

## **Уважаемые коллеги!**

Сборник информационных и учебно-методических материалов «УМО- регион» 2007 посвящен проблемам преподавания журналистских дисциплин. В ряде статей представлена методика преподавания дисциплин специализаций, в частности, «Теле- и радиожурналистики» и «Новых компьютерных технологий в СМИ». Преподаватели журфака ВГУ предлагают свои подходы к преподаванию как основных курсов, так и спецкурсов по выбору студента. В сборнике вы также найдете дискуссионные материалы, связанные с концепцией журналистского образования.

Редакция благодарит авторов сборника и приглашает к сотрудничеству всех членов региональной секции УМО.

Ждем ваших материалов по электронному адресу:  
[bebchuk@jour.vsu.ru](mailto:bebchuk@jour.vsu.ru)

## Содержание

<b>Методика</b> .....	<b>4</b>
В.В. Тулупов. Современные образовательные технологии в профессиональном обучении журналистов .....	4
А.М. Шестерина. Актуальные проблемы подготовки тележурналиста: попытка ответа на требования времени .....	9
Т.В. Лебедева. Преподавание дисциплин специализации «Радиожурналистика» .....	16
М.Н. Яковлев, Г.Е. Подковырова. Дисциплины специализации «Новые компьютерные технологии в средствах массовой информации (НКТИ)» .....	19
Н.А. Сергунина. К вопросу изучения курса истории современной журналистики .....	22
М.Е. Новичихина. Методика преподавания спецкурса «Коммерческая номинация» .....	26
О.В. Волощенко, Л.Д. Лебедева. О некоторых приёмах обучения студентов-журналистов русскому языку как иностранному .....	30
<b>Мнения</b> .....	<b>34</b>
В.В. Тулупов. Концепция журналистского образования: дискуссии продолжаются .....	34
<b>Наука</b> .....	<b>44</b>
<b>Дайджест</b> .....	<b>50</b>
<b>Досье</b> .....	<b>53</b>

## **СОВРЕМЕННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБУЧЕНИИ ЖУРНАЛИСТОВ**

В рамках программы Международного фестиваля журналистов «Формула доверия» (Дагомыс, сентябрь 2007 г.) под таким названием состоялось заседание круглого стола, организованного Союзом журналистов России и факультетом журналистики МГУ. В дискуссии участвовали Т. Фролова, О. Смирнова (Москва), В. Тулупов (Воронеж), Л. Петрова (Барнаул), Г. Зайцева (Рязань) и др.

Повышенное внимание к проблемам высшего профессионального образования исследователи (в частности, Т. Фролова) объясняли множеством причин как внешнего, так и внутреннего порядка. Среди них и мировой кризис философии образования, и процессы глобализации (Болонская декларация), и развитие новых информационных технологий, и новые требования к образованию в условиях трансформации российского общества, и утверждение системы профессиональных стандартов.

В качестве нового подхода к методике журналистского образования декларировалась переориентация задачи по передаче знаний на задачу воспитания личности, а также компетентностный подход (готовность студентов к решению проблем).

Под личностным подходом понимается ориентация обучающихся на самостоятельность в принятии решений, готовность отвечать за свои решения, способность нести ответственность за себя и близких, готов-

ность к действиям в нестандартных ситуациях, обладание набором компетенций, умение работать в команде.

Высказывалось мнение, что традиционная педагогика, основанная на передаче знаний, построенная на классно-урочной и зачётно-экзаменационной системе, суть достаточно пассивный процесс. Современная педагогика, ориентированная на развитие личности, предпочитающая обычным аудиторным занятиям тренинги, зачётам и экзаменам — творческие проекты, суть активный процесс.

Акцент на самоактуализацию личности предполагает активность студентов в процессе занятий, моделирование реальных ситуаций журналистской практики, сотрудничество, персональную ответственность, практичность мышления, конструктивизм. Всему этому соответствуют такие актуальные методы, как деловые и ролевые игры, брейн-сторминг, ситуационный анализ, проектирование, тренинги, презентации, работа в микрогруппах. Преподаватель становится тренером.

Подготовка творческих проектов (выпуск учебной газеты, проектная зачётная работа, итоговая аттестационная работа) — это уход от традиционных форм контроля и оценки, актуализация полученных знаний, комплексное решение профессиональных задач. Задачи и возможности студийного обучения, по мнению педагогов-новаторов, широки: профессиональное самоопределение, выбор специализации, углубление знаний в конкретной области, развитие аналитического мышления. Виды и формы обучения: лекции экспертов, кейс-стади, мастер-классы, спецпроекты и др. Применяется и дистанционное обучение: работа с текстовыми модулями (гипертекст), форумы, онлайн-семинары, анкетирование, творческие проекты.

Действительно, система российской прессы претерпела кардинальную трансформацию. Это объясняется сменой общественно-экономического строя, возникновением и развитием медиарынка, заметным расширением типологии СМИ и их количественным ростом, изменением содержательного наполнения (контента). Появилось большое количество центров подготовки журналистов — факультетов, отделений, школ, семинаров и др., в которых обучается большое количество слушателей. Всё это, естественно, требует новых методических подходов, современных приёмов. Перед высшей школой встают поистине наисерьёзнейшие задачи. Тем более, работодатели всё чаще

выражают недовольство уровнем подготовки молодых специалистов, вчерашних выпускников.

Да, современность требует современных образовательных технологий. Но следует ли из этого, что возможности традиционного высшего журналистского образования исчерпаны? Российская школа ВПО журналистов достаточно молода (даже наш первенец — факультет журналистики Уральского госуниверситета — начал подготовку работников СМИ всего семьдесят лет назад). Действительно ли лекции, семинары, практические и лабораторные занятия, коллоквиумы, зачёты, экзамены как формы преподавания и оценки (в том числе специальных предметов) отжили своё? А ведь есть ещё подготовка рефератов, курсовых и дипломных сочинений, практика в СМИ, самостоятельная работа...

Специфика нашего комплексного образования всегда заключалась в сочетании фундаментальной и прикладной подготовки. Напомним о нескольких константах ГОСа и учебных планов.

*Общегуманитарная* компонента — история, мировая культура, философия, психология, социология, политология — важна как в теоретическом, так и в прикладном аспектах (например, проведение конкретных социологических и психологических исследований — важнейшее направление деятельности современной редакции; владение таким инструментарием — гарантия высокого уровня подготовки аналитических материалов журналистом).

«*Естественная*» составляющая важна для всех студентов, а не только для тех, которые впоследствии свяжут свою судьбу, например, с научной, специализированной журналистикой: ведь школьные знания в университете дополняются общими знаниями более высокого уровня.

*Филологическая* составляющая призвана обогатить память студента достижениями классиков художественной и публицистической литературы, научить грамотно писать и говорить.

Тенденция сокращать аудиторные, и прежде всего *лекционные занятия*, — опасная тенденция. Конечно, и лекторы бывают скучные, компилирующие содержание лекции из разных источников и не дающие авторского, оригинального взгляда на предмет. Но это — проблема кафедр, факультетов, но не системы преподавания как таковой. Настоящая университетская лекция, точнее, лекционный курс, — это всегда концепция, личность оратора. Лекция — эффектив-

нейшая форма обучения, которая, кстати, не отменяет использования современных приемов обучения (использование диапроекторов, компьютеров для перенесения иллюстраций на экраны и др.).

