

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ УНИВЕРСИТЕТОВ РФ
ПО ЦЕНТРАЛЬНОЙ И ЦЕНТРАЛЬНО-ЧЕРНОЗЕМНОЙ РОССИИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ ВГУ

УМО-регион

Сборник информационных
и учебно-методических материалов

ВОРОНЕЖ
2005

УМО-регион. Сборник информационных и научно-методических материалов. Выпуск 5. – Воронеж, 2005. – 50 с.

Редактор-составитель – Елена Михайловна Бибчук

© Факультет журналистики ВГУ

Содержание

<i>От редактора-составителя</i>	4
В.В. Тулупов. Проблемы и перспективы журналистского образования: год 2005-й	5
<i>Проблемы</i>	5
А.М. Шестерина. К вопросу о модернизации Государственного стандарта по специальности «Журналистика»	10
Л.Е. Кройчик. Какой учебный план нам нужен?	15
А.П. Короченский, С.В. Ушакова. Проблемы развития профессиональной познавательной деятельности будущих журналистов	19
<i>Мнения</i>	25
П.И. Новиков. О некачественном качестве и качественной желтизне	25
В.В. Тулупов. Где и как учат журналистов... ..	31
Воспитательная работа	36
В.В. Гаг. Воспитание гражданина и человека – через профессию	36
<i>НИРС</i>	40
В.И. Сапунов. Научно-исследовательская деятельность студентов на журфаке ВГУ	40
<i>Реклама</i>	46
Журфак ВГУ – 44 и 20!	46

ОТ РЕДАКТОРА-СОСТАВИТЕЛЯ

Уважаемые коллеги!

В очередном номере нашего сборника представлены публикации на темы, являющиеся, на наш взгляд, наиболее актуальными в свете реформирования высшей школы. Каковы перспективы журналистского образования? Какие изменения стоит внести в Госстандарт и учебные планы? Как модернизировать содержание отдельных дисциплин? Как строить отношения с местными СМИ? Это далеко не полный перечень вопросов, предлагаемых для обсуждения. Редакция благодарит авторов сборника, особенно коллег из Белгородского и Тамбовского госуниверситетов, откликнувшихся на просьбу высказаться в печати.

Приглашаем к сотрудничеству всех членов региональной секции УМО.

*Ждем ваших материалов по электронному адресу:
 bechuk@jour.vsu.ru.*

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ
ЖУРНАЛИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ:
ГОД 2005-Й

В октябре 2005 года в московском Доме журналистов состоялась рабочая встреча членов Некоммерческого партнерства факультетов России и стран СНГ и Министерства образования и науки Российской Федерации. Некоммерческое партнерство представляли факультеты журналистики АГУ (Барнаул), ВГУ (Воронеж), Гуманитарного университета (Екатеринбург), ДвГУ (Владивосток), УрГУ (Екатеринбург), КГУ (Казань), МГУ (Москва), НГУ (Нижний Новгород), НГУ (Новосибирск), РГУ (Ростов-на-Дону), СПбГУ (Санкт-Петербург), ЧГУ (Челябинск), Министерство – начальник отдела высшего образования департамента государственной политики в образовании Н.М. Розина. Обсуждались следующие вопросы: «Проблемы современного журналистского образования», «Цели и задачи политики факультетов журналистики по развитию системы журналистского образования», «Стратегические задачи сотрудничества по развитию журналистского образования». Разговор получился деловым и плодотворным.

В Министерстве с пониманием отнеслись к инициативе 13 журфаков ведущих российских вузов создать Некоммерческое Партнерство, целью которого стали: взаимный обмен опытом и информацией, создание действующей системы переподготовки преподавателей в области журналистики, налаживание долгосрочных контактов с представителями медиарынка, создание общего межвузовского информационного поля, аудит существующих учебных программ, расширение границ специализаций и др. Вузы озабочены тем, как пройдет реформа высшего профессионального образования в свете идей Болонской декларации, которую подписала и Россия. Какова цель новаций: реальное повышение качества образования или

сокращение государственного финансирования высшей школы? Сохранятся ли традиции российского журналистского образования, насчитывающего уже более полувека?

Декан факультета журналистики ВГУ В.В. Тулунов также выступил с сообщением, которое предлагается вниманию читателей сборника «УМО-регион».

*** Болонский процесс**

На наш взгляд, следует **сохранить как одноуровневую, так и двухуровневую систему подготовки журналистов**, что отвечает духу Болонской декларации, то есть реализовывать оба подхода: специалист — 5 лет на дневном, 6 лет на заочном отделениях; бакалавр — 4 года, магистр — 2 года (вариант: 4 + 1).

Срочно выйти с предложением внести «Журналистику» в список тех специальностей, для которых сохранится пятилетнее (дневное отделение) и шестилетнее (заочное отделение) обучение.

Предусмотреть **линейную систему подготовки**: составить государственные стандарты таким образом, чтобы студент имел возможность получить диплом бакалавра — 4 года, специалиста — 5 лет, а затем и магистра — 6 лет (тем более, что число принимаемых в магистратуру ограничено уже самим соотношением: 1 программа — 6 слушателей; возможен и прием в магистратуру только на платной основе). При этом — **сохранить правила приема в аспирантуру как после специалиста, так и после магистратуры.**

Если принимать в магистратуру бакалавров всех других направлений, то необходимо **коренным образом пересмотреть ГОС направления в части магистратуры**, а именно изменить ее исследовательский характер в пользу практического. **Исследовательский же характер магистерской программы сохранить для бакалавров-журналистов.**

Если мы реально включены в Болонский процесс, то важно **срочно методически обеспечить переход на новую систему** (причем применительно к специальности или направлению «Журналистика»), то есть реально представить, как на практике реализуется идея вхождения в единое европейское образовательное пространство (исследования; мобильность; система кредитов; приложение к диплому; участие студентов

в управлении; поддержка европейской составляющей, автономия, инновации и др.). Необходимо как можно быстрее **обобщить и обнародовать опыт вузов-пионеров**. Ведь уже есть примеры составления интегрированных рабочих учебных планов «специалист – бакалавр», «магистр – аспирант», балльно-рейтинговой системы контроля процесса обучения, составления студенческих академических документов, европейского приложения к диплому и т.д.

*** Аттестация**

То, что растут требования при лицензировании, аккредитации и аттестации, правильно (и важно, чтобы они в равной степени строго применялись для всех – государственных и коммерческих – образовательных учреждений). Но некоторые **требования необходимо все же скорректировать**.

Например, внесение в список обязательной литературы только тех источников, которые изданы не позднее, чем пять лет назад. Есть дисциплины, содержание которых резко не меняется (многие разделы теории, истории журналистики, литературы, техники и технология СМИ, технологии журналистского мастерства и др.). Конечно, крайне важно стимулировать подготовку собственных методических указаний, пособий, учебников, монографий, но не в ущерб делу. Во-первых, не все факультеты и отделения имеют возможность издавать учебную и научную литературу в таком объеме. Во-вторых, стоит ли отказываться от книг, подготовленных преподавателями, учеными ведущих вузов России, книг, глубоко содержательных, прошедших многолетнюю апробацию.

Еще одно требование – указывать в списке только учебники, имеющие грифы Министерства или НМС УМО – пока также не выполнимо в полной мере. Во-первых, таких изданий еще немного, во-вторых, процедура получения грифа усложнена и занимает много времени. Сегодня же многие выполненные на высоком учебно-методическом уровне издания остаются как бы за бортом...

Необходимо закрепить **статус журналистики как творческой специальности**. Творческий конкурс как профильное вступительное испытание – очень важный шаг в этом направлении, и он уже сделан. Следующие шаги – **снизить лицензионный показатель для выпускающих кафедр; учитывать показатели остепененности штатных совместителей, а так-**

же многолетнее членство в творческих Союзах (СЖ, СП, СХ и др.) и звания (заслуженный работник культуры, заслуженный деятель искусств и т.п.).

*** Связь со СМИ (сотрудничество, практика, распределение)**

Творческие факультеты, каковыми, по сути, и являются факультеты журналистики, заинтересованы в привлечении к учебному процессу практиков. Но заинтересованы ли в этом сами практики? Бывают, конечно, редкие случаи бескорыстного сотрудничества — когда профессионал испытывает потребность в том, чтобы поделиться накопленным опытом, когда и в редакции понимают, что связь с журфаком — это постоянный приток новых идей, «свежей крови» в лице сначала практикантов, а затем и молодых специалистов... Хотя в условиях усиливающейся конкуренции все труднее устроить студента даже на практику (ощущается явное противодействие со стороны сотрудников, с которых сегодня не требуют подготовки авторских материалов и рост зарплаты которых напрямую зависит от подготовки собственных текстов). К тому же в редакциях нагрузка заметно возросла, и выделить свободное время, особенно с учетом проведения занятий по утвержденному расписанию, зачастую нелегко. Молодых журналистов можно привлечь перспективой подготовки диссертации, опытные, возможно, думают о подработке, о трудоустройстве после выхода на пенсию. Но достаточно ли этого? Что мешает активизации процесса привлечения практиков к процессу образования? В провинции — это прежде всего низкая оплата труда. Большинство практиков, естественно, не имеют ученых степеней, что отражается на сумме окладов или почасовой оплаты (не спасают и внебюджетные средства). Важно **заметно повысить размер начальной ставки** и, повторимся, предусмотреть возможность повышения статуса практиков (старший преподаватель, доцент, профессор) с учетом их профессионального статуса (многолетнее членство в Союзе журналистов, звания заслуженных работников культуры и т.п.).

В последнее время все чаще редакции обращаются на факультеты с предложением заключать договоры о прохождении студентами практики на платной основе. Это — тупиковый путь. Ни один бюджет ни одного вуза такой системы не выдержит. А потом не перевернуто ли здесь все с ног на голо-

ву? Вот в профессиональном спорте все достижения всегда связывают не только с именами спортсменов, но и с именами их тренеров, самых первых в том числе. Может быть, самим редакциям, принимающим наших выпускников на работу, предложить отчислять некие суммы вузам? А ведь есть еще детский сад, школа, семья, наконец?.. Особенно удивительно, когда подобное затевают государственные СМИ, предъявляющие финансовые претензии государственным вузам. Причем возглавляют эти редакции люди, не так давно закончившие эти же университеты или институты. Заметьте, в подавляющем большинстве — на бесплатной основе. Видимо, необходимо **принять некие нормативные положения, определяющие взаимоотношения государственных образовательных учреждений и средств массовой информации.** Тем более, если идея обязательного распределения и трехлетней отработки по специальности воплотится в жизнь.

