

# ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

УДК 378. 14  
ББК Ч 486. 30

*К. Е. Виноградова*  
г. Санкт-Петербург, Россия

## Дисциплина «Выпуск учебной газеты» как проективная методика обучения студентов отделения «Связи с общественностью»

Публикация посвящена включению дисциплины «Выпуск учебной газеты» в программу обучения специалистов по связям с общественностью. Автор отмечает, что данная дисциплина позволит преодолеть разрыв между академическими учебными программами по журналистике и медиаиндустрией. Описываются журналистские навыки, которые формируются в ходе обучения. Проективная методика, на которой основан курс, позволяет студентам получить практические знания в области журналистики и способствует их профессиональному успеху.

*Ключевые слова:* медиаобразовательные проекты, интерактивные формы обучения, учебная газета, специалист по PR, журналистское мастерство.

*К. Е. Vinogradova*  
Saint Petersburg, Russia

## The Discipline *Issuing a Newspaper* as a Projective Method of Teaching Public Relations Students

The paper is devoted to the integration of the discipline *Issuing a Newspaper* in the curriculum for specialists in public relations. The author notes that this discipline helps bridge the gap between academic training programs in journalism and media industry. The article includes a list of journalistic skills, which are formed during training. Projective technique, on which this course is based, allows students to gain practical knowledge in the field of journalism and contributes to their professional success.

*Keywords:* media education projects, interactive forms of education, training newspaper, specialist in PR, journalistic skills

Деятельность специалиста по PR напрямую связана с журналистикой. В обязанности специалиста по связям с общественностью входит поддержание контактов со СМИ весьма разнообразных по форме и содержанию. Сэм Блэк выделяет три основные задачи специалиста, ответственного за связь с прессой: предоставлять материалы для печати, по которым затем пишутся статьи, очерки и т. п.; отвечать на запросы прессы и предоставлять комплексные информационные услуги; следить за сообщениями печати, радио и телевидения и оценивать результаты, принимать

при необходимости меры к исправлению ошибок в заявлениях или выступать с соответствующими опровержениями [16, с. 58, 59]. Президент ЗАО «Интерфакс-Северо-Запад», Председатель Союза журналистов Санкт-Петербурга и Ленинградской области, обладатель Гран-при профессионального конкурса «PRоба – 2000» в номинации «PR-менеджер года» Л. Д. Фомичёва отмечает, что специалисты по PR должны: «объединить вокруг себя журналистов, пишущих на темы вашей отрасли», «заинтересовать журналистов эксклюзивными новостями вашей

компании, постоянным информированием о деятельности, организацией интервью с ведущими топ-менеджерами», осуществлять «постоянное взаимодействие с прессой», «правильно выстроить коммуникации, заинтересовать журналистов новостями, возможностью взять интервью или комментарии у руководителей вашей компании» [14].

Для того чтобы выполнять функции профессионального коммуникатора между организациями и средствами массовой информации всех типов, специалист по PR должен хорошо понимать специфику профессиональной деятельности журналиста.

Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования 030602 «Связи с общественностью» предусматривает обязательное изучение дисциплины «Теория и практика массовой информации», нацеленной на изучение студентами теории и методики журналистского творчества. Повышению компетентности в области журналистики также способствуют следующие дисциплины, затрагивающие различные сферы функционирования массовой коммуникации: «Психология массовой коммуникации», «Социология массовой коммуникации», «Стилистика и литературное редактирование», «Основы теории коммуникации». Данные дисциплины имеют академический характер. Однако программа обучения специалиста по PR требует постоянной корреляции с учётом изменений, происходящих в информационном пространстве.

Формируется большой спрос на передовые программы обучения, дающие выпускнику реальное представление о будущей специальности. Эти изменения могут быть учтены при обучении в рамках курса «Выпуск учебной газеты», который может быть выбран вузом в качестве дисциплины или курса по выбору студента или в качестве дополнительной или факультативной дисциплины.