На *семинарских* занятиях студенты отрабатывают наиболее сложные вопросы лекционного курса, учатся объяснять, как они поняли научный, литературно-художественный или публицистический текст (роль преподавателя — роль комментатора, толкователя).

*Лабораторные* и практические занятия, необходимы для закрепления теоретических знаний, их «привязки» к практике. Кроме закрепления навыков, могут ставиться цели, связанные с развитием творческих способностей обучающихся (создание публицистических произведений, разработка оригинальных проектов и др.).

На *коллоквиуме* обсуждаются отдельные части, разделы, темы, вопросы, выходящие за пределы семинарских или практических занятий в рамках изучаемого курса (обсуждаются и рефераты, творческие работы студентов). Коллоквиумы, являются формой контроля самостоятельной работы студентов, обычно не включаются в регулярное расписание.

*Самостоятельная работа* требуют особой организации, и прежде всего подготовки комплекса методических материалов на основе системы бумажных и электронных источников.

Деловые игры, создание проблемных ситуаций и сегодня применяются в рамках творческих лабораторий, при выпуске учебных газет, теле- и радиопередач. Более того: они — обязательное дополнение, позволяющее теоретические знания превратить в навыки и умения. Но в вузе важно придерживаться постепенности образования. Хорошо проводить тренинги с подготовленной аудиторией — с теми же преподавателями и практиками на выездных семинарах и в школах: слушатели, что называется, «в теме», им достаточно 90 минут для разработки темы. Студенты же порой еще не имеют ни базовых, ни фоновых знаний. Им надо, элементарно, больше слушать и читать. И — много читать, потому что сегодняшний уровень абитуриентов заметно снижен. Это объясняется и сокращением часов на литературу в средней школе, отменой экзаменационного сочинения, а также тем, что подрастающее поколение всё больше «дружит» с телевизором, видео, интернетом и всё меньше — с книгой. Чтение же — серьёзный и нелёгкий труд (о качестве того, что прочитывается сегодня, умолчим).

Тренинги хороши в небольших группах. Специфика преподавания сегодня такова (особенно в провинциальных вузах, где ставки формируются исходя из соотношения 1 преподаватель — 10 студентов), что занятия приходится проводить в переполненных группах.

Привлечение экспертов не всегда оправдывается. Хороший практик не означает автоматически — хороший преподаватель. Его порой не хватает и на пол-урока — не спасает и присутствие преподавателя-модератора.

Порой молодые педагоги жертвуют содержанием в угоду форме. Используются проекторы, компьютеры, экраны и т.п., но содержание остаётся скудным. Важно обновлять, развивать, углублять именно контент занятия. Новые методики необходимы, новые методы преподнесения информации важны, но как бы «не выплеснуть с водой ребёнка»...

***В.В. ТУЛУПОВ,  
доктор филологических наук, профессор,  
зав. кафедрой дизайна и рекламы,  
декан факультета журналистики ВГУ***

## АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТА: ПОПЫТКА ОТВЕТА НА ТРЕБОВАНИЯ ВРЕМЕНИ

Стремительная трансформация электронных СМИ в последнее время предъявляет вузам новые требования относительно подготовки кадров в сфере электронных Медиа. Ключевыми в этом вопросе становятся технологические и экономические изменения, влияющие на электронный медиаландшафт в части форматов, типов передач, жанров и методов работы журналиста.

В числе основных изменений, прежде всего, стоит назвать переход к цифровым технологиям, формирование конвергентных редакций, актуализацию интерактивной составляющей в области электронных СМИ, развитие сектора гражданской журналистики, сегментацию аудитории. В содержательной части можно обозначить в ряду основных проблем интенсификацию развлекательного аспекта Масс-медиа, своего рода кризис форматов, часто проистекающий из политики контрпрограммирования, развитие треш-журналистики, агрессивные тактики удержания аудитории и сохранения/повышения рейтинга, отторжение процесса производства контента от СМИ.

Все это меняет требования к подготовке журналиста и возлагает на вузы определенную ответственность относительно трансформации содержания учебных планов и программ курсов. Мы вряд ли можем говорить сегодня о том, что выпустили квалифицированного специалиста, если его подготовка ограничивается знаниями в области только печатных СМИ, или только радио, только ТВ. Определенный **минимум универсальной компетенции** ему необходим. Я.Н. Засурский справедливо замечает, что «в наше время журналист, добывая информацию, практически

обслуживает сразу все средства массовой информации. Если удалось журналисту попасть в центр событий, он пишет для газеты, журнала, для Интернета, для радио, телевидения, для мобильной связи, используя современные цифровые технологии»<sup>1</sup>. И потому, например, студенты факультета журналистики ВГУ, выбирающие на 3 курсе специализацию «Телевидение и радиовещание», в течение первых двух лет обучения наравне с газетчиками осваивают «премудрости» создания печатных СМИ, осваивают газетные жанры и стили, а на старших курсах получают знания в области интерактивной и сетевой журналистики.

С требованием универсальности журналиста связаны и изменения другого рода. Если раньше система образования опиралась, преимущественно, на установку «интересно об одном событии для всех», сегодня важно научить журналиста рассказывать *«интересно об одном событии по-разному для узких групп аудитории»* (например, рассказать об одном и том же событии в разной форме деловым людям, принимающим решения, домохозяйкам, молодежи, пенсионерам и т.д.) — а это также требует перестройки образования, принципиально меняет подходы к обучению журналистике. В том числе — и в электронной сфере.

Не все здесь выглядит бесспорным. К примеру, крен многих телеканалов в сторону информирования, вытеснение социальных программ порой рождает искушение сконцентрироваться в учебном процессе преимущественно на *обучении новостной журналистике*. Однако, думается, необходим взвешенный подход и адекватное представление о тенденциях развития электронных Медиа, позволяющее понять, что ожидаемый переход на цифру и, как следствие, увеличение числа каналов потребует от журналиста умения создавать *уникальный авторский продукт* и далеко выходить за пределы информационного сектора.

И все же приходится признать, что существующие уже учебные планы по теле- и радиожурналистике остро нуждаются в дополнении новыми дисциплинами. Сегодняшнего сотрудника электронных СМИ необходимо снабдить не только инструментарием ведения профессиональной деятельности, но и глубокими познаниями в области *телепрограм-*

---

<sup>1</sup> Засурский Я.Н. Журналистское образование в информационном обществе // Журналистское образование за рубежом / Е.Л.Вартанова. М.: Изд-во факультета журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова, 2007. С. 11

**мирования, экономических принципов развития электронных медиа, современных технологий производства информации** и т.д..

К трансформации образовательной системы подталкивает нас и Болонский процесс. Мы становимся свидетелями и участниками модернизации структуры профессионального образования, изменения принципов функционирования внутривузовской системы управления качеством подготовки выпускников, трансформации стандартов образовательной деятельности вузов. Новый государственный стандарт предполагает **увеличение сектора самостоятельной работы студента-журналиста**. А это, в свою очередь, требует серьезной адаптации не только учебных планов, но и аудиторного фонда, материально-технической базы, программного укомплектования компьютерных классов и обеспечения факультетов учебно-методическими комплексами — в том числе электронными. Многие в этом плане позволяет сделать как раз специализация «Телевидение и радиовещание». Разработка цикла учебных фильмов («Твое Я», «Седьмое небо» и т.д.), аудио- и видеозаписи лекций ведущих преподавателей, подготовка сетевых ресурсов, включающих в свой контент не только лекционную часть курса, но и практические задания и тренинговые методики («Интернет-журналистика») — все это та несложная работа, которая уже сегодня ведется факультетом журналистики ВГУ.