Но ведь еще возникнет проблема с введением с 1 января 2006 года 131-го ФЗ РФ о территориях. Согласно которому, например, муниципальным образованиям будет запрещено прямым или косвенным способом финансировать СМИ (останутся лишь сугубо официальные бюллетени или вестники). То есть государственных СМИ просто не будет — нынешние районные и городские газеты вынуждены либо укрупняться, либо уходить в «свободное плавание»... А значит, обострившаяся проблема коснется также факультетов и отделений журналистики. Выход — в **организации практики непосредственно в вузе, возможно, и в организации собственных СМИ.**

В.В. Тулупов,
Воронежский госуниверситет

К ВОПРОСУ О МОДЕРНИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО СТАНДАРТА ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ЖУРНАЛИСТИКА»

*Теперьшние уточненные карты не
могли бы быть созданы, пока люди,
работающие с ограниченными доступ-
ными данными, не изобрели на бумаге
свои смелые представления о мифах,
которых они никогда не видели.*

Э. Гоффлер

Журналистика сегодня относится к одной из наиболее динамично развивающихся профессий. Чуть ли не ежегодно меняются не только техника и технология производства информации, но и требования к ее форме и содержанию, а следовательно, меняется представление о современном журналисте. Ситуация в журналистском образовании, регламентируемом стандартом, сегодня такова, что к пятому курсу знания, полученные студентом на первом, частично успевают устареть, и сами преподаватели сетуют на то, что не имеют возможности компенсировать подобный пробел даже за счет регионального компонента. Мониторинг, который проводится на факультете журналистики ТГУ им. Г.Р. Державина в течение последних трех лет, показывает, что до 80% пятикурсников хотели бы получить более свежую, обновленную информацию по подавляющему большинству дисциплин циклов ГСЕ и ОПД, изучавшихся на 1-3 курсах.

Сравниться отчасти с этой проблемой, на наш взгляд, может векторная организация учебного процесса, когда основополагающие, фундаментальные темы и проблемы журналистского образования могут обсуждаться не единожды в процессе обучения и каждый раз на новом уровне. В этом случае журналистское образование можно было бы представить как своего рода пирамиду, где осевым стержнем становятся отрасли, разделы наук, на которые, как кольца, нанизываются конкретные предметы, причем по принципу детализации.

Возьмем, к примеру, психологию. Как известно, государственным стандартом предусмотрены такие дисциплины, как «Пси-

хология с элементами социальной психологии» (В ТГУ она читается в 5 семестре) и «Психология журналистики» (7 семестр). При этом уже к концу первого курса на практике студенты испытывают дефицит психологических знаний (в частности, в аспекте коммуникации), а к пятому курсу, спустя полсрока обучения, востребованными со стороны студентов становятся более детальные психологические знания. Векторное построение учебного процесса и позволило бы удовлетворить эти запросы.

При таком подходе азы психологии студенты могли бы получить уже во втором-третьем семестре. Далее, по мере профессионального взросления, можно было бы осуществить переход к глубокому изучению социальной психологии. Затем на третьем курсе — к «Психологии журналистики». После этого на четвертом курсе логично перейти к частным отраслям психологического знания — «Журналистской конфликтологии», «Имиджологии журналиста». На пятом курсе появляется возможность освоить частные отрасли психологических знаний, связанные со специализацией студента. Такое построение системы курсов позволило бы пополнять знания студентов за счет детализации психологических знаний и обсуждения на новом уровне уже усвоенной информации. При этом должен намечаться переход от лекционных форм обучения к практическим и лабораторным занятиям.

Необходимо также учитывать и потребность в «непсихологических» знаниях при освоении азов той или иной дисциплины. Так, конфликтология предполагает обращение не только к достижениям психологии, но и к содержанию таких наук, как политология, социология, философия. Освоение этой дисциплины на четвертом курсе обеспечивает достаточно серьезную подготовку к восприятию материала - преподаватель находит опору в виде знаний, уже полученных студентами ранее.

Думается, такая же система векторного построения курсов могла бы быть использована в области изучения техники и технологии СМИ, экономики и права, журналистского мастерства (методы и приемы которого активно изменяются в последнее время), а также во многих других направлениях изучения журналистики, где наблюдается динамичное развитие законов творчества. Однако для того, чтобы такой подход был возможен, государственный стандарт должен быть изменен в сторону увеличения числа дисциплин по основным векторам журналистского образования.

Возвращаясь к разговору о цикле психологических дисциплин, хотелось бы предложить включить в стандарт такие предметы, как «Журналистская конфликтология» и «Имиджелогия». Конечно, тут можно возразить: эти разделы знаний рассматриваются в рамках «Психологии журналистики». Однако мы знаем, какой разноплановый материал закладывается в содержание этого предмета. И темы о конфликтах, об имидже приходится рассматривать наряду с вопросами о психологических функциях журналистики, о психологии восприятия текста, о психологии воздействия журналистского сообщения, об информационной психологической безопасности, манипулировании и т.д. В этом многообразии можем ли мы уделить должное внимание обозначенным проблемам?

Уже сравнение курсов «Журналистская конфликтология» и «Международное гуманитарное право», например, позволяет говорить о необходимости корректировки. Безусловно, журналист может оказаться в ситуации вооруженного конфликта, но, думается, гораздо чаще он оказывается вовлеченным в конфликты другого рода, где знаний социальной психологии явно недостаточно. Между тем курс «Международное гуманитарное право» предусмотрен Государственным стандартом, а курс «Журналистская конфликтология» - нет.

Сегодня же все настойчивее звучит мысль о том, что СМИ постепенно трансформируются в СМК, ввиду чего потребность в конфликтологических знаниях и знаниях в сфере имиджа постоянно нарастает. Опыт семилетнего преподавания этих дисциплин на факультете журналистики ТГУ показывает: они являются одними из наиболее востребованных. Студенты и выпускники, работающие в СМИ, постоянно подчеркивают возможность практического применения знаний.

Помимо двух обозначенных курсов представляется целесообразным включить в государственный стандарт такую дисциплину как «История журналистики русского зарубежья». Материал этого курса находится в промежуточном положении по отношению к курсам «История отечественной журналистики» и «История зарубежной журналистики» и потому может быть во многом упущен.

Другим предметом, который существенно обогатил бы государственный стандарт по журналистике, является дисциплина «Основы дизайна», содержание которой сегодня сконцентрировано лишь в рамках одной темы курса «Техника и

технология СМИ», причем только в разделе «Техника и организация производства периодических изданий». Но ведь, например, и для тележурналистов дизайн имеет значение!..

Не менее серьезных, но уже фактических ошибок позволило бы избежать включение в стандарт хотя бы в небольшом объеме курсов «Мировая история» и «Новейшая история». Необходимость исторических знаний для студента-журналиста очевидна, одной «Отечественной историей» не обойтись тем более, что абитуриенты, а затем и студенты младших курсов в этом смысле мало подготовлены.

Можно также было бы высказать несколько пожеланий в связи с изменением содержания уже обозначенных в Государственном стандарте дисциплин.

Так, курс «Основы рекламы и паблик рилейшнз» можно было бы разделить на два самостоятельных курса в виду существенных различий между этими социальными институтами, непонимание которых рождает опасность профессиональной дезориентации студента. Легко заметить, что сегодня компаративного компонента в этом курсе мало, и рекламе отводится одна часть курса, паблик рилейшнз - другая. То есть никакой объективной потребности в объединении этих тем нет, а вред таким объединением мы можем нанести существенный.

Далее, в содержании дисциплины «Иностранный язык» можно предусмотреть раздел, связанный с изучением журналистской терминологии на иностранном языке. Англоязычные термины, (лид, стендап, лайф, инфотеймент, финишинг и др.) так прочно сегодня вошли в «журналистский обиход», что неплохо было бы студентам разобраться в их происхождении и понять их исходное значение.

Журналистской составляющей не хватает и некоторым другим дисциплинам циклов ГСЭ и даже ОПД. Например, дисциплина «Социология» должна бы в своих разделах постоянно обращаться к журналистике. Конечно, существует дисциплина «Социология журналистики», однако она касается лишь одного из разделов социологии. Общие же вопросы (социальные процессы, социальные движения, социальный статус) должны быть сфокусированы на особенностях работы средств массовой информации. То же касается таких дисциплин, как «Политология», «Право», «Экономика», имеющих развитие в цикле ОПД, и курса «Логика», к этому циклу относящегося.

Хотелось бы обратить внимание на ряд тематических повторов дв ГОСе. Конечно, каждый преподаватель подаст ту или иную информацию с определенной точки зрения, с учетом собственной концепции, что неплохо. Но не будем забывать: на такого рода деятельность уходят часы, которые могли бы быть насыщены новой, не менее полезной информацией, а более глубокую проработку заинтересовавшей проблемы студент мог бы продолжить в рамках спецкурсов и спецсеминаров. Так, многие темы курсов «Актуальные проблемы современности и журналистика» и «Актуальные проблемы современной науки и журналистика» дублируются если и не в формулировке, то по смыслу (глобализация, направление развития цивилизации, проблема постиндустриального общества, экологическая проблема, демографический кризис и др.). Как кажется, такие повторы, допустимые в авторском компоненте рабочих программ, должны быть ликвидированы в содержании дисциплин Государственного стандарта.

Наверное, обозначенные нами замечания и предложения не имеют принципиального значения, но именно такой видится преподавателям факультета журналистики ТГУ им. Г.Р. Державина та «карта», с опорой на которую мы сможем вывести наших учеников к новым профессиональным высотам.

А.М. Шестерина,
Тамбовский госуниверситет

КАКОЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН НАМ НУЖЕН?

Учебные планы журфаков требуют модернизации. Но не той, что придумывают чиновники, сидящие в министерстве.

Журналисты-практики высокомерно жалуются:

— Факультет меня ничему ни научил.