Дисциплина «Выпуск учебной газеты» в структуре обучения PR-специалистов ориентирует студента на практическую деятельность. Будущие специалисты по связям с общественностью учатся создавать медиатексты, работать в составе редакции, продумывать концепцию СМИ, выпускать «в свет» издание. Практические занятия позволяют заниматься в студенческой группе моделированием работы редакции; каждому студенту предлагается включиться в процесс группового взаимодействия – в колле-

гиальное «формирование замысла» произведения, распределение заданий, создание текстов, контроль качества, предъявление на газетной полосе и веб-сайте. Важной формой получения профессиональных журналистских навыков является оперативный поиск актуальной информации, работа с эксклюзивными источниками информации, формирование выпуска (подборки) новостей (планирование объема, наполнения, новостных блоков, например, на сайте факультета).

Дисциплина «Выпуск учебной газеты» основана на интерактивных методах и формах работ, имеющих несомненные преимущества, отмеченные Т. С. Паниной и Л. Н. Вавиловой [15, с. 12]: «во-первых, интерактивные методы дают возможность интенсифицировать процесс понимания, усвоения и творческого применения полученных знаний об изучаемом медиапроизведении и его авторах: активного включения в процесс не только получения, но и непосредственного их использования в дальнейшей учебной деятельности. Во-вторых, интерактивные методы способствуют мотивации и вовлечённости участников в процесс совместного решения проблемы, творческого поиска. Это способствует поисковой активности аудитории, создает ситуацию успеха, творческого сотрудничества».

Подготовка учебной газеты является исследовательской и проективной деятельностью студентов, ориентированной на практическое применение уже полученных и освоение новых знаний о медиакультуре» [13, с. 22]. Уже с первого занятия студенты включаются в творческий процесс, осваивают все этапы создания медиапроекта. У будущих специалистов по связям с общественностью формируется представление о работе редакции СМИ, в практическую плоскость переводятся знания форм и жанров газетно-журнальной публицистики, специфических особенностей газетных и журнальных текстов. Происходит понимание возможностей образительного ряда газетно-журнальных полос; освоение основных этапов планирования, макетирования и вёрстки номера; освоение основных репортёрских навыков по сбору, обработке, литературному оформлению текстов; корректура и редакция текстов публикаций и номера в целом.

Из числа студентов образуются редакции, которые выпускают учебные газеты. Работа над очередным номером учебной газеты проводится в виде, максимально приближенном к реальным

условиям работы редакции печатного СМИ. За образец для проведения практической части занятий целесообразно взять практику проведения редакционных «летучек» и «планёрок», принятую в большинстве печатных СМИ. При обсуждении плана номера, выбора тем, а также при обсуждении выпущенного номера необходимо включать элементы дискуссии. При подготовке студентов к выполнению репортёрских заданий целесообразно проводить ролевые игры. Требования к публикациям, подготовленным в номер, сформулированы А. А. Грабельниковым: «каждая публикация должна быть написана в определённом газетном жанре (в информационных и аналитических). Текст должен быть написан грамотно, отвечать нормам русского литературного языка. Содержание текстов должно отличаться актуальностью, социальной направленностью, отражать волнующие молодёжь проблемы, отвечать духу студенческих изданий. Основные требования к подготовленному для публикации тексту: своевременность, доступность, этичность, полнота, представительность, достоверность, новизна» [3, с. 11]. Подготовленные студентами тексты прочитываются на занятиях, обсуждаются членами коллектива по вышеописанным критериям. Из утверждённых и отредактированных текстов формируются номера газеты.

В процессе обучения необходимо использовать современную компьютерную технику, а также современные компьютерные программы для вёрстки и для работы с изобразительным материалом (Pagemaker, Photoshop и др.). Несколько занятий в течение семестра целесообразно проводить в виде экскурсий в редакции печатных СМИ.

