.

Наиболее важная часть творческой работы – *создание журналистского произведения*. Этот

вид деятельности студента в аудитории направлен на:

- отработку жанровых форм для печатных и онлайн-СМИ;
- одновременную (коллективную) работу над текстом, подготовленным конкретным студентом;
- обсуждение сюжета, композиции, лексики, стиля произведения, контекста, затекста, подтекста (выявление скрытых намерений).

Следует обратить внимание на открывающиеся возможности технических средств в обучении, правда, они «не преследуют каких-либо дидактических целей, а дидактический смысл они обретают только в результате включения их в смысловой контекст занятий, трансформации целеполагания, акцентировки деталей, диагностического, проективного, прогностического анализа, разработки методического сопровождения» [1, с. 7]. Студент проходит все звенья поиска, организации и интерпретации новостей.

Наиболее простой вариант познавательного процесса демонстрирует нам *новостная журналистика*. Этим понятием обозначается вся совокупность жанров, ориентированных на сообщение оперативной событийной информации. Задача журналиста состоит в том, чтобы установить этот факт в определяющих его границах (в практике они осознаются как ответы на вопросы «Кто?», «Что?», «Где?», «Когда?») и определить, насколько существенные изменения в положении дел он вызывает (для этого приходится ответить себе на вопросы «Почему?», «Зачем?», «Что из этого следует?»). Последнее предполагает интенсивную мыслительную деятельность, в которой используются все основные логические операции: соотнесение, узнавание, различение, анализ, синтез, оценка [20, с. 54].

Студенты, специализирующиеся по специальности СО, осваивают следующие виды информационной работы:

- поиск исходных данных;
- сбор и анализ информации (непосредственное наблюдение событий, беседы с людьми, обращение к другим источникам информации с целью изучения фактов, ситуаций, проблем):
  - постоянное пополнение новостного ряда;
  - подготовка текста к печати;
  - подготовка к публикации ретранслируемой информации (получение, анализ, отбор, компоновка официальных материалов, агент-



ских сообщений, справочных и рекламных текстов, социологических исследований и т. д.);

- технологии проведения он-лайновой пресс-конференции;
- выпуск дайджеста;
- выпуск учебной газеты;
- отработка модели пресс-центра;
- моделирование издания.

Если творческий акт ориентирован на подготовку **проблемно-аналитического материала**, призванного проявить существо происходя-

щих событий, важно определить тенденции их развития, обнаружить корни возникающих трудностей и возможные пути их устранения. Здесь мы имеем дело с другой разновидностью познавательного процесса – с *журналистским исследованием* ситуации.

В условиях аудиторной работы создание игровых ситуаций является оптимальной техникой в отработке данных способностей студентов. Практические занятия призваны мобилизовать внимание студентов к обсуждаемой проблеме.

### Список литературы

1. Александров Е. П. Научно-методические аспекты интеграции аудиовизуальных текстов в практику преподавания дисциплин социогуманитарного профиля в вузе // PR, бизнес, СМИ: партнерство и конкуренция: тезисы всерос. межвуз. научн.-практ. конференции 14–15 ноября 2007 г. / редкол.: Л. Н. Гончаренко, В. А. Лимонов, М. Ю. Ярошецкая. Сб.: СБГИЭУ, 2007. 320 с.
2. Богоявленский А. Е. PR-текст в системе генеалогической классификации: дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2006. 275 с.
3. Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров. Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 2004. 112 с.
4. Калмыков А. Структура профессии журналиста и анализ ее составляющих. URL: // <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=594&level1=main&level2=articles>. 2005. 25 августа (дата обращения 01.09.2011.).
5. Ким М. Н. Журналистика: методология профессионального творчества. СПб: Изд-во Михайлова В. А., 2004. 496 с.
6. Кривонос А. Д. Жанры PR-текста. СПб.: СбГУ, 2001. 135 с.
7. Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности / ред.-сост. С. Г. Корконосенко. СПб., 2000. 272 с.
8. Лозовский Б. Н. Лекарство от манипуляций? – Профессиональные стандарты! // Современная журналистика: дискурс профессиональной культуры: тематический сборник статей и материалов / под ред. В. Ф. Олешко. Екатеринбург: Уральский госуниверситет: Филатроп, 2005.
9. Майданова Л. М., Дускаева Л. Р. Жанры публицистического стиля // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. М.: Флинта: Наука, 2006. С. 79–88.
10. Маквейл Дж. Журналистское произведение как творческий феномен // Медиа-дискурс: теория и практика массовых коммуникаций. Вып. 2. Екатеринбург, 2007.
11. Мельник Г. С., Тепляшина А. Н. Основы творческой деятельности журналиста. СПб.: Питер, 2006. 272 с.
12. Мисонжников Б. Я. Феноменология текста (Соотношение содержательных и формальных структур печатного издания). СПб.: СПбГУ, 2001. 490 с.
13. Подласый И. П. Система принципов успешного обучения // Элитариум. 2006. 2 фев. URL: [http://www.elitarium.ru/2006/02/14/sistema\\_principov\\_ushpeshnogo\\_obuchenija.html](http://www.elitarium.ru/2006/02/14/sistema_principov_ushpeshnogo_obuchenija.html) (дата обращения 01.09.2011).
14. Тепляшина А. Н. Сатирические жанры газетной публицистики. СПб.: СПбГУ, 2005. 110 с.
15. Тертычный А. А. Аналитическая журналистика. М.: Аспект Пресс, 2010. 352 с.
16. Тулупов В. В. Журналистика, связи с общественностью /PR/ПП и реклама в системе массовой коммуникации // Современные проблемы науки / под ред. В. В. Тулупова. Воронеж, 2006. С. 108–129.

17. Тулупов В. В. PR-текст в системе медиа-текстов // Медиа-дискурс: теория и практика массовых коммуникаций. Вып. 2. Екатеринбург, 2007. 67 с.
18. Основы творческой деятельности журналиста / ред.-сост. С. Г. Корконосенко. СПб., 2000. 272 с.
19. Отраслевой доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям «Российский рынок периодической печати. Состояние, и тенденции и перспективы развития. URL: <http://www.farnc.ru/magnoliaPublic/rospechat/activities/reports/2010.html> (дата обращения 01.09.2011).
20. Свитич Л. Г. Профессия: журналист. М., 2003. 255 с.
21. Федоров А. В. Медиаобразование и медиаграмотность. Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. 360 с.
22. Усачева Н. И. К проблеме модальности публицистического текста (На материале немецкого и русского языков) // Анализ стилей зарубежной художественной и научной литературы: межвуз. сб. Вып. 7 / отв. ред. Ю. Д. Левин. СПб., 1996. С. 23–27.

**Рукопись поступила в редакцию 03.09.2011 г.**