Если эта жалоба справедлива, то, значит, главная беда очевидна — факультет не научил думать. Потому что вложить в головы выпускников заранее подготовленные ответы на все вопросы, которые задает жизнь, невозможно.

Факультет дает базовые знания и навыки, позволяющие впоследствии ориентироваться в динамично развивающемся профессиональном мире.

Основные концепты — «автор (личность)» — «текст» — прием (навык)». Вокруг них и должен складываться учебный план факультета.

Формирование личности творца — это опора на фундаментальные гуманитарные науки (их блок достаточно обширно представлен в ныне действующем учебном плане). Нужно лишь усилить профессиональный компонент в рабочих планах этих дисциплин. В частности, в курсе «Социология личности» (одно время на журфаке ВГУ такой курс читали). И дополняться общий курс должен спецкурсом «Методика социологических исследований в журналистике».

Следует сразу подчеркнуть: фундаментальные дисциплины должны поддерживаться обязательными спецпредметами (спецсеминарами и спецкурсами), носящими в значительной степени прикладной характер, что сведет к минимуму схоластику теории и позволит активизировать интерес студентов к изучаемым дисциплинам.

Сказанное в полной мере относится и к курсам философии, психологии, политологии и экономики. Преподаватели-«пришельцы» с других факультетов чувствуют себя в аудиториях журфака ландкнехтами-наемниками, не связанными никакими профессиональными интересами с аудиторией.

Особое место в ряду фундаментальных дисциплин должны занимать дисциплины, связанные с теоретической подготовкой журналистов. Сейчас в учебных планах факультетов таких курсов два — «Основы журналистики» и «Основы теории литературы». (Курс «Основы творческой деятельности журналистов» носит в значительной степени прикладной характер, хотя естественно смыкается с первыми двумя). Видимо, настало время предусмотреть в учебном плане курс «Теория публицистики». Потребность в теоретическом осмыслении процессов, протекающих в современной журналистике, чрезвычайно велика.

Какую нишу занимают в современном информационном пространстве новые технологии?

Что собой представляют медийные тексты?

Есть ли необходимость в существовании понятий «журналистский текст», «публицистический текст», «медийный текст»?

Каковы ресурсы публицистического текста?

«Инфоноосфера» — выдумка теоретиков или реальность?

Вопросы эти (и другие — неназванные) требуют осмысления, поскольку напрямую связаны с изучением ресурсных возможностей публицистического слова.

Не менее важным представляется и изучение лингвистических аспектов творческой деятельности журналистов. Сейчас эти проблемы рассматриваются в курсах «Русский язык», «Литературное редактирование», «Практическая стилистика». В свое время профессор Б.В. Кривенко предложил читать на журфаке ВГУ курс «Функциональный стиль массовой коммуникации» (ФСМК), объединив эти три дисциплины в общий курс. Хорошо, что кафедра стилистики и литературного редактирования пытается сохранить этот подход к изучению языка.

Подход сохранился, а название курса из расписания исчезло. Ответ прост: в государственном стандарте такой дисциплины нет. Было бы очень хорошо, если бы наше региональное бюро настояло на включении подобной дисциплины в рабочие планы факультетов и отделений журналистики. Это позволило бы развить однажды высказанные идеи, усовершенствовать преподавание лингвистических дисциплин в едином учебном пространстве.

К тому же это дало бы возможность в пределах преподавания курса «Функциональный стиль массовой коммуникации»

уделить большее внимание теоретическим лингвистическим подходам в изучении медийных текстов. Теория текста в филологии достаточно хорошо разработана, но разбросанная по разным клеточкам учебного плана, она не выглядит целостной научной дисциплиной.

К общей «Теории текста» примыкали бы уже включенные в учебный план в качестве обязательных и специальных дисциплин курсы, помогающие студентам журфака почувствовать ресурсные возможности произносимого и запечатленного на бумаге слова. Это тем более важно, что сегодня вкус к образу, точному слову утерян. «Образные ресурсы языка», «Слово в эфире», «Стилистика газетных жанров», «Языковая специфика слова в рекламе и в PR-текстах» — вот далеко не полный перечень такого рода дисциплин.

Факультеты и отделение журналистики — творческие учебные подразделения вузов. В нынешних учебных планах творческий характер специальности учтен, как мне представляется, недостаточно объемно. Факультет журналистики ВГУ много лет назад ввел в рабочие планы круглогодичные практики, что позволяет будущим журналистам на протяжении всех пяти лет обучения сотрудничать со СМИ. Есть в расписании факультета и занятия в творческих лабораториях (6-8 семестры). Сегодня понимаю, что этого недостаточно.

Первое. Творческие лаборатории (официально в учебных планах — курс «Журналистское мастерство») должны работать со второго курса, т.е. в 3-8 семестрах.

Второе. Поскольку подготовка творческого работника — работа «штучная», занятия в них проводить с небольшим количеством участников (не более 8 человек). Если в ту или иную лабораторию записалось большее количество слушателей, разбивать слушателей на подгруппы.

Третье. Предусмотреть в учебных планах кафедр обязательные творческие курсовые и дипломные работы (Сегодня они присутствуют факультативно и не определяют творческое лицо факультета в целом).

Четвертое. Производить ежегодные смотры-конкурсы творческих работ с достаточно высоким материальным поощрением отличившихся.

Пятое. Ввести в практику публикацию лучших творческих работ в факультетских изданиях.

Шестое. Предусмотреть в блоке дисциплин по выбору большее количество спецкурсов и спецсеминаров, сориентированных на пробуждение интереса студентов к активной творческой деятельности (жанры, проблематика, дизайн, язык и стиль).

Седьмое. Рекомендовать широкое использование на практических, лабораторных и семинарских занятиях материалов, подготовленных студентами.

Мне могут возразить, что многие из выдвинутых предложений так или иначе присутствуют в учебном процессе факультетов и отделений журналистики.

Проблема заключается в том, что присутствие профессионального компонента в учебных планах, к сожалению, не носит системного характера – многое зависит от кадровых возможностей учебного заведения, а не от регламентаций учебного плана.

Но разве мы не можем объединить усилия для совместной работы?

Л. Кройчик,
Воронежский госуниверситет

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БУДУЩИХ ЖУРНАЛИСТОВ

Результаты опросов общественного мнения показывают, что подавляющее большинство россиян ожидает от журналистов и СМИ прежде всего актуальную информацию в сочетании с анализом происходящего¹. Ни один из институтов современного общества не может сравниться с журналистикой — непрерывной «летописью современности» с её способностью поспевать за жизнью, за «зlobой дня», не упуская при этом из поля зрения ни историческую ретроспективу, ни перспективное видение общественного развития. А потому приоритетной обязанностью журналистики является информирование, предоставление массовой аудитории актуальной, общественно значимой информации, необходимой гражданам для ориентации в социуме и практической деятельности. Но роль института журналистики не сводится к оперативному **самоописанию** социума — вместе с другими общественными институтами она обязана обеспечивать его непрерывное **самопознание**, что не исключает другие присущие ей социальные роли. Издавна журналистика, соответствующая своему общественному предназначению, была не только и не столько полем творческого самовыражения, публичного сообщения информации и формирования общественного мнения, но областью непрерывного «текущего» исследования социальной действительности.

Элементарный здравый смысл подсказывает: прежде чем информировать, журналист должен основательно изучить то, о чём он намерен сообщить своей аудитории. Однако чрезвычайно важный аспект журналистики — *оперативное познание социальной действительности в её материальных и духовных проявлениях, реализуемое главным образом через практические формы познавательной деятельности* — сегодня недооценивается журналистской наукой и практиками. В большинстве отечественных базовых учебников для будущих журналистов познавательная (исследовательская) функция журналистики не упомина-

ется. Часто встречающиеся в научной и учебной литературе формулировки «культурно-познавательная деятельность» (либо «культурно-познавательная функция») журналистов и/или СМИ относится к распространению знаний, культуры, т.е. к широко понимаемому просвещению потребителей журналистской информации — но отнюдь не к собственной познавательной деятельности журналиста. Последняя, в свою очередь, нередко сводится к «полевому» сбору информации после получения редакционного задания. В связи с повышением интереса к расследующей журналистике возникает ущербное представление о том, что инициативная углубленная познавательная деятельность — удел расследователей, а не представителей других областей журналистики.

Сегодня наблюдается обнадёживающий рост интереса к проблемам журналистского познания, о чем свидетельствуют труды С. Корконосенко, А. Тертычного и других авторов. Но исследователи и медиакритики по-прежнему привычно отмечают в числе болезней современной российской прессы недостаточную познавательную активность журналистов, их неумение (часто в сочетании с нежеланием) вести систематическую, профессионально грамотную работу по осмыслению социальных явлений и процессов, по целенаправленному поиску, сбору и интерпретации социально значимой информации. Тщательная информационно-аналитическая работа редакций и отдельных журналистов всё чаще подменяется «дайджестированием» — иначе говоря, списыванием друг у друга и копированием информации из вседоступных Интернет-источников. Журналистика превращается в «кривое зеркало» социальной действительности, если журналисты не владеют в должной мере практико-когнитивным инструментарием своей профессии (или отказываются им пользоваться). По замечанию А. Рубинова — ветерана отечественной прессы с богатейшим опытом мастерского применения различных техник журналистского исследования социальных явлений и процессов, сегодня «на смену профессионалам пришли люди, которые имитируют журналистику»².

Сокращение познавательной активности журналистов имеет объективные социальные и экономические причины. Но «когнитивная леность», особенно характерная для молодых представителей профессии, есть также и следствие не-

достаточного внимания к стимулированию и развитию у будущих журналистов практических познавательных умений и навыков в процессе обучения. Высокая культура творческо-познавательной деятельности журналиста предусматривает не только и не столько владение универсально-логическими методами познания, роднящими журналистику с наукой: анализом, синтезом, индукцией и дедукцией, сравнением, абстрагированием и конкретизацией, моделированием, классификацией — либо отдельными прикладными методами, «позаимствованными» у социологии и статистики. Но и умение пользоваться ресурсами практического познания социального мира, присущими именно журналистике как особому виду творческо-познавательной деятельности.