Но многое предстоит еще сделать в ответ на меняющиеся запросы рынка. Так, позитивным представляется опыт факультета журналистики МГУ по созданию **конвергентной лаборатории**. Несмотря на громкое название, организация такой лаборатории технически и технологически не требует серьезных усилий. Все, что для этого необходимо — совмещение потенциала телестудии, радиостудии и небольшого компьютерного класса с возможностью выхода в Интернет. Подобного рода структура может быть размещена при необходимости и в одном помещении, а обеспечение ее функционирования не требует серьезной реорганизации учебного процесса. Студенты же получают современный уровень подготовки, соответствующий избранной специализации и требованиям, выдвигаемым современными работодателями.

Система подготовки кадров в области электронных медиа на факультете журналистики ВГУ основана на стремлении к сохранению уже накопленного за многие годы существования факультета журналистики опыта и традиций в сочетании с попытками внедрения такого

рода технологий в учебный процесс. Пересмотру подвергаются общепрофессиональные дисциплины, дисциплины специализации, требования к практикам, содержанию курсовых и дипломных (особенно творческих) работ: компонент электронных СМИ приобретает здесь важное звучание.

Подготовка будущего тележурналиста построена по системе постепенного погружения в специальность и основана на общих принципах функционирования образовательной модели высшей школы.

Обучение сочетает в себе несколько **блоков**, развивающихся параллельно с тенденцией к усложнению и индивидуализации:

1. Лекции и спецкурсы: теоретические основы профессии — теоретические основы функционирования электронных СМИ — универсальные теоретические основы деятельности сотрудника электронных Масс-медиа — теоретические принципы индивидуализации медиаторчества на радио и телевидении;

2. Практические и лабораторные занятия: освоение методик изучения электронных медиа — приобретение умений к воспроизведению существующих жанров, модулей, форматов — освоение приемов индивидуализации продукта, активизации творческого компонента в процессе производства радио- и телепередач;

3. Практика, работа в творческих лабораториях, выпуск учебной газеты и радиопередачи: приобретение общих навыков участия в работе теле — и радиостудии — усвоение комплекса методов и приемов ведения индивидуальной и коллективной деятельности — поиск и закрепление авторских приемов работы;

4. Участие в профессиональных конкурсах и конференциях — от факультетского до общероссийского уровня — важная составляющая подготовки будущего специалиста. На такого рода мероприятиях студент получает возможность обменяться опытом, расширить творческий диапазон, адекватно оценить собственный потенциал и современные тенденции развития медиаиндустрии. Вот почему наш факультет выступил с инициативой проведения в октябре 2008 года **конкурса теле- и радиаторчества среди студентов и преподавателей вузов Центрального Черноземья** (конкурс должен стать ежегодным). Мы приглашаем к участию вас, ваших коллег и студентов (подробная информация и положение о конкурсе — на сайте факультета журналистики ВГУ).

Процесс подготовки студентов в рамках специализации «Телевидение и радиовещание» реализуется на факультете журналистики в двух формах — в форме специализации (3-5 курс) и в группе углубленной специализации (1-5 курс).

**Система распределения дисциплин по семестрам для студентов, изучающих телевидение с третьего курса, выглядит примерно так (\* — дисциплины по выбору)**

курс	семестр	дисциплина	аудиторные часы
2	4	Основы ТВ (пропедевтический курс)	34
3	5	Выпуск учебной телепередачи	36
	5	Методика и технология ТВ и РВ	36
	6	Мастерство тележурналиста-аналитика	17
	6	Журналистское мастерство (работа в творческих студиях)	208
4	7	Документально-художественные жанры ТВ	18
	8	Телерадиодраматургия	34
5	9	Техника речи на ТВ и РВ	48
	9	Имидж телеведущего*	32
	9	Телесценарий: авторский, режиссерский, операторский*	32
	9	Интерактивная журналистика*	32

С 1999 года студенты, **изучающие телевидение с первого курса** в отдельной контрактной группе, получают возможность освоить дополнительные курсы в соответствии со следующим учебным планом:

курс	семестр	дисциплина	аудиторные часы
1	1	Сценическая речь	72
	2	Сценическое движение	68

	2	Выпуск телепрограммы	17
2	3	Основы телеоператорского мастерства	36
	3	Выпуск телепрограммы	18
	4	Основы телережиссуры	34
	4	Выпуск телепрограммы	17
3	5	Выпуск телепрограммы	36
	6	Выпуск рекламного ролика	34
4	7	История электронных СМИ	36
	8	Авторская телепередача	34

Безусловно, серьезную роль в подготовке студентов к работе на телевидении играют **практиконаправленные дисциплины**, которые проводятся на базе Лаборатории учебного ТВ. Велика в данном случае роль погружения в профессиональную деятельность и практический эффект от разработки учебных телепередач. Принципиальное значение приобретает **доведение учебного материала до уровня завершенного продукта**. Как показывает опыт преподавания, при наличии достаточной материально-технической базы реализовать это условие несложно. Так, подготовка группой специализации 4 курса фильма «Седьмое небо» — сложного учебного проекта, призванного расшифровать студентам проблемные вопросы журналистского права, — осуществлялась полностью в рамках курса «Авторская передача» (4 часа — разработка сценария, 4 часа — съемки, 6 часов — монтаж). Перспектива выхода учебного материала к широкой аудитории послужила стимулирующим фактором в работе над проектом. И этот опыт — скорее правило, а не исключение.

Тем не менее, придется признать, что в этом отношении у факультетов журналистики есть несколько общих проблем. И наиболее серьезная связана с потребностью **«вписать» не всегда регламентированную работу учебного ТВ в существующий учебный план**. Опыт разработки концепции учебного ТВ факультетом журналистики ВГУ в этой области базируется на распределении нагрузки между

преподавателями, ведущими различные дисциплины телевизионного цикла (в этом случае кафедра становится в отдельной ее части своего рода телевизионной мини-редакцией). Так, подготовка новостных сюжетов и подводок может осуществляться на занятиях по выпуску учебной телепередачи, подготовка комментариев участников события и компетентных лиц — на занятиях по методике и технологии ТВ, подготовка сложных в изобразительном отношении модулей — на занятиях по документально-художественным жанрам, подготовка опросов общественного мнения, фрагментов объявлений и поздравлений — на занятиях по интерактивной журналистике. Работа с ведущими может начинаться уже с первого курса в рамках сценической речи и сценического движения, а потом продолжиться в структуре спецкурса «Имидж телеведущего». Наконец, монтаж новостного выпуска целесообразно осуществлять вместе со студентами в структуре курса «Основы звукорежиссуры». Конечно, это означает выход за границы курса. И тем не менее такой выход кажется целесообразным, поскольку идет освоение программы монтажа, и мы вряд ли можем представить себе процесс звукорежиссуры на ТВ в отрыве от изображения. Объединение же усилий вокруг студенческого ТВ дает очень многое. Во-первых, выход продукта к аудитории стимулирует студентов к творческому поиску, позволяет им осознать собственную ответственность за конечный результат и, одновременно, почувствовать, как многое в работе телевизионщика зависит от надежной команды единомышленников. Во-вторых, в ходе обучения различным дисциплинам студенты пробуют себя в разных ролях и осваивают основные профессиональные приемы — от разработки сценария до съемок и монтажа. Причем, не избранные студенты, как это часто бывает в условиях дефицита времени, отводимого на выпуск учебной телепередачи, а практически все, выбравшие специализацию «ТВ и РВ».