В ходе изучения дисциплины формируются следующие журналистские навыки:

*Авторские:* оценка актуальности, злободневности тем, поиск источников информации; налаживание контактов с необходимыми источниками; проведение интервью; анализ полученной информации, подготовка авторского текста (формирование темы, замысла, концепции, композиции); оценка достоверности полученных фактов, построение кратких и развернутых сообщений в различных жанрах; получение навыков профессионального общения («живое», по телефону, на брифингах и пресс-конференциях, в кулуарах и т. д.).

*Организаторские,* предполагающие участие в перспективном и текущем планировании по осуществлению проекта; формирование творче-

ской группы для создания учебной телепередачи (главный редактор, литературный редактор, ответственный секретарь, фотограф, корректор, дизайнер, верстальщик, корреспонденты); распределение обязанностей внутри творческого коллектива.

*Редакторские,* требующие наполнение интересной разнообразной информацией, в том числе событийной; оценка степени готовности публикации к печати; оценка качества журналистского труда; редактирование печатного текста; распределение репортёрских заданий; консультации по вопросам сбора материалов; проверка надежности источников информации, указанных в тексте; отбор и обработка сообщений информационных агентств.

*Программирующие,* заключающиеся в разработке авторского проекта; участие в разработке и корректировке концепции издания; планирование собственной работы, ориентация Проекта на целевую аудиторию, формулирование интересов и ожиданий аудитории; выбор оптимального соотношения и расположения разделов; оценка качества номеров газеты с точки зрения умелого (или неумелого) построения структуры номера и разнообразия его наполнения.

*Производственно-технические:* использование традиционной техники, применяемой для фиксации сведений и хранения информации; применение новых технических средств (электронные блокноты, цифровые диктофоны, цифровые камеры и т. п.); применение технологий web-журналистики; использование сети Интернет; определение формата газеты и объёма номера; определения количества и размера текстовых колонок на полосе номера; подбор шрифтов; поиск иллюстраций; обработка иллюстраций; предпечатная подготовка текстов, подготовка макета издания и его вёрстка.

Таким образом, содержательная часть курса «Выпуск учебной газеты» для специальности 030602 «Связи с общественностью» должна содержать следующие тематические блоки:

Создание концепции периодического издания.

Определение целевой аудитории будущего Проекта.

Знакомство с техническими средствами и программными продуктами, необходимыми в работе журналиста.

Перспективное и текущее планирование номера газеты, в котором участвуют все студенты; распределение редакционных заданий; разработка композиционно-графической и темати-

ческой модели; разработка жанровой системы номера.

Организация работы редакции. Выбор редакционного коллектива. Редакторат его задачи и функции; секретариат, его задачи и функции; технические службы редакции газеты. Корреспондент редакции, специфика его творческой деятельности.

Обсуждение трудностей, возникших при выполнении заданий; обсуждение результатов на разных этапах работы над реализацией Проекта; редактирование текстов студентами при участии преподавателя.

Производственный редакционный цикл: последовательность подготовки оригинала материала и подготовки оригинал-макета; создание оригинал-макета, вёрстка номера студентами при участии преподавателя (при наличии технических возможностей).

Литературное редактирование текста. Основные корректорские знаки. Этика работы с авторским текстом.

Макетирование: элементы печатной полосы, функции заголовочного комплекса, цвет в дизайне. Фотография и инфографика в оформлении газеты.

Предпечатная подготовка. Этап сдачи номера в типографию.

Обсуждение выпущенного номера газеты.

Как видим, общая задача, стоящая перед группой студентов весьма серьезна и приближена к практической деятельности. Так как выпуск газеты является результатом коллективной работы, то лежащая перед каждым членом группы ответственность, с одной стороны, объединяет, с другой, требует жесткого выполнения поставленных задач, развивает критическое мышление, заставляет отвечать за результаты своей работы перед своими коллегами. По мере выполнения работы, вовлеченности всех членов учебной группы в процесс формируется мотивация к получению теоретических знаний.