На наш взгляд, современная российская вузовская система подготовки журналистов не уделяет должного внимания психологической составляющей этого важнейшего компонента журналистской деятельности. Смежные с журналистикой области социальной коммуникации (реклама, пиар) в последние годы вступили в этап насыщения своей практики новейшими психологическими технологиями воздействия, зачастую манипулятивными — как на уровне межличностного, так и массового общения. В итоге журналисты, незнакомые с этими технологиями, нередко становятся жертвами манипулятивных влияний со стороны рекламистов и специалистов по связям с общественностью.

На этом фоне особенно очевидна недостаточность некоторых теоретических курсов, в частности, курса «Психология журналистского творчества». Они дают очень мало практических знаний и навыков, необходимых журналистам для психологически грамотного общения с источниками информации, распознавания манипулятивных воздействий и адекватной реакции на них. Конечно, изучение теоретических аспектов психологии журналистского творчества улучшает понимание его психологических механизмов (включая когнитивные). Но не добавляет будущему журналисту ни креативности (творческого воображения и способности к практическому творчеству в профессиональной сфере), ни прагматической умелости, определяемой степенью владения психологическими технологиями познавательной деятельности.



Очевидна необходимость ориентированного на практику спецкурса «Психология познавательной деятельности журналиста», вооружающего будущих профессионалов навыками психологически грамотного общения с источниками информации. Речь идёт не о психологии общения как таковой, а об обучении технологиям добывания информации в разнообразных коммуникационных ситуациях: ведь главной целью общения журналиста с источниками информации является получение необходимых сведений, требующее определённой психологической культуры, владения практическими приемами преодоления когнитивных барьеров, антистрессовыми техниками.

Несмотря на прогнозы оптимистов, предрекавших сокращение бумажного документооборота вследствие всеобщей компьютеризации, поток документов, поступающих в редакции, не только не сократился, но и существенно возрос. Наряду с официальными документами в СМИ приходят многочисленные пресс-релизы различных PR-служб, «аналитические доклады» и прочие творения различных исследовательских и лоббистских групп, промоцийные и рекламные материалы, замаскированные под статистические сводки и экспертные заключения и пр. Ориентироваться же в бумажных потоках, поступающих в редакции, сложно — особенно если учесть постоянную занятость редакторов и журналистов. В последнее время к входящей бумажной документацией добавилась еще и электронная.

В связи с ростом объема и интенсивности входящих информационных потоков, необходимостью оценки, обработки и систематизации поступающей документированной информации будущие журналисты обязаны изучать экспертные методики, выработанные специалистами по документоведению. Речь идёт о методах анализа входящей документации с целью выявления и оценки реальной компетенции их продуцентов, определения достоверности и действительной социально-информационной ценности их содержания. В условиях, когда в редакционной практике всё более широкое распространение получает использование вторичной информации, всё более насущным становится владение методиками изучения и оценки достоверности такой информации, репрезентативности её источников (преимущественно сетевых). Немаловажным является и практическое умение создавать в редакциях электронные базы данных и архивы: в наши дни грамот-

ная организация внутриредакционных информационных ресурсов — обязательное условие успешности познавательной деятельности журналистов.

Использование богатейших информационных возможностей Интернета открывает новые перспективы в познавательной деятельности журналиста. Интернет как качественно иной способ организации коммуникации в сравнении с «традиционными» СМИ, с одной стороны, открывает новые грани действительности, и, с другой стороны, стимулирует выработку новых когнитивных стратегий журналистской деятельности. Необходимость организации интернет-информации с использованием гипертекста, мультимедиа, внедрением элементов интерактивности побуждает журналиста перестраивать когнитивную деятельность, вырабатывая новые семиотические коды. Усвоение новых дискурсивных практик, возникающих под влиянием Интернета, является одновременно расширением инструментария когнитивной деятельности журналиста. Это предполагает изучение интернет-текста как лингвистического феномена в сопоставлении с традиционным текстом.

В связи с этим программа курса «Интернет-журналистика» не должна ограничиваться изучением технологических возможностей глобальной Сети, знакомством с сетевыми информационными ресурсами и основами сайтостроения. Не меньшее внимание должно уделяться анализу интернет-текстов на предмет их содержательной, структурной и эстетической организации. Формирование навыков такого анализа будет способствовать развитию новых познавательных практик в журналистской деятельности, позволяющих изучить действительность в её интеллектуально-духовных проявлениях.

Важным условием эффективности усилий журналистов по непрерывному изучению социальной реальности является их основательная обществоведческая подготовка. Но предусмотренный учебным планом набор общественных дисциплин не вполне соответствует современным требованиям. Так, курс политологии концентрируется на изучении основ политической теории, которая во многих отношениях так же далека от политической практики, как давний догматический курс научного коммунизма был далёк от реалий «развитого социализма». Наряду с политической теорией будущие журналисты уже на университетской скамье обязаны изучать политическую

практику своей страны. Включая роль таких существенных «несущих элементов» политической конструкции постсоветской России, как олигархи, региональные элиты, разнообразные группы влияния, организованная преступность. Таким образом, курс политологии должен быть дополнен новым курсом «Политическая система современной России». Иначе наши выпускники будут, как и прежде, заниматься «политпросветом» главным образом в режиме самообразования, постигая российские политические реалии на практике методом «проб и ошибок».

Таким образом, существующая традиция в журналистском образовании нуждается в основательном пересмотре как в содержательном аспекте, так и в аспекте развития методик обучения в направлении модернизации журналистского образования, его адаптации к изменяющимся социальным условиям и новым коммуникационным технологиям.

**А.П. Короченский,
С.В. Ушакова,**

Белгородский госуниверситет

¹ Недавний опрос группы РОМИР показал, что россияне хотят получать от СМИ прежде всего информацию о стране и мире (64 %) и анализ этих событий (41 %). (Ильичев Г. Свободы слова стало больше. // Известия. 22 сентября 2005 г.)

² Журналист. 2005, №9, с. 55.

О НЕКАЧЕСТВЕННОМ КАЧЕСТВЕ И
КАЧЕСТВЕННОЙ ЖЕЛТИЗНЕ

*Субъективные заметки о местных СМИ –
базах практики и месте будущей работы*

Редактор крупной областной газеты однажды попенял декану журфака ВГУ на его студентов. Суть его упрека: факультет учит вовсе не тому, чему сегодня требует учить время. Студентам, поучал редактор декана, необходимо в новых рыночных условиях в первую очередь прививать навыки экономического мышления, то есть их следует учить искать и находить рекламодателей, которые согласятся за деньги поместить в газете хвалебную статью о себе. Только так, считает редактор, журналисты могут заработать на хлеб.

Этот редактор не одинок в своих потугах провести введенную ему утлую лодочку редакции сквозь бурные волны нарождающегося рынка СМИ. Каждый в этом море выживает по-своему. Одни добросовестно «заносят хвост» учредителя, другие в стремлении поддержать угасающий интерес публики к своему изданию превращают его в сливную яму компромата, третьи в погоне за читателем пытаются прежде всего потакать его самым низменным вкусам.

В это же время ученые-теоретики тщательно изучают «продукцию» практиков, обобщают положительный опыт, вырабатывают рекомендации, призванные ее совершенствовать. По логике вещей практики должны бы внимательно изучать научные исследования и брать на вооружение лучшие достижения теоретической мысли.

Так ли это выходит на самом деле?

Отнюдь.

Практики вовсе не торопятся с карандашом в руках изучать последние достижения исследовательской мысли. Нельзя сказать, что они вовсе игнорируют научные труды, они их изредка перелистывают. И, перелистав, со вздохом откладывают в сторону.

— Вы предлагаете некие идеальные модели! По ним совершенно невозможно работать! — бросают они упрек теоретикам.

— Да, — соглашаются теоретики. — Но если вы построите свою работу строго по этой идеальной модели, у вас будет идеальная газета! Очереди за ней будут выстраиваться у киосков в пять утра! Порог вашей редакции круглосуточно будут обивать рекламодатели, умоляя опубликовать их рекламу за любые деньги!

— Вашими бы устами да меду попить...

И с упорством, достойным лучшего применения, продолжают идти по граблям.

Первые грабли — позиционирование.

— Мы — качественное издание и ориентируемся на элитную публику, — заявляют журналисты газеты, учредителем которой является областная администрация, а разовый тираж едва превышает три тысячи экземпляров (поэтому в выходных данных лукаво записано: «недельный тираж — 11 000 экз.»). Видимо, специально для областной элиты главный редактор за своей подписью еженедельно публикует полосные (А2!!) обзоры федеральной прессы. Видимо, для элиты без правки публикуются расширенные заметки студенток-первокурсниц журфака типа: «Накануне отмечаемого уже во второй раз Дня работников дошкольного образования мы побывали в детском садике №... Мы пришли туда после завтрака. В коридорах пахло молоком и уютом...» Практикантку на факультете за заметку пожурили, обозвали ее творчество «акынской журналистикой» (в честь народных поэтов Казахстана, певших о том, что видели с седла своего верблюда). Практикантка критику стерпела — куда денешься, преподаватели, но, думается, в глубине души с ней не согласилась. Ведь в редакции приняли материал без претензий и опубликовали без правки.

По статусу — газета областная. Несколько лет назад, поссорившись с мэром города, редакция сумела воспользоваться противоречиями между мэром и губернатором и сменила учредителя. Однако в структуре и тематике ничего не изменилось: жизнь области издание не интересует, оно сосредоточено на областном центре.

В претензии на элитарность есть определенные основания. В редакции работают талантливые журналисты, завоевавшие авторитет у читателей, публикуются острые, вызывающие большой общественный резонанс материалы. Газета последовательно отстаивает демократические принципы, не боится критиковать и собственного учредителя. При этом

журналисты легко могут позволить себе публикацию просторного репортажа о свадьбе своего сотрудника или посвятить 4,5 полосы из шести юбилею профессора журфака, заведовавшего некогда в редакции отделом культуры. Иногда начинаешь подозревать, что элитарность журналисты понимают как принадлежность к ближнему кругу сотрудников редакции — родственников и друзей.