Обучение специфике работы тележурналиста идет параллельно с обучением радиожурналистике и составляет единый блок, что позволяет существенно экономить усилия в освоении некоторых общих для электронных СМИ принципов и приемов работы.

**А.М. ШЕСТЕРИНА,**  
**доктор филологических наук, профессор,**  
**зав. кафедрой телевизионной и радиожурналистики ВГУ**

## **ПРЕПОДАВАНИЕ ДИСЦИПЛИН СПЕЦИАЛИЗАЦИИ «РАДИОЖУРНАЛИСТИКА»**

Специализация «Радио- и тележурналистика» существует на нашем факультете более 20 лет. Казалось бы, программы курсов уже сложились, устоялись, но на самом деле это не так. Жизнь постоянно вносит в них коррективы: появляются новые типы радиостанций, совершенствуется оборудование, коренным образом меняется сетка вещания и принципы планирования программ. Все это заставляет преподавателей вносить изменения и в лекционный курс, и в лабораторные занятия, и в организацию практики.

Большинство основных лекционных курсов специализации «телевизионная и радиожурналистика» — парные:

- «Основы радиожурналистики и тележурналистики».
- «Методика и технология радио- и телевизионных программ».
- «Мастерство журналиста-аналитика на радио и ТВ».
- «Документально-художественные жанры радио и ТВ».
- «Теледраматургия».
- «Выпуск радио- и телепрограммы».

Курсы радио и телевидения читаются разными преподавателями параллельно, что помогает студентам, с одной стороны, глубже сосредоточиться на изучении определенного направления аудиовизуальной журналистики, а с другой — уяснить для себя специфику каждого из электронных СМИ.

Знакомство с курсом «Основы радиожурналистики» происходит на 2 курсе в 3 семестре. Этот курс, как и преподаваемый в 4-ом семестре курс «Основы тележурналистики», — пропедевтический. Студенты,

изучавшие на 1 курсе только газетное дело, знакомятся с новыми СМИ и имеют возможность выбрать дальнейшее направление своей деятельности: продолжать изучать предметы, связанные с печатной журналистикой, или перейти в группу, изучающую радио и ТВ. Такая группа создается на 3 курсе, прежний двухсеместровый предмет «Выпуск газеты» заменяется для нее курсом «Выпуск радио — и телепрограммы», где студенты сами начинают делать передачи, в частности, информационные выпуски факультетского радио. В том же 5-м семестре им предлагается курс «Методика и технология программ», также содержащий достаточное количество лабораторных занятий, показывающих, что методы работы журналиста даже в сфере информационных жанров разнообразны, что отличает деятельность в системе электронных СМИ от газетной: верстка информационных выпусков в жестком варианте заканчивается на редакционном столе, а в мягком — в виртуальном пространстве эфира. Работа интервьюера такова, что после отключения микрофона к материалу ничего нельзя добавить, его можно только сократить или перемонтировать, поэтому все необходимые сведения нужно добыть у интервьюируемого, пока тот находится у микрофона, а для этого надо хорошо владеть темой и быть неплохим психологом.

Много внимания в этом курсе уделяется работе над репортажем — одним из самых сложных жанров радиожурналистики. Здесь студенты должны хорошо владеть портативным магнитофоном, уметь рассказывать о событии «на публике», поэтому первые занятия на тему «Репортаж» — «разминочные». От студента требуется, чтобы он устно, без бумажки и без запинок рассказал о чем-то ему знакомом на месте действия: в компьютерном классе, телестудии, факультетской библиотеке, рекреации, где постоянно устраиваются различные выставки и т.п.

4 курс начинается с «Мастерства журналиста-аналитика». В лекционном материале сообщается о важной роли досье в деятельности комментатора, о современной тенденции оформлять радиобеседы музыкой, об «инкрустировании» современных обзоров звуковыми вставками с места события. Все эти явления, характерные для аналитических жанров, студенты стараются применить при создании собственных комментариев, бесед, обзоров. Активно используется и присущий современной радиожурналистике принцип интерактивно-

сти. В записи бесед о студенческой практике, о жизни в общежитии, о будущей работе обычно очень активно участвует вся группа.

Все лекции по специальности «Радиожурналистика» сопровождаются большим количеством документальных записей из «золотого фонда» как Российского радио, так и собственного, факультетского. Больше всего их воспроизводится в курсе «Документально-художественные жанры радио», который начинается с повторения темы «Образ в радиопублицистике», кратко обозначенной в «Основах радиожурналистики». Много внимания уделяется верстке материалов, нелинейному монтажу, полнейшему использованию арсенала специфических выразительных средств радио. На лабораторных занятиях студенты работают над созданием таких сложных по замыслу и воплощению произведений, как радиоочерк, радиокomпозиция, радиофильм.

В восьмом семестре изучается курс «Радиодраматургия». В ходе изучения этой дисциплины студенты коллективно работают над созданием радиоспектакля, который, как правило, звучит в эфире областного радио.

С середины 3 курса студенты выбирают творческую лабораторию и в ней по возможности доводят свои знания по теории и практике радио до совершенства. Их программы звучат в факультетском радиоэфире и на каналах города и области.

Восемь лет назад факультет начал эксперимент по углубленному изучению телевизионных и радиодисциплин, начиная с 1 курса. В контрактной группе №5 за дополнительную оплату читаются курсы «Сценическая речь», «Сценическое движение», «Работа звукооператора», «Основы радиорежиссуры», «Реклама на радио и телевидении», «Выпуск рекламного ролика» и т.п. Эта группа занимается выпуском радио- и телепрограмм 4 семестра (2-й — 5-й), а затем совершенствует знания в творческой лаборатории на государственном областном радио под руководством известного журналиста Л.М.Щегольковой. Студенческие передачи регулярно звучат в эфире по субботним и воскресным дням.

Выпускники факультета успешно работают как на местном (от Мурманска до Северного Кавказа, от Волгограда до Бреста) радио, так и на его столичных каналах.

**Т.В. ЛЕБЕДЕВА,**  
**доктор филологических наук,**  
**доцент кафедры телевизионной и радиожурналистики**

## **ДИСЦИПЛИНЫ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ «НОВЫЕ КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ (НКТ)»**

Основные знания, умения и навыки по владению техническим и программным обеспечением ЭВМ студенты специальности «Журналистика» получают при изучении дисциплины «Информатика». Специализации НКТ направлена на расширенное и углубленное изучение базового курса, т.е. на освоение современных приёмов обработки графики, программ обработки статистических материалов, создания Web-страниц и др.

В первом семестре изучается дисциплина: «ЭВМ и основы программирования», которая включает следующие темы:

- основы теории информации, системы счисления, представление информации в ЭВМ, программное управление вычислительными процессами;
- история развития и совершенствование элементной базы и управления в вычислительных устройствах;
- работа в различных операционных системах ПК;
- модели хранения данных в ЭВМ, файловая система ПК;
- составы и различные архитектуры ЭВМ, тенденции их развития;
- развитие внешних устройств ПК;
- характеристики и тенденции развития языков программирования;
- составление алгоритмов решения графических задач;
- программирование компьютерной графики и анимации.