Особая роль преподавателя в обучении данной дисциплине заключается в том, что ему от-

водится роль координатора проекта, «решателя проблем», «активизатора» и модератора. Так как данный курс носит практический характер, но требует теоретических знаний, преподавателю следует предлагать для самостоятельного изучения учебные пособия по журналистике, которые позволят аудитории получить нужную информацию. Могут быть рекомендованы учебные и учебно-методические пособия А. И. Аكوпова, С. И. Галкина С. М. Гуревича, А. В. Колисниченко, М. Н. Кима, В. И. Конькова, С. Г. Корконосенко, Г. С. Мельник, Л. А. Курдюковой, А. Н. Тепляшиной, М. В. Шкондина и др. [1; 2; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 11; 12; 17].

Изначально дисциплина «Выпуск учебной газеты ориентирована на студентов, обучающихся по специальности «Журналистика». Если студенты-журналисты к моменту подготовки Проекта уже владеют профессиональной терминологией, обладают опытом подготовки медиатекстов, знакомы с принципами верстки, монтажа, то студенты отделений «Связи с общественностью» осваивают журналистское мастерство непосредственно в процессе подготовки учебных номеров газеты. Данное обстоятельство необходимо учитывать в процессе обучения, так как отсутствие знаний в области технологических процессов и навыков с работой техники могут вызывать серьезные затруднения у студентов и даже парализовать работу над проектом.

Public relations представляется одной из самых молодых и быстроразвивающихся специализаций, и внедрение в учебный процесс динамичных дисциплин, таких как «Выпуск учебной газеты», позволит преодолеть разрыв между академическими учебными программами по журналистике и медиаиндустрией. Профессиональный опыт, который студенты приобретают в ходе данных занятий, способствует их успеху, дает специалистам по связям с общественностью представление о работе СМИ, а также позволяет развить навыки работы со словом и творческие способности.

### Список литературы

1. Акопов А. И. Периодические издания. Ростов н/Д., 1999.
2. Галкин С. И. Техника и технология СМИ: художественное конструирование газеты. М.: Аспект Пресс, 2008.
3. Грабельников А. А. Работа журналиста в газете. М., 1999.
4. Гуревич С. М. Газета: вчера, сегодня, завтра. М.: Аспект Пресс, 2004.
5. Ким М. Н. Журналистика: методология журналистского творчества. СПб., 2004.
6. Ким М. Н., Мельник Г. С. Методы журналистской деятельности. СПб., 2005.

7. Колесниченко А. В. Практическая журналистика. М.: Изд-во МГУ, 2010.
8. Коньков В. И. Речевая структура газетных жанров. СПб., 2004.
9. Корконосенко С. Г. Основы творческой деятельности журналиста. СПб., 2000.
10. Курдюкова Л. А. Выпуск газеты. Технология издания. М., 2010.
11. Мельник Г. С., Тепляшина А. Н. Основы творческой деятельности журналиста. СПб., 2009.
12. Мисонжников Б. Я., Юрков А. А. Основы творческой деятельности журналиста. СПб., 2003.
13. Мурюкина Е. В., Челышева И. В. Развитие критического мышления студентов педагогического вуза в рамках специализации «Медиаобразование» / отв. ред. А. В. Федоров. Таганрог: Изд-во Кучма, 2007.
14. Онлайн-конференция Людмилы Фомичёвой // РАСО. 2011, 21 июля. URL: [www.raso.ru/conferences/conference204.html](http://www.raso.ru/conferences/conference204.html) (дата обращения 01.09.2011).
15. Панина Т. С., Вавилова Л. Н. Современные способы активизации обучения. М., 2006.
16. Сэм Блэк. Паблик Рилейшнз: Что это такое? М., 1990.
17. Шкондин М. В. Системная типологическая модель СМИ. СПб., 2002.

**Рукопись поступила в редакцию 10.09.2011 г.**