Вообще-то, если судить по тематической модели, то эта газета относится к массовым изданиям. Но теоретик обязательно упрекнет редакцию в пренебрежении к своему читателю. В газете почему-то не принято подписывать снимки. Видимо, элитный высококобый читатель сам должен догадываться и понимать из текста, кто и зачем изображен на опубликованных фотографиях. Особая статья — заголовки в «элитной» газете. Подзаголовки здесь не практикуются вовсе, лид формально присутствует — первый абзац текста помечается полужирным, но чаще всего этот абзац начинается какой-нибудь сентенцией типа: «Странная штука — жизнь...». Вот наугад взятые несколько заголовков. Все материалы посвящены одной теме — скандальной продаже Гордумой городского кинотеатра: «Протестом по беспределу», «Цель оправдывает средства?», «Доходное место», «Афера в законе?». Подзаголовки отсутствуют. О чем эти материалы — загадка для элиты.

А на защите дипломной работы выпускник факультета, уже работающий в штате редакции, объясняет экзаменационной комиссии: газета выходит три раза в неделю. Вторичный номер — информационный. Номер четверговый больше сродни еженедельнику: к телепрограмме подверстывается большое количество комментариев, аналитических корреспонденций и статей. Субботний номер строится по типу журнала: преобладают просторные публикации, преимущественно полосные, посвященные краеведению, культуре. При такой типологии уже и у исследователя голова кругом идет, что уж говорить о рядовом читателе?

А рядовой читатель голосует рублем. Газета родилась в 1990 году и через год набрала 85000 подписчиков. В 92-м грянули Гайдаровские реформы, пришлось проводить, как и всем, переподписку, и тираж упал до 35000. С тех пор он не поднимался ни разу. Выводы теоретиков о том, что в крупных городах следует переориентироваться на розницу — не для элитных изданий. Закупкой бумаги, связями с типографией, подпис-

кой, розницей, продвижением, в редакции занимается один человек. В миллионном городе в розницу продается несколько сотен экземпляров.

Газета, о редакторе которой шла речь вначале, за тот же период, превратившись из партийного органа в частное предприятие, учредителями которого стали журналисты, довела тираж от 100000 до 25000. Ее держит на плаву восьмидесятилетний бренд, статус официального публикатора областных законодательных актов и заказные материалы, часть которых публикуется как журналистские. Другая частная газета, поддерживавшаяся на рынке СМИ уже пять лет и поставившая в логотип лозунг «для тех, кто принимает решения», рассылает принимающим решения коммерческое предложение: за определенную сумму в у.е. редакция обязуется регулярно упоминать имя клиента или название его фирмы в информационных материалах, готовить имиджевые статьи и раз в полгода публиковать развернутое (2 полосы А3) интервью. Развернутые интервью публикуются в каждом номере, из чего следует сделать вывод, что предложение находит спрос.

Собственно, издания, имеющие учредителями органы власти, весьма смутно представляют себе, что такое рынок СМИ. Для них он неактуален. Редактора еще одной газеты областной администрации спросили, почему у него мало рекламы.

— А зачем мне много? — вопросом на вопрос ответил он. Я соберу много рекламы, а областная администрация за это на будущий год уменьшит дотации. Будет ли у меня больше рекламы — это еще большой вопрос, а вот больше дотации — сто процентов. Так зачем же от добра добра искать?

А учредителей, в свою очередь, экономические показатели их изданий беспокоят меньше всего. Еще ни одного редактора не уволили за упавший тираж. Еще ни один учредитель не вложил ни копейки в продвижение своего издания. С чиновников, ответственных во власти за работу с прессой, тоже спроса за экономические показатели нет: их задача — потратить бюджетные деньги, а эффективность кто же будет считать?

Преподаватели на лекциях старательно и в подробностях рассказывают студентам о том, что современная редакция состоит из трех частей — творческой, коммерческой и технической, в деталях объясняют устройство коммерческой части, а студенты, придя на практику, обнаруживают, что коммерческая часть редакции состоит из тети, выписывающей

счета случайно забредшим сюда рекламодателям, да из завхоза, покупающего время от времени расходные материалы, чайники и стулья.

Таким образом издания, которые позиционируют себя как качественные, назвать таковыми можно с большой долей условности. На самом же деле ниша качественной прессы сегодня в регионе свободна. А до уровня массовой эти издания подниматься не хотят.

Или не могут?

Вот самое многотиражное издание области — городская газета. Учреждена десять лет назад, выпускается издательским домом, который предлагает читателям еще полдюжины газет. Издание начиналось как невнятное собрание желтых интернетовских страниц, и ярлык «желтое» намертво был прилеплен к нему сразу после выхода первого номера. Но постепенно рос журналистский корпус, уменьшалось количество перепечаток, и газета выросла вместе со своими авторами. Рос и тираж. Последние три года он колеблется между 95 и 113 тысячами экземпляров. Сегодня это самый популярный городской еженедельник. Вслед за тиражом пришел и рекламодатель: доходы от рекламных поступлений составляют около 2,5 миллионов рублей в месяц.

Любой первокурсник журфака при упоминании об этом издании старательно делает брезгливое лицо, однако большинство из них читают его регулярно. Блиц-опрос преподавателей показал, что большинство не читает, потому что — «желтое». А секрет успеха исследовать тоже нет нужды: время наше такое, что только «желтые» издания успешны на российском рынке.

Но если дать себе труд хотя бы взглянуть на страницы еженедельника или побеседовать с журналистами, то можно увидеть, что издание точно позиционировано. Его читатель — массовый, значит — любой каприз за ваши деньги. Конечно, есть здесь и одна страничка «про это», но есть и страничка для детей, где публикуются занимательные головоломки, а угадавший загадку может получить приз в виде чайной кружки с логотипом газеты. Редко в каком другом областном издании, к сожалению, сегодня встретишь страницу, посвященную письмам читателей. Здесь она — в каждом номере. Газета публикует массу рассказов о самых обычных людях, нашедших для себя самые необычные занятия. Вот шестидесятилетняя пенсионерка пришла работать уборщицей в университет, заинтересовалась все-

ррез проблемой долголетия и поступила учиться на биофак. Другая восьмидесятилетняя крестьянка вдруг открыла в себе способности к рисованию, попросила внучку привезти ей красок и днями пишет картины. Читатель, покупая газету, знает, что прочитает в ней о себе или о своем соседе.

Известный факт: мало создать качественный информационный продукт (а «желтое» издание тоже должно быть качественным), его надо уметь продать. На планерке в редакции особенно тщательно проговаривается обложка: она должна заставить читателя обратить на себя внимание, поэтому даже то, что увидит покупатель, если газета, как обычно, будет лежать на витрине сложенной вдвое, учитывается.

Дальше работает отдел распространения. При таком солидном тираже подписываются на газету всего около 20 тысяч читателей, 80 тысяч экземпляров расходятся в розницу. Сотрудники отдела работают персонально с каждым киоскером города, газету можно купить в любом супермаркете, в продуктовых павильонах. Летом распространять газету приглашают старшеклассников. На продаже газет можно неплохо заработать, а лучших продавцов награждают ценными подарками, майками и бейсболками с логотипом издания. А отдел продвижения придумывает различные акции, конкурсы, рекламные стикеры. Отдел маркетинга тщательно отслеживает работу конкурентов.

Позвольте, но ведь этому всему учат на факультете журналистики!

Учат. Только, став редакторами, вчерашние выпускники быстро эти знания теряют. Куда проще пройтись по коридорам с протянутой рукой. А потом понимающе покачать головой:

— Конечно, у них много денег — они ведь желтые. Это мы — качественные...

П.И. Новиков,
Воронежский университет

ГДЕ И КАК УЧАТ ЖУРНАЛИСТОВ...

Сегодня — возможно, как всегда и как повсюду, — журналистика переживает нелегкие времена. Хотя, казалось бы, количество российских СМИ перманентно растет: только печатных периодических изданий зарегистрировано в стране около 50 тысяч. Правда, фактически в свет выходит меньше половины; газеты и журналы читает всего лишь треть населения... Качественной, независимой прессы мало, зависимость от владельцев, учредителей, издателей велика. Подавляющее число журналистов вынуждено заниматься «информационным сервисом» по обслуживанию власти, бизнеса или политической элиты. Корреспонденты и репортеры, получающие мизерные зарплаты (особенно в провинции), вынуждены писать «на заказ», подрабатывать в качестве рекламистов или пиарменов. Одну из причин сложившейся ситуации следует искать в уже далеких девяностых, когда издательский рынок, по сути, был взорван массой газет-однодневок, «пустышек», «игрушек», заполонивших информационное пространство, когда были рассеяны профессиональные кадры. Уровень журналистики резко снизился, в результате упало доверие аудитории к СМИ.

Нечто подобное произошло и в сфере журналистского образования. Сегодня вы, пожалуй, не найдете ни одного областного центра, где бы специальность «Журналистика» не преподавалась в местном вузе (причем новоявленные кафедры стремительно преобразуются в факультеты). Кто-то скажет: ну и замечательно! Рынок, конкуренция! Но давайте разберемся: что за рынок, что за конкуренция?..

Прежде, чтобы открыть новую специальность, в вузе заявляли соответствующую специализацию, готовили кадры, закупали литературу, оборудование, постепенно осваивали спецкурсы, методику преподавания и т.д. На это уходили годы, и, когда руководство факультета (как правило, филологического, в рамках которого реализовывалась, а кое-где реализуется и поныне специальность «Журналистика») приходило к выводу: все — или почти все — готово, принималось решение об открытии отдельной кафедры. Набор же студентов осуществлялся лишь после рекомендации научно-методического совета учебно-методического объединения университетов России и приказа Минвуза. Нередко сначала на заочное отделение, а

затем — через несколько лет! — и на дневное. Сегодня этот процесс иногда занимает год-два, а то и месяцы. Неудивительно, что у практиков все больше претензий к выпускникам таких «скоропалительных» отделений и факультетов журналистики. Не хватает квалифицированных преподавателей, учебников и учебных пособий, не хватает техники (ведь наша специальность очень затратная, если реально оснащать телестудию, радиостудию, типографическую и фотографическую лаборатории, компьютерные классы, Интернет-центр современным оборудованием).