Во втором семестре, согласно рекомендациям (Приложение 1) изучается работа в программах MS Office, приёмы и методы работы со сжатыми данными, автоматизации обработки документов.

В третьем семестре изучаются темы, связанные с работой локальных сетей и Internet, что позволяет эффективно и целенаправленно находить необходимую информацию.

Процессу создания компьютерной графики посвящены четвертый и пятый семестры. В четвертом семестре изучаются основы программирования графики и анимации на языках Pascal и Delphi. Создание изображений и композиций рассматривается в программной системе CorelDraw, как наиболее общепризнанной для создания векторных рисунков и схем. В пятом семестре изучаются возможности и практическая работа в растровом редакторе Adobe Photoshop и создание анимации в программах CorelRAVI, GifAni, PowerPoint.

В шестом семестре рассматриваются работы по созданию Web-страниц: студенты знакомятся с вариантами создания их с использованием спринт— языков (HTML, XML), а также в редакторах FronPage, Dreamweaver, Flash.

В седьмом семестре изучаются вопросы создания баз данных и практическая работа с программой Access. При этом основное внимание уделяется хранению текстовой и графической информации, созданию тематических и алфавитных каталогов, компоновке информации по определенной тематике (студенты выполняют задания по созданию конкретной базы данных).

В восьмом семестре проводится изучение методов сбора и обработки статистической информации на базе программ Excel, Statistica, 1С. Указанные программы позволяют приобрести практический навык работы с данными различных опросов, анализа результатов, получения математических зависимостей и прогнозирования значений показателей по аналогичным задачам.

Знание формирования финансовых показателей на примере программы 1С позволяет ориентироваться в показателях работы предприятий и фирм, выполнять офисные задачи малого бизнеса.

В девятом семестре изучаются вопросы администрирования и безопасности информации. В этом курсе рассматриваются административные методы защиты информации, методы компьютерный за-

щиты от вирусов, защита информации в Интернете. Практическая работа заключается в изучении антивирусных программ, администрировании операционных систем рабочих станций и серверов.

**М.Н. ЯКОВЛЕВ, доцент  
кафедры дизайна и рекламы ВГУ,  
Г. Е. ПОДКОВЫРОВА, ст. преподаватель  
кафедры дизайна и рекламы ВГУ**

## Приложение

Рекомендации фирмы Microsoft при проведении занятий по программам и компьютерной технике [1]:

— демонстрации, дополняющие изложение материала, облегчают понимание и усвоение новых знаний. Демонстрация должна занимать не более 20 минут, если необходима более длительная, то она делится на части;

— при обучении практическим навыкам работе на ПК (в операционных системах) необходимо идти от самых простых к более сложным, установка настроек программных систем должна выполняться под конкретное применение;

— после демонстрации необходимо проведение опроса слушателей и анализа степени понимания материала;

— задаваемые вопросы по пройденному материалу полезно возвращать в аудиторию для контроля знаний слушателей;

— вопросы слушателей, уводящие от темы занятий, лучше переносить на дополнительные занятия или на внеучебное время;

— не прерывайте слушателей, когда они задают вопрос, даже если вы догадались и ответ готов;

— новые знания, не связанные с уже имеющимися, запоминаются слушателями труднее;

— чем новей и непривычней информация, тем сложнее происходит ее обработка, тем трудней она запоминается;

— периодическое повторение информации способствует закреплению ее в долгой памяти (мозга), быстрому поиску и извлечению.

[1] Гуляян Т.Б. Преподавание информационных технологий Microsoft. — М., 2004. — 95с.

## К ВОПРОСУ ИЗУЧЕНИЯ КУРСА ИСТОРИИ СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Рассматриваемый нами курс обладает спецификой: он изучает не только факты, события и персоналии уже свершившегося и осмысленного исследователями исторического процесса. Курс истории современной журналистики — продолжающийся и постоянно, день за днем, обновляющийся. Он знакомит студентов с процессами в отечественной журналистике, пока еще не имеющими завершенного характера. Поэтому финал этого курса полностью открыт. Максимум, что предлагают исследователи, работающие в русле данного курса — это оперативные «промежуточные» выводы. В отдельных случаях они пытаются составить прогнозы относительно будущего развития ситуации, в которой находится современная журналистика.

При этом тенденция обогащения курса новыми данными и фактами заметна не только в вопросах, касающихся актуальных процессов в современной журналистике. До сих пор историческая наука продолжает заполнять ранее неизвестными фактами «белые пятна». В частности, в последние полтора десятилетия история отечественной журналистики серьезно пополнилась сведениями о прессе белогвардейского движения, трех волн русской эмиграции за границей, самиздате. Постоянно появляются исследования, посвященные неофициальной или запрещенной в советский период журналистике — той, которая еще совсем недавно не то что не осваивалась студентами в рамках рассматриваемого нами курса, но и была заповедной зоной для самих его разработчиков. Раньше нам была доступна только история журналистики, сформировавшейся и существовавшей под знаком тоталитаризма. Теперь же стали известны и другие ее явления, не замечавшиеся или не признававшиеся историей журналистики тоталитарного советского государства.

История журналистики XX века, как и самого столетия в целом, была очень насыщенной, содержательной и многообразной. Помимо официальной журналистики тоталитарного режима, развивались и многие другие явления.

И если раньше названные нами события не входили в курс из-за того, что не было в широком доступе учебников или работ, на которые студент мог бы опираться при подготовке к теоретическим или практическим занятиям, то теперь возникла другая проблема — аудиторного времени, выделяемого учебным планом на данный курс.

Смена социальных приоритетов в 1990-е годы предельно актуализировала опыт предыдущего периода, особенно в том, что относится к функционированию частной и корпоративной прессы. Примеры из этой области можно найти, например, в издательской деятельности русских эмигрантов «третьей волны».

На многие актуальные вопросы, возникающие перед современными журналистами-практиками, можно найти ответы в истории публицистики перестроечного и раннего постперестроечного периода. Мастерство авторов этой эпохи сегодня может служить примером для сотрудников отечественных изданий.

Концептуальным стержнем данного курса должны быть тексты отечественных публицистов различных периодов. История любой гуманитарной науки познается сквозь призму авторских текстов и труды исследователей. И если основой лекционного курса традиционно являются теоретические положения, то практические занятия должны полностью посвящаться разбору публицистических выступлений авторов различных периодов, основной тематике и проблематике их выступлений, стилю общения с аудиторией.

В этой связи отдельно стоит сказать о публицистике самого последнего десятилетия. Как известно, объем информации (в том числе массовой) в последние годы многократно увеличился по сравнению с предыдущими периодами. И сегмент журналистской информации в этом потоке также стал намного обширнее. Студенты, как, впрочем, и исследователи, не всегда поспевают за стремительно изменяющейся ситуацией в области СМИ. Оперативно отслеживать и параллельно осмысливать тенденции современной журналистики становится не так просто, как, допустим, раньше. А если прибавить к этому тот факт,

что поколения современных студентов все меньше в процессе получения информации ориентируются на печатные СМИ, то работа с ними по курсу новейшей отечественной журналистики требует больше времени. Далеко не все они следят за публикациями качественной отечественной прессы (даже несмотря на то, что количество наименований здесь довольно ограничено), могут перечислить имена хотя бы нескольких наиболее заметных журналистов современности. Подчас задания, связанные с самыми современными явлениями в мире отечественных СМИ, вызывают у них наибольшие затруднения. Ведь при их подготовке уже нельзя опираться на знания, полученные в школе на уроках истории, — необходимо постоянно самостоятельно читать сегодняшнюю российскую прессу. А это дело, обычное еще для студентов-журналистов в начале и середине 1990-х годов, у нынешнего учащегося поколения вызывает гораздо меньший интерес. И в этом — черта времени: человек — не только студент — испытывает страх и апатию перед огромным информационным потоком, который при этом постоянно увеличивается.

Неудивительно в итоге, что самые большие пробелы в знаниях студентов связаны именно с самым современным периодом истории СМИ в России. Ситуация выглядит парадоксальной, ведь все они — живые свидетели становления и развития журналистики этого исторического этапа. А учитывая небольшое количество аудиторных часов, отводимых на курс истории современной отечественной журналистики, мы наблюдаем не самую оптимистичную картину: дипломы факультета журналистики получают люди, которые де-факто немного успели узнать о том профессиональном мире, в который вступают. Мало разбираются в ситуации и, следовательно, тенденциях развития журналистики в России.

Нередки случаи, когда студенты, отвечая на экзамене на вопрос о современных российских СМИ, не могут точно назвать самые крупные медиа-холдинги страны, их владельцев.

Явно чувствуется проблема и с пониманием студентами специфики перестроечного периода в истории отечественных СМИ. И, думается, причина в том, что именно с этого времени поменялось восприятие роли журналистики в нашем обществе. И роль эта еще до сих пор не до конца осмыслена. С одной стороны, СМИ пытаются, как на Западе, осуще-

ствлять функции «четвертой власти», но фактически в большинстве своем продолжают находиться в подчинении трех официальных властных ветвей. И если первые две трети 90-х гг. XX века были периодом, когда журналистика пыталась преодолеть это, то последнее десятилетие все настоятельнее возвращает нас к той модели, которая была принята в советском государстве. Хотя ряд отличительных нюансов все же существует, и студент сходу может назвать главный из них: юридическую независимость СМИ.

Разобраться в ситуации помогут только тексты — отдельные авторские выступления. Именно они должны помочь студенту, изучающему курс, понять суть происходящего. В силу того, что курсу по истории современной отечественной журналистики отводится только один семестр (два часа в неделю на лекционные и столько же на практические занятия), необходимо добавить дополнительные часы по отечественной журналистике суверенной России. Большинство из них должны быть отданы изучению именно практического материала.

Если это произойдет, то в рамках основного (существующего на сегодня) курса удастся гораздо больше внимания уделить данным событиям, ранее упоминавшимся на лекциях и практических занятиях вскользь или не упоминавшимся вообще: журналистике трех волн русской эмиграции за границей, неофициальной прессе советского государства (периоды «оттепели» и застоя), более подробно рассмотреть многообразие СМИ перестроечного периода.

Иными словами, принимая во внимание, что с каждым годом информационный объем курса расширяется в сразу нескольких направлениях одновременно, нынешнее количество часов представляется крайне малым.

**Н.А. СЕРГУНИНА,**  
**кандидат филологических наук,**  
**преподаватель кафедры истории журналистики ВГУ**

## **МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ СПЕЦКУРСА «КОММЕРЧЕСКАЯ НОМИНАЦИЯ»**

«Коммерческая номинация» как спецкурс по выбору студентов уже на протяжении нескольких лет преподается на факультете журналистики ВГУ. В соответствии с планом учебного процесса на эту дисциплину отводится 16 аудиторных лекционных часов. Целью и задачами изучения студентами данного курса становится освоение понятий коммерческой номинации и эффективной коммерческой номинации, а также (и это особенно важно) овладение принципами построения эффективной коммерческой номинации.

Основными разделами данного курса являются:

- Понятие коммерческой номинации. Место коммерческой номинации в системе номинации.
- Виды коммерческой номинации. Функции коммерческой номинации.
- Коммерческая номинация и рекламный текст. Коммерческая номинация и товарный знак. Коммерческая номинация и бренд. Соотношение понятий.
- История русской коммерческой номинации.
- Структурно-языковой анализ современной русской коммерческой номинации.
- Коммерческая номинация как факт языкового сознания.
- Понятие эффективности коммерческой номинации. Коммуникативная и коммерческая эффективность.
- Методы изучения эффективности коммерческой номинации.

При изучении разделов курса особое внимание приходится уделять дифференциации таких понятий (нередко отождествляемых даже специалистами), как товарный знак, коммерческое название, эргоним, бренд, номен и др. Данное различие оказывается принципиальным при решении практической задачи создания эффективного коммерческого названия, товарного знака и т.п. — ведь эффективный товарный знак и эффективное коммерческое название — не одно и то же, в основе их построения лежат разные принципы.

Большое значение имеет также разделение коммерческой и коммуникативной эффективности названия. Несмотря на то, что коммерческая эффективность непосредственно зависит от коммуникативной эффективности, тем не менее, обсуждаемые понятия не являются тождественными. На протяжении всего курса последовательно проводится мысль о том, что коммерческая эффективность номинации — это возможность достижения максимального коммерческого эффекта, она содержит как психолингвистическую составляющую, связанную с самим словом-названием и его восприятием, так и экстралингвистическую. В первом случае можно говорить о коммуникативной эффективности названия, во втором случае — о собственно коммерческой эффективности. Таким образом, коммуникативная эффективность определяется потенциалом, заложенным в слове, для использования его в качестве коммерческого названия.

Одной из ключевых проблем преподавания дисциплины становится организация самостоятельной работы студентов. Так, на одном из первых занятий каждый студент определяется с темой практического исследования, каждое из которых сводится к анализу различных составляющих эффективности коммерческого названия (ассоциативного соответствия, информативности, мотивированности, фонетической привлекательности) на конкретном практическом материале. В качестве примеров практических заданий можно привести следующие:

— используя ассоциативный метод, определите максимально ассоциативно ориентированные коммерческие названия обувных магазинов (исследовать 10 — 15 названий);

— используя метод определения субъективных дефиниций, определите максимально информативные коммерческие названия кафе, ресторанов (исследовать 10 — 15 названий);

— используя метод фоносемантического анализа, оценить фонетическую привлекательность 30 коммерческих названий (по выбору).

— проведите исследование субъективных мотивов создания коммерческого названия транспортных агентств (исследовать 10 — 15 названий) и т.п.

Выполнение каждого из предлагаемых студентам заданий возможно лишь при освоении арсенала методик, изучаемых в аудиторных условиях, именно это приводит к дополнительной активизации внимания на занятиях.

Самостоятельно студентам предлагается также теоретически освоить и представить в виде реферата одну из предложенных преподавателем проблем. Перечень этих проблем достаточно широк, он включает как частные вопросы изучаемых разделов, так и вопросы, находящиеся за их пределами. Кроме того, предлагаются темы, выходящие за рамки собственно коммерческой номинации (например, «Нейминг в шоубизнесе», «Личный нейминг» и др.). В большинстве случаев именно эти темы вызывают наибольший интерес у студентов. На уровне рефератов студенты активно прорабатывают и такие проблемы, как «Нейминг в спорте», «Нейминг в автомобильной промышленности», «Эффективность названия газеты» и др.