Но что делать: губернатор (ректор) дал отмашку... Всем хочется иметь престижную специальность, престижный факультет. К тому же есть и объективные причины: обучаться вдали от дома сегодня ой как накладно! Все верно, но разве это оправдывает заведомо слабую подготовку кадров? Ведь уже к курсу третьему студент все понимает: он, сотрудничающий с редакциями, уже в состоянии адекватно оценить уровень профессиональной — теоретической и практической — подготовки в вузе. Даже в сложившихся, богатых традициями центрах журналистского образования (Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Воронеж, Ростов-на-Дону, Томск, Владивосток) возникает немало проблем. Ведь социально-политическая и экономическая ситуация в мире, в стране, в регионах, читатели, зрители, слушатели, сама журналистика, ее содержание и технологии стремительно меняются, и необходимо оперативно откликаться на требования дня. Что уж говорить о новичках...

Но вот читаю интервью с известным журналистом и государственным деятелем, в прошлом главным редактором одной из самых популярных газет «Советская Россия» М.Ф. Нашевым, опубликованное в «Журналисте» под заголовком «И здесь будут учить профессии, но совсем не так, как другие». Беседа приурочена к открытию в Московском госуниверситете печати (бывшем полиграфическом институте) кафедры периодической печати, которую и возглавил Михаил Федорович. Что же нового предлагает опытный практик?

Комплектование студенческого состава из тех, кто уже окончил один вуз и имеет склонность к журналистской деятельности? Так второе высшее образование, а также годовые программы профессиональной переподготовки успешно реализуются на серьезных факультетах.

Новая модель вузовского образования? Так, государственные стандарты, в которых учтен и положительный западный опыт подготовки журналистов (бакалавры, магистры), уже прошли апробацию и признаны как прогрессивные в среде теоретиков и практиков — другое дело, конкретные учебные планы конкретных вузов... Но базовый учебный план представляет массу возможностей — за счет регионального, вузовского компонентов, спецкурсов по выбору и т.д. — для импровизаций, «привязки к местности».

Действующие методы страдают общим недостатком: обучение ведется в отрыве от организационной и творческой практики газет и журналов? Так кто мешает вводить круглогодичные практики, заключать договоры с сильными редакциями, организовывать практику непосредственно в вузе (для чего и необходимы соответствующие площади, материально-техническая база, факультетские СМИ).

Новые курсы? Так, «Газетный бизнес», «Интернет в газете и журнале» и другие дисциплины, перечисляемые новым заведующим кафедрой, возможно, под другими названиями, давно и успешно читаются будущим журналистам.

Много теории? Во-первых, ничего нет практичнее фундаментальной теории, во-вторых, любой теоретический курс можно и должно «оснастить» семинарами, практическими, лабораторными занятиями — часов хватает. Вот только кто это будет проводить? Практики? Известен случай с Григорием Козинцевым, обижавшимся на ВГИК и решившим самому заниматься со студентами. Знаменитого режиссера хватило на два месяца, после чего он признался: «Я им рассказал все, что знаю!..» Необходимо давно понять, что журналист и преподаватель журналистики — разные профессии. Идеально, когда «два в одном», но не всегда получается...

Вообще, двухстраничное интервью вызвало удивление: еще ничего не сделано, еще все только в планах, а всероссийский профессиональный журнал отдает беседе две полосы, да еще выносит фотографию интервьюируемого на обложку. Конечно, М.Ф. Ненашев — личность, знаковое имя для российской журналистики и издательского дела, но тем более был важен профессиональный подход к подготовке публикации (ведь об этом, собственно, и говорят собеседники!), чтобы у читателя не складывалось подозрение в «скрытой рекламе» или «мягкой пропаганде»...

В последнее время стало модным открывать курсы для начинающих журналистов, предлагать на платной основе проходить практику студентам журфаков непосредственно в СМИ. Хорошее дело! И мы в свое время организовали школы юных и молодых журналистов в редакциях (правда, на общественных началах). Только сколько же сил это отнимало! И времени! Если открывать курсы (да еще за деньги!), надо отчетливо осознавать: это будет отдельным видом деятельности вашего СМИ. Для чего нужны – смотри выше – квалифицированные кадры педагогов-тренеров, современные и освоенные методики, площади, техника, время и т.д. и т.д.

Что же касается студентов-практикантов, то в семидесятых – восьмидесятых – начале девяностых годов прошлого века, мы, тогда действующие журналисты, с нетерпением ждали их: свежая кровь! новые идеи! И не только обучали, но и сами многое брали у них. Молодое не всегда оказывалось зеленым... Сегодня же нередко, видимо, боясь конкуренции, в редакциях на дух не переносят практикантов, ставят многочисленные преграды при опубликовании.

Что же делать? Как работать уже открывшимся кафедрам, отделениям и факультетам журналистики? Ведь обратной дороги нет. Ответ один: работать в два-три раза интенсивнее, потому что придется одновременно решать массу сложнейших проблем:

учиться на ходу самим, знакомясь с научно-методическим опытом передовых центров журналистского образования, обучаясь на ФПК, проходя стажировки, сотрудничая со средствами массовой информации;

приглашать наиболее известных в России преподавателей и исследователей журналистики для чтения лекций и проведения семинарских занятий;

привлекать к учебному процессу практикующих журналистов, склонных к преподавательской деятельности;

находить законные способы материального стимулирования приглашенных преподавателей;

готовить наиболее способных студентов для учебы в аспирантуре по специальности 10.01.10 – журналистика (лучше – на заочном отделении с привлечением к работе у себя – говорят, что лучший способ научиться – учить самому...);

формировать библиотечный (бумажный и электронный) фонд учебников, учебных и учебно-методических пособий, указаний, программ, монографий по журналистике;

развивать материально-техническую базу;
 создавать условия для прохождения студентами практики
 непосредственно в вузе (издавать собственные СМИ) и заключать договоры с серьезными редакциями

Очень многое придется делать на ходу для сохранения репутации как нашей специальности, так и конкретного вуза. Чтобы не допускать брака в работе...

P.S. Справедливости ради, следует заметить: уже немало новообразованных кафедр, где пошли именно по этому пути. Что обнадеживает.

В.В. Тулунов,
Воронежский госуниверситет

воспитательная работа

ВОСПИТАНИЕ ГРАЖДАНИНА И ЧЕЛОВЕКА — ЧЕРЕЗ ПРОФЕССИЮ

Концепция воспитательной работы реализуется на факультете журналистики ВГУ уже многие годы. Суть ее — в соединении учебных, профессиональных и научных интересов студентов с просветительской, морально-этической и гражданской составляющими учебно-воспитательного процесса.

Уже на первой актовой лекции студентов знакомят с историей и традициями высшей школы, историей ВГУ, факультета журналистики. В университете существует институт кураторов групп 1-2 курсов, работу которых организует и контролирует заместитель декана по воспитательной работе. Особое внимание уделяется и самоуправлению (студенты на общих открытых собраниях выбирают деятельные Студенческий совет и Совета общежития). Студенты старших курсов журфака, возглавляемые председателем Студсовета Л. Браславец, шефствуют на своими младшими товарищами: организуют Посвящение в студенты, Фестиваль первокурсников. И вообще, во всех мероприятиях — будь то выпуск факультетской газеты «Третий глаз» или факультетского сайта www.joung.vsu.ru, проведение научно-практической конференции студентов и аспирантов, фестиваля «Студенческая весна» или турнира по мини-футболу памяти спортивного комментатора В. Затонского и др., — активное участие принимают студенты всех курсов. В чем несомненная заслуга как деканата, так и кураторов, старост и активистов студсовета.

На факультете журналистики существует пресс-клуб, периодически организующий встречи с известными публицистами, политиками, деятелями культуры и искусства. Тесными стали связи факультета и воронежского Дома журналистов, где постоянно проводятся такие же встречи, организуются фотовыставки (в фойе учебного корпуса № 6, где располагается факультет журналистики, ежемесячные выставки изо- и фоторабот студентов и преподавателей, а также профессионалов-практиков также стали доброй традицией). Каждое подобное мероприятие становится в то же время объектом для

практической деятельности студентов. Будущие специалисты по связям с общественностью проводят ПР-акции, отвечают за организацию самих встреч, будущие рекламисты тренируются в проведении рекламных кампаний, будущие журналисты готовят для факультетской, университетской, городской и областной прессы публицистические материалы (отчеты, репортажи, интервью, фотоподборки).

Постоянными стали на факультете творческие вечера преподавателей-юбиляров, Дни памяти преподавателей, стоявших у истоков отделения, а затем и факультета журналистики. К этим событиям приурочивается выход книг, буклетов, проспектов, фильмов и т.д., изготавливаемых на факультетской издательско-полиграфической базе.

Специфика факультета такова, что многие учебные дисциплины уже по определению содержат в себе некий воспитательный потенциал. Так, например, при ежегодном подведении итогов практики (анализ студенческих публикаций ведется в группах публично) неизбежным становится разбор различных правовых, морально-этических, морально-нравственных и пр. коллизий, связанных с практической работой студентов. Это может касаться как проблематики опубликованных материалов, так и внутриредакционных, порой, конфликтных отношений.

В принципе, этика журналистского творчества (изучение такого раздела предусмотрено учебным планом) полностью совпадает с общепринятой системой общечеловеческих культурных ценностей. Поэтому изучение проблем профессиональной этики есть в то же время и процесс воспитания и самовоспитания.

Весной 2004 г. студентка заочного отделения Анна Ивакина успешно защитила дипломную работу на тему «Журналист — аудитория — «герой»: этика взаимоотношений». Студентам-очникам было рекомендовано ознакомиться с этим сочинением. В результате родилась идея разработки системы наглядной агитации на факультете, которая способствовала бы соблюдению студентами поведенческих норм на основе этики профессиональных отношений — одна из групп 3 курса (староста С. Сырицын) работает над ее воплощением.

Одна из важных составляющих концепции воспитательной работы на факультете журналистики — обеспечение условий для развития творческой личности. Многие инициативы студенчества активно поддерживаются деканатом. Так, по просьбе студен-

тов организовано и работает литературное объединение, на котором разбираются стихотворные и прозаические произведения студентов (занятия ведут проф. Л.Е. Кройчик и ст. преп. В.В. Гааг). Готовится к изданию сборник студенческих произведений.

Несколько лет назад по инициативе студентки Евгении Соседко был создан театр «Хамелеон», спектакли которого пользовались успехом у студенчества всего города. Два года назад Е. Соседко защитила диплом и работает ведущей на ВГТРК.