Одной из проблем изучения дисциплины становится недостаток учебных пособий, адресованных студенту. Несмотря на то, что в последние годы интерес к коммерческой номинации возник и на теоретическом уровне (защищаются кандидатские и докторские диссертации, издаются научные монографии), и на практическом уровне (публикуются руководства по практическому созданию названия), книг, адресованных студенту, явно недостаточно. В значительной степени эту проблему решает практическая нацеленность курса, кроме того, в настоящее время готовятся методические разработки, адресованные студентам.

В целом изучение дисциплины «Коммерческая номинация» на специальности «Журналистика» позволяет, по нашему мнению, с одной

стороны, расширить лингвистическую подготовку будущих журналистов (ведь среди изучаемых вопросов оказываются и такие «лингвистические» вопросы как «Понятие номинации», «Виды номинации», «Имя собственное» и др.), а с другой стороны, дает практический опыт работы со словом-названием. Кроме того, ключевая идея о том, что к названию применимо понятие эффективности, бесспорно, побуждает будущих специалистов в области журналистики более чутко относиться к слову.

***М.Е. Новичихина,  
доктор филологических наук,  
зав. кафедрой связей с общественностью  
факультета журналистики ВГУ***

## **О НЕКОТОРЫХ ПРИЁМАХ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ-ЖУРНАЛИСТОВ РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ**

Накопление, систематизация и интенсивная активизация лексики, развитие навыков устного общения, а также письменной речи — основные задачи в преподавании русского языка иностранным студентам.

Немаловажным условием эффективности обучения является профессиональная ориентация. Студентов необходимо готовить к умению вести дискуссию, развивать навыки творческого высказывания. Для развития коммуникативных навыков и умений на разных этапах обучения используются различные приемы. Современные учебники дают возможность вовлечь студента в диалог-дискуссию с персонажем учебного текста, что очень важно в работе с первокурсниками. Интерактивность интенсифицирует процесс обучения. Например, после ознакомления с текстом «Я о своей учёбе» предлагается тема для диспута «Учиться на факультете журналистики перспективно, но трудно».

На старших курсах при изучении языка газеты проводятся деловые игры, например, «Круглый стол», при проведении которого студенты должны согласиться или опровергнуть какое-то мнение, аргументированно отстоять его. После знакомства с деятельностью какого-то известного человека проводится деловая игра «Интервью», в ходе которой один из студентов играет роль интервьюируемого, а остальные — роль журналистов. Здесь отрабатываются различные типы вопросов (общие, конкретизирующие; прямые, косвенные, провокационные), этикет представления журналистом себя и информационный орган. При прохождении темы «Выборы» студенты должны написать заметку о

выборах старосты группы или о первом участии в выборах в своей стране. После изучения темы «Внешность, характер человека» дается задание провести блиц-опрос среди русских студентов и иностранных студентов других национальностей «Какие качества, черты характера вы цените в человеке?». Затем проводится беседа по результатам опроса. Основная задача изучения языка газеты - подготовка учащихся к чтению оригинальных материалов прессы, прослушиванию информационных сообщений радио и телевидения, и поэтому накопление и систематизация лексики имеет большое значение. Лексика предъясняется не изолированно, а как системная единица, поэтому представляется не только слово, но и те связи, с которыми оно вступает с другими лексическими единицами. Например, голосование — открытое, тайное; визит — дружеский, официальный, рабочий и т.п.

В рамках обучения иностранных студентов есть факультатив по фразеологии, при изучении которой учитываются профессиональные интересы учащихся. Поскольку фразеологизмы зачастую используются в заголовках, причем в большинстве своем в трансформированном виде, то студенты знакомятся со способами трансформации фразеологизмов. Студенту дается творческое задание: найти заголовки с трансформированными фразеологизмами, выписать их на карточки, определить по словарю значение нетрансформированного фразеологизма и определить способ трансформации. Такой вид работы может быть полезным в будущей деятельности.

Студентам дается задание по ведению словаря аббревиатур, поскольку при работе с газетными текстами они зачастую сталкиваются с аббревиатурами. Подобное задание позволяет оптимизировать процесс понимания текста, содержащего аббревиатуры.

Синтаксис газетных заголовков, рекламных слоганов представляет собой большую сложность, поэтому при изучении синтаксических конструкций уделяется внимание их структуре. Здесь также дается творческое задание: записать слоган телевизионной рекламы и определить тип предложения в нём.

Важным условием при обучении русскому языку как иностранному будущих журналистов являются межпредметные связи. Преподаватель русского языка как иностранного не должен подменять специалистов-предметников, но может способствовать накоплению и сис-

тематизации лексики по определенному предмету. Опорой является текст, который дает возможность преподавателю активизировать лексику и основные понятия, вывести их из пассивного в активный словарь. Для этого используются следующие приемы работы:

— словарная работа (определение понятий, подбор синонимов, антонимов);

— анализ сочетаемости новых слов (например: обратиться (с чем?) с речью, обсуждать (что?) повестку дня, утвердить (что?) резолюцию);

— составление предложений по грамматической схеме (например, что составляет основу чего; что служит основанием для чего и т.д.);

— заполнение пробелов в текстах с основными определениями (например: Под информацией мы понимаем ... , имеющее ... .. Иначе говоря, информация — это ... ..);

— составление планов разных типов (вопросного, номинативного);

— составление тезисов текста;

— составление конспекта;

— пересказ текста с опорой на тезисы.

Очень эффективным приёмом является творческий диктант, развивающий одновременно навыки аудирования, письма и говорения. Он может использоваться и преподавателями-предметниками, например, на лекции. Например, какое-то понятие или определение, которое вводится и объясняется преподавателем, диктуется для группы одним из сильных студентов.

После проведения заданий данного типа проводится тестирование, которое является одним из основных приёмов контроля на занятиях по русскому языку как иностранному. Приводим пример одного из них.

## **Тест №1**

1. Дайте определение, используя конструкции что — это что, что является чем, что представляет собой что.

- Массовая информация — базисное понятие теории журналистики.
- Категории — основные понятия какого-либо явления.
- Информация — вся совокупность сведений, которую журналистика несёт аудитории.
- Небанальность, декорируемость, релевантность — условия информативности.

• Семантическая адекватность — соответствие текста той реальности, которую отражает журналист.

2. Раскройте скобки и поставьте существительные в нужном падеже.

Достигать (успехи), заниматься (бизнес), уметь ориентироваться (сложная ситуация), использовать (новые технологии), владеть (акции), пользоваться (услуги), распоряжаться (деньги).

3. Трансформируйте данные глагольные словосочетания в именные (замените глагол отглагольным существительным).

Получить выгоду, развивать науку, совершенствовать производство, улучшать условия труда, потреблять энергию, определять убытки, обменивать товары.

4. Образуйте существительные от следующих прилагательных и запишите их.

Производственный, общественный, государственный, хозяйственный, человеческий, творческий, правительственный.

5. Сформулируйте определение по следующей таблице.