Порой акции, проведенные в рамках учебного процесса, имеют больший воспитательный эффект, чем традиционные методы. Так, из-за малой пропускной способности студенческого буфета на переменах разовые стаканы с чаем и кофе приносили в аудитории, в результате чего к концу занятий коридор и другие помещения факультета были усыпаны стаканчиками, пакетиками и прочим мусором. Замечания преподавателей и членов студсовета порой откровенно игнорировались, не возымели воздействия и расклеенные по стенам распечатки выдержек из университетских правил внутреннего распорядка.

Тогда в рамках практических занятий по паблик рилейшнз преподаватель И.А. Цалитис дала задание группе на проведение ПР-кампании с целью воздействия на студентов. На стенах появились пакеты для мусора, а над ними — остроумные — на молодежном сленге — плакаты, призывающие соблюдать чистоту. Ситуация резко изменилась. Факультет стал чище, и акция продолжается. При этом контролируется и придается огласке санитарное состояние каждой аудитории и, следовательно, соблюдение правил внутреннего распорядка каждой учебной группой.

Факультет имеет хорошие трудовые традиции. В свое время факультетский стройотряд был лучшим в области. Лучшим был и сводный сельхозотряд филфака и журфака «Логос». Отряды отличала не только хорошая, результативная работа (и, кстати, высокие заработки студентов), но и творческая атмосфера: днем — напряженная работа, вечером — творчество. Атмосфера творчества была столь привлекательной, что в отряды съезжались выпускники факультетов и работали вместе со студентами в свои отпуска.

Времена изменились, но традиции остались. Поступившие на I курс студенты факультета журналистики в августе прохо-

дят краткосрочную трудовую практику, готовя факультет к новому учебному году. В процессе этой практики на первый план выходят воспитательные задачи. Студенты должны познакомиться с факультетом и однокурсниками и осознать, что они не просто «отрабатывают» положенные 10 часов, а готовят к занятиям свой факультет, на котором им предстоит прожить пять, быть может, самых интересных лет жизни. В процессе работы студенты получают и творческие задания. Маленький пример: идет распределение работ, и каждому предлагается написать заявление в шуговой форме. Вот что написала новоиспеченная студентка в августе 2004 г.: «Заявляю: очень мне охота / На тяжелую устроиться работу / Буду делать все, что захотите, / Только слишком строго не судите!..» (под тяжелой работой подразумевалось мытье пола в аудитории...).

На практику добровольно приходят и старшекурсники. При этом студентам предоставляется максимально допустимая самостоятельность. В том же августе 2004 г. первокурсники под руководством второкурсника Кирилла Усольцева имеющего художественное образование, сами решали проблема дизайна интерьера при ремонте аудиторий факультета. Весной 2005 г. студенты по инициативе первокурсницы Александры Кумицкой взялись за обустройство факультетских внутренних двориков (ландшафтный дизайн) — посадили цветы, сформировали газон.

**В.В. ГААГ,
Воронежский госуниверситет**

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТУДЕНТОВ НА ЖУРФАКЕ ВГУ

Научно-исследовательская деятельность студентов становится все более важным компонентом образовательного процесса. В условиях плюрализма источников информации в университетской среде научная работа должна помочь студентам научиться анализировать сведения, не принимать их как данность, вырабатывать собственную позицию, не только научную, но и гражданскую. Опыт организации НИР студентов позволяет выделить три ее основных компонента:

— НИР, непосредственно связанная с учебным процессом (работа с научной литературой, конкурс курсовых и дипломных работ, рефератов как научных работ);

— НИР, дополняющая учебный процесс (научные конференции, круглые столы, семинары, тренинги, олимпиады);

— НИР, дополняющая учебный процесс (научно-исследовательская работа на кафедрах, в научных подразделениях вуза в контексте студенческой науки).

Основными направлениями студенческой НИР на факультете журналистики ВГУ являются:

— Проведение ежегодной всероссийской конференции студентов и аспирантов «Журналистика, реклама, СО: новые подходы». Именно факультет журналистики ВГУ провел первую всероссийскую конференцию студентов и аспирантов в ноябре 2000 года. С тех пор в студенческо-аспирантских конференциях нашего факультета регулярно участвуют не только местные студенты и аспиранты, но и их коллеги из Москвы (МГУ, РУДН), Санкт-Петербурга, Ростова, Краснодара, Волгограда, Саратова, Новосибирска, Нижневартовска, Томска, Перми, Тюмени, Кемерово, Казани, Уфы, Белгорода, Липецка, Тамбова, Курска, Старого Оскола и других городов. Научно-практические конференции дают возможность студентам апробировать курсовые и дипломные работы, а преподавателям и аспирантам — обмениваться методиками преподавания и организации учебного процесса и научно-методической работы.

— Участие студентов и аспирантов факультета журналистики ВГУ в научно-практических конференциях в различных городах России. Студенты и аспиранты нашего факультета регулярно участвуют в конференциях в Москве, Санкт-Петербурге, Ростове, Екатеринбурге, Старом Осколе и других городах.

— Проведение конкурсов на лучшую научно-исследовательскую студенческую работу. Ежегодно по итогам этих конкурсов три студента и три аспиранта получают именные дипломы и денежные вознаграждения.

— Участие студентов во всероссийском конкурсе на лучшую научную работу.

— Участие студентов в конкурсах на гранты российских и международных организаций.

— Участие студентов в профильных конкурсах, проводимых государственными, общественными и частными организациями.

— Выставки студенческих работ.

— Публикации научных материалов. Результаты участия студентов в издательской деятельности отражены в сборниках материалов научно-практических конференций и научном альманахе факультета журналистики «Акценты. Новое в массовой коммуникации».

Далее мы конкретизируем научно-исследовательскую работу студентов факультета журналистики за последние три года. Факультет в октябре 2002 года провел всероссийскую конференцию студентов и аспирантов «Журналистика, реклама, СО: новые подходы». Как наиболее значительные были отмечены следующие доклады.

— А. Иванисов (ВГУ) Системогенез как фактор становления адекватной коммуникации в «информациональной» среде.

— Р. Бельков (Саратовский ГУ) Саратовская газетная культура 1920-х годов и культура газеты.

— Я. Брагина (Тамбовский ГУ) «Свои» — «Чужие»: англичане и американцы в публицистике Д.Б.Присли.

— Р. Шель (ВГУ) Организация работы редакции «Сегодня в Европе» немецкого канала ЦДФ.

— В. Рязанцев (Белгородский ГУ) Специфика диалога в эфире коммерческой радиостанции.

В 2002 году в Открытых конкурсах на лучшую работу студентов, проводимых по приказу Минобразования России участвовали работы студентов 5 курса И. Цалитис, Ю. Пенки-

ной, И. Коротковой, Н. Дмитренко, А. Колупаева, Д. Пыркова, А. Коробейниковой.

Студентка 3 курса К. Тулупова и студентки 4 курса В. Обухова и И. Стуколова принимали участие во всероссийской конференции студентов и аспирантов «Средства массовой информации в современном мире. Молодые исследователи» (Санкт-Петербург, февраль 2002). Студентка 4 курса И. Стуколова в соавторстве с преподавателем Н.С. Сапелкиным опубликовала материал в сборнике тезисов международной научно-практической конференции «Журналистика-2002» (Минск, 2002). И. Стуколова участвовала во всероссийском конкурсе ПР-проектов «ПР-проба» (Санкт-Петербург – 2002). Студентка 3 курса А. Стельмах отправила научную работу на конференцию «Ломоносов-2002» (Москва, 2002).

Студенты Р. Шель (3 курс) и Е. Ярцев (2 курс) выиграли гранты Свободного российско-германского института публицистики на прохождение практики в Германии.

Студентка 3 курса О. Кофанова победила в региональном отборочном туре всероссийского конкурса студенческих работ по связям с общественностью «Хрустальный апельсин».

Студентка 4 курса Г. Давлятшина заняла 2-е место в номинации «Социальная реклама» в студенческом фестивале рекламы «Miracle-2002». Она же стала финалистом Воронежского конкурса лучших работ в области рекламы «Чарт-2002». Работа этой же студентки «Сарафан» вошла в «шорт-лист» XII Московского международного фестиваля рекламы (конкурс «Печатная реклама», номинация «Социальная реклама»).

Студентка 4 курса Е. Ищенко выиграла именную стипендию В. Потанина.

В 2002 году на факультете были организованы две фотовыставки и выставка художественно-публицистических произведений студентов.

В номинации «Студенческая наука» по итогам научной сессии 2002 года победителями стали И. Стуколова (1 место), В. Обухова (2 место), Т. Щербак (3 курс) (3 место).

В октябре 2003 года на факультете состоялась всероссийская конференция студентов и аспирантов «Журналистика, реклама, СО: новые подходы», в которой приняло участие 120 человек, в том числе 40 иногородних студентов из 11 ВУЗов России. Как наиболее успешные были отмечены следующие доклады:

– Ю. Лысякова (ВГУ) Ницше и Соловьев в философской публицистике А. Белого.

– Л. Соловьева (ВГУ) Стилевое и жанровое разнообразие публицистики В.В.Розанова («Опавшие листья»).

– Н. Боева (ВГУ), Место телевидения в формировании досуга подростков.

– О. Вострикова (ВГУ) Оценка московских телеведущих воронежцами.

Студентки 5 курса Н. Боева и Ш. Джахая, а также студентка 4 курса О. Вострикова принимали участие во всероссийской конференции студентов и аспирантов «Средства массовой информации в современном мире. Молодые исследователи» (Санкт-Петербург, февраль 2003). Студентка 4 курса И. Стуколова в соавторстве с преподавателем Н.С. Сапелкиным опубликовала сборник «Кто есть кто в воронежской журналистике. В 2002 году на факультете были организованы 4 фотовыставки.

В номинации «Студенческая наука» по итогам научной сессии 2003 года победителями стали О. Вострикова (1 место), Н. Боева (2 место), О. Кофанова (3 место).

Студент 4 курса Н. Епихин стал лауреатом международного конкурса «Дебют» в номинации «Малая проза» и получил почетный диплом конкурса.

В 2004 году факультет журналистики провел всероссийскую конференцию студентов и аспирантов «Журналистика, реклама, СО: новые подходы», в которой приняло участие 150 человек, в том числе 30 иногородних студентов из 13 городов России. Как наиболее успешные были отмечены следующие доклады:

– А. Евтушенко (РГУ) Сравнительный анализ жанровых систем французской и российской периодики.

– А. Пивень (ВГУ) Манипуляция сознанием в информационной политике российского телевидения

– Л. Свитцова (ВГУ) Языковой дискурс и публицистика

– В. Никулина (ВолГУ) Тема Великой Отечественной Войны и Сталинградской битвы на страницах журнала «Отчий край».

– Ю. Голубь (ВГУ) Влияние эстетики постмодернизма на современную журналистику

– М. Беловоленко (ВГУ) Концепт «продажа» как ключевое слово культурного поля рекламы

– О. Массальская (МЭСИ, Белгородский филиал) Голос диджея в радиорекламе.

Студентки четвертого курса В. Гребенькова, О. Моргачева и О. Крестина приняли участие в конференции аспирантов и студентов «Ломоносов – 2004» (МГУ). Студентки пятого курса М. Киркина и Ш. Джахая приняли участие в студенческой конференции, проведенной факультетом журналистики МГУ, М. Киркина получила диплом победителя.

В конкурсе на лучшую студенческую НИР победила Л. Свитцова (5 курс), второе место заняла К. Тулупова (5 курс), третья – М. Киркина (5 курс).

В ноябре 2005 года на факультете состоится очередная всероссийская конференция студентов и аспирантов «Журналистика, реклама, СО: новые подходы», в которой примут участие около 150 студентов, аспирантов и преподавателей из 12 городов России.

В апреле 2005 года студентки 2 курса А. Бырка, А. Захарова, Е. Воробьева, М. Николаева и М. Андрианова приняли участие в научно-практической конференции «СМИ и журналистика: взгляд из провинции» (г. Старый Оскол). Студентки 3 курса А. Захарова, Е. Воробьева и М. Андрианова в сентябре-октябре 2005 в составе межрегионального литературного клуба «Дебют» приняли участие в международном фестивале поэзии «Биеннале поэтов России» в Москве. В ноябре-декабре 2005 года планируется участие студенческой команды факультета журналистики ВГУ в Первом всероссийском конкурсе по международному гуманитарному праву среди команд факультетов журналистики.

Научно-исследовательская деятельность студентов факультета журналистики ВГУ затрагивает основные направления НИР в сфере журналистики: журналистско-теоретический, журналистско-исторический и журналистско-лингвистический. Студенческая НИР касается наиболее актуальных вопросов современной журналистской науки, как то: определение условий коммуникационных процессов, их активного субъекта и объекта, глобальные процессы в СМИ, монополизация и коммерциализация медиасектора, возникновение журналистики и формирование ее как профессии, экономика СМИ, правовые и этические основы деятельности СМИ, международное гуманитарное право в контексте деятельности СМИ, основные организационные и творческо-профессиональные аспекты телевизионной и радиожурналистики, манипулятив-

ные стратегии СМИ, дискурсивный режим в современном информационном пространстве, язык и стиль массовой коммуникации, жанры периодической печати, телевизионной и радиожурналистики. Научно-исследовательская деятельность студентов нашего факультета ставит не только прагматические цели (освоение профессии), но и фундаментально-теоретические (помощь профессорско-преподавательскому составу в проведении научных исследований, подготовка кадров для преподавательской работы).

В.И. Сапунов,
Воронежский госуниверситет

ЖУРФАК ВГУ — 44 И 20!

В ВГУ подготовку журналистов начали в 1961 году на заочном отделении филологического факультета. В 1968 году журналистов стали набирать на стационар, а собственно факультет журналистики был образован в 1985 году.

С 1968 года на факультете журналистики обучаются студенты из других государств. Выпускники-иностранцы (с 1999 г. — бакалавры и магистры) работают в СМИ стран Европы, Азии, Африки и Латинской Америки.

С 1998 года факультет ведет также обучение студентов по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью».

В 1999 году открыт филиал в Старом Осколе, созданы учебные группы для лиц, получающих второе высшее образование.

На факультете существует заочная форма обучения по всем трем специальностям. Имеется аспирантура.

Четвертый год реализуется годичная программа профессиональной переподготовки «Журналистика» на базе высшего образования с выдачей диплома государственного образца.

Сегодня факультет журналистики ВГУ — это более 70 преподавателей и сотрудников, среди которых 8 профессоров, докторов наук, более 20 доцентов, кандидатов наук; пять кафедр, три специальности, восемь специализаций.

Кафедры:

теории и практики журналистики;
средств массовой коммуникации и рекламы;
телевизионной и радиожурналистики;
истории журналистики;
стилистики и литературного редактирования.

Специализации:

Периодическая печать.
Телевизионная и радиожурналистика.
Новые компьютерные технологии в СМИ.
Фотожурналистика.
Книгоиздательское дело.
Реклама и паблик рилейшнз.
Работа с рекламными текстами — «копирайтинг».

Связи с общественностью в СМИ.
На факультете функционируют:
Диссертационный совет Д 212.038.18 по специальности
10.01.10 – журналистика;
Академия региональной печати;
редакции научно-практического альманаха «Акценты. Новое в массовой коммуникации» и научного журнала «Вестник ВГУ. Сер. Филология. Журналистика»;
комплекс учебно-творческих лабораторий, включающий фотолaborаторию, радиостудию, лингафонный кабинет; телестудия;
редакционно-издательский центр и четыре компьютерных класса;
учебная типографическая лаборатория;
филиал зональной научной библиотеки ВГУ;
кабинет истории журналистики;
редакция студенческой учебной газеты «Третий глаз»;
подготовительное отделение, включающее воскресную школу журналистов и подготовительные курсы;
школы дизайна, фото, рекламы и паблик рилейшнз.

Всего на факультете имеется около ста компьютеров, телестудия, радиостудия, фотолaborатория оснащены самым современным цифровым оборудованием, действует сеть Интернет.

На базе факультета в 1999-м году создан Центр информации и рекламы ВГУ, в рамках которого также осуществляется выпуск многотиражной газеты «Воронежский университет».

Журфак ВГУ является коллективным членом Всероссийской Ассоциации преподавателей и исследователей журналистики, Научно-методического центра (НМЦ) преподавателей и исследователей журналистики России, Европейской ассоциации преподавателей журналистики (ЕЈТА), Ассоциации рекламных агентств Воронежа (АРАВ), соучредителем регионального отделения Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО ЦФО).

В 2000 году на факультете журналистики ВГУ была создана региональная секция Центральной и Черноземной России НМС по журналистике, в которую вошли представители вузов, осуществляющих подготовку журналистов, из Белгорода, Брянска, Воронежа, Ельца, Иваново, Курска, Орла, Саратова, Тамбова, Твери, Тольятти и Уфы. Председателем секции был

избран декан факультета журналистики Воронежского государственного университета, профессор В.В. Тулупов.

В настоящее время на всех специальностях и формах обучения сдаются 3 вступительных экзамена: Творческий конкурс, Русский и Иностранный языки. По русскому языку принимаются сертификаты ЕГЭ (на заочном отделении — изложение). Программы обучения на подготовительных курсах и в спецклассах согласованы с программами вступительных экзаменов и в первую очередь профилирующего — «Творческого конкурса».

Плодотворным способом отбора наиболее одаренных абитуриентов является региональная Олимпиада, проводимая в форме телевизионного конкурса «Проходной балл» (совместно с телекомпанией «Край Воронежский», представляющей НТВ в Центральном Черноземье). По его итогам от 3 до 5 победителей рекомендуются к зачислению на факультет без вступительных экзаменов. Участвовать в Олимпиаде могут все желающие абитуриенты, независимо от того, обучаются они на подготовительном отделении или нет.

Студенты получают основательную подготовку не только в области журналистики, но и в сфере рекламы, связей с общественностью (паблик рилейшнз), политики, культуры, истории, литературы, иностранных языков, компьютерных технологий, приобретают опыт практической и научно-исследовательской работы. Возможности классического университета таковы, что дисциплины естественно-научного и гуманитарного циклов ведут преподаватели с соответствующих факультетов: математического, экономического, исторического, юридического, филологического и др.

Привлечение студентов к научной работе происходит уже на первых курсах. Все студенты имеют возможность принять участие во Всероссийской научно-практической конференции студентов, проводящейся ежегодно на факультете с 2000- г., — их выступления являются своеобразной защитой курсовых проектов, апробацией результатов дипломных сочинений (сообщения и доклады студентов публикуются в сборниках тезисов). Еще одним способом привлечения студентов к науке являются различные олимпиады по истории, философии, юридическим наукам, иностранному языку. Наши студенты с успехом участвуют как в университетских, городских, областных, так и во Всероссийских и Международных олимпиадах.

На факультете работает пресс-клуб, периодически организуя встречи с известными публицистами, политиками, деятелями культуры и искусства. Тесными стали связи с воронежским Домом журналистов, где постоянно проводятся такие же встречи. В фойе учебного корпуса журфака организуются ежемесячные выставки изобразительных и фоторабот студентов и преподавателей, а также профессионалов-практиков. Традиционными стали творческие вечера преподавателей-юбиляров, Дни памяти сотрудников, стоявших у истоков отделения, а затем и факультета журналистики (к этим событиям приурочивается выход книг, буклетов, проспектов, фильмов и т.д.), Посвящение в студенты, День факультета, общегородской турнир по мини-футболу и др.

Так что слоган «Жизнь в творческом полете», придуманный студентами журфака ВГУ, вполне оправдан.

Адрес: 394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, 40-а.

Телефоны: (0732) 13-17-56 (т/факс) — деканат.

Электронная почта: root@jour.vsu.ru

Сайт: www.jour.vsu.ru

для заметок

для заметок

УМО-регион
Сборник информационных
и научно-методических материалов

Редактор-составитель – Е.М. Бебчук
Верстка – П.И. Новиков

Издание факультета журналистики
Воронежского государственного университета

Отпечатано в типолаборатории факультета
журналистики ВГУ
394068, Воронеж, ул. Хользунова, 40-а, к. 114.
Тел./факс: 13-17-56. E-mail: root@jour.vsu.ru.