**Функциональное воздействие** — поставленная задача более или менее адекватно реализована.

**Дисфункциональное** — результат оказывается противоположным желаемому.

**Нефункциональное** — возникают неожиданные, не связанные с поставленной задачей результаты.

**Афункциональное** — нулевой итог.

**О.В. ВОЛОЩЕНКО,**  
*кандидат филологических наук, преподаватель кафедры  
стилистики и литературного редактирования ВГУ,*  
**Л.Д. ЛЕБЕДЕВА,**  
*преподаватель кафедры  
стилистики и литературного редактирования ВГУ*

## **КОНЦЕПЦИЯ ЖУРНАЛИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ: ДИСКУССИИ ПРОДОЛЖАЮТСЯ**

7 июня 2007 года в МГУ в рамках Юбилейных мероприятий, посвящённых 60-летию журналистского образования, состоялся Международный форум деканов России, СНГ и Восточной Европы «Концепция развития журналистского образования в XXI веке». На следующий день Общественная палата РФ провела слушания, посвящённые проблемам подготовки кадров в журналистике и улучшению качества образования современного журналиста. В дискуссиях приняли участие руководители более ста учебных заведений, готовящих журналистов, главные редакторы СМИ, представители федеральных органов исполнительной власти. Предлагаем вниманию читателей объединённые тезисы выступлений (на форуме и на слушаниях) декана факультета журналистики ВГУ профессора В.В. Тулупова.

Подготовку журналистов нельзя рассматривать вне общей ситуации в российской журналистике. А следует заметить, что она, как и вся мировая журналистика, переживает системный кризис. Он связан прежде всего с тем, что в массе своей СМИ добровольно соглашаются на «обслуживание» властных, политических и коммерческих элит, игнорируя своё общественное предназначение (заниматься подобной деятельностью их явно или косвенно вынуждают издатели — владельцы, учредители). Отсюда — кризис профессии. Отсюда — снижение доверия и рейтингов, падение тиражей.

Отсутствует «договор» между государством, бизнесом, СМИ, аудиторией. Действуют различные «правила игры»: далеко не все принимают тезис о том, что журналистика прежде всего — духовно-практическая и общественная деятельность, и только затем — бизнес, поли-

тика. Более того, практики зачастую сознательно не различают журналистскую, пропагандистскую, рекламную и PR-деятельность.

И это — на фоне серьёзной проблемы, которую можно обозначить так: мы перестаем быть нацией читателей.

И это — на фоне активной атаки прессы на систему высшего образования журналистов как таковую (хотя надо бы критиковать конкретные вузы, факультеты). Критика высшего журналистского образования должна быть объективной и конструктивной. Необходимо учитывать проблемы, с которыми сталкивается современная высшая школа, а именно: слабую подготовленность абитуриентов; инфантилизм и феминизацию студентов; конфликт с некоторыми работодателями, видящими в журналистике лишь средство получения прибыли или исполнения политического заказа

\* \* \*

В мире существует несколько школ журналистики: европейская, англо-саксонская, латиноамериканская, азиатская и др. (причём внутри этих школ есть различные конкурирующие направления). Сложившаяся система подготовки журналистских кадров в российских вузах, от которой нас вынуждают отказаться, опирается на принципы Европейской школы, сформулированные более 50 лет назад в Страсбурге, и предполагает сочетание фундаментального теоретического и разнообразного практического, прикладного образования. Наши государственные стандарты постоянно уточняются с учётом современных требований действительности и с привлечением самых серьёзных экспертов. Они, имеющие как общенациональные, так и региональные, вузовские компоненты, давали и дают богатые возможности для импровизаций при вёрстке конкретных учебных планов. То есть в них возможно (и необходимо!) учитывать специфику региона, потребности местных СМИ, состояние информационной политики и кадровой ситуации в редакциях и в самом вузе.

Журналистское образование в России — это прежде всего университетское образование, специфика которого заключается в сочетании фундаментального и специального обучения. Высшая школа журналистики ориентирована на 5 лет дневного и 6 лет заочного обучения, нам же предлагают 4, а то и 3 года обучения (открытие магистратур в реги-

ональных вузах усложнено; в магистратуры пойдут единицы — при этом количество бюджетных мест будет крайне ограничено).

Поскольку никакое творчество невозможно без опоры на фундаментальные представления о мире, наш учебный процесс носит, по существу, двухуровневый характер. Первый уровень (1 и 2 курсы) — освоение цикла фундаментальных (базовых) дисциплин; второй уровень (3 — 5 курсы) — технологическое освоение профессии, приобретение профессиональных навыков, узкая специализация по избранным направлениям.

Такой подход к подготовке специалистов базируется на: широком спектре специализаций, начинающихся со 2-3 курсов; выполнении студентами творческих курсовых и дипломных работ; организации круглогодичной учебно-производственной и нескольких этапов производственной практики; проведении публичных защит студентами материалов практики; активном участии студентов в работе творческих мастерских; введении в расписание занятий так называемых «творческих дней»; привлечении к преподавательской работе журналистов-практиков.

Таким образом, специалитет в ВПО по журналистике, имеющий богатые традиции, желательно сохранить. При этом факультеты и отделения журналистики могут по желанию осуществлять подготовку бакалавров и магистров по журналистике. И в обоих случаях важно учитывать творческий статус профессии, предполагающий, в частности, строку в ГОСе об обязательном проведении в качестве профильного вступительного испытания творческого конкурса.

Такая позиция поддержана и на двух представительных — европейском и всемирном — форумах преподавателей журналистики, прошедших в Париже и Сингапуре летом 2007 г.

\*\*\*

В региональных вузах идёт постоянное сокращение бюджетного набора, что, по сути, закрывает путь в профессию наиболее одарённым, но не имеющим средств для платного образования молодым людям (на нашем факультете только за 3 года на специальности «Журналистика» сокращено 11 мест, и мы теперь вместо трёх главных бюд-

жетных специализаций, — например, «Периодическая печать», «Телевидение», «Радиовещание», — можем заявлять лишь две...).

Вообще, есть тревога по поводу будущего статуса вузов. Останется ли университет ГОУ (Государственное образовательное учреждение) или станет АУ (автономное учреждение)? Разрешат только государственное финансирование или вузы будут жить только на заработанные внебюджетные средства? Надо сказать, что лишь сегодняшняя система, предполагающая использование бюджетных и внебюджетных средств, сохранила высшее образование как таковое, позволила преподавателям иметь более-менее достойную зарплату, хотя и с огромным увеличением педагогической нагрузки.

\*\*\*

Факультеты журналистики заинтересованы в привлечении к учебному процессу практиков. Но заинтересованы ли в этом сами практики? Что мешает активизации их привлечения 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). Выход — в повышении размера начальной ставки и в том, чтобы предусмотреть возможность повышения статуса практиков (старший преподаватель, доцент, профессор) с учетом их профессиональных достижений (многолетнее членство в Союзе журналистов, звания заслуженных работников культуры и т.п.).

\*\*\*

Вырабатывая образовательные модели, преподаватели журналистики выделяют ведущие качества, необходимые будущему журналисту: высокий уровень профессиональных знаний по специальности; инициативность, самостоятельность в принятии решений; организаторские навыки, умение работать с людьми; отличное владение русским языком, грамотно поставленная речь; стремление совершенствовать свои знания, навыки, творческий подход к делу; знание социальной, экономической, политической обстановки и умение ориентироваться в ней и др.

У высшей школы масса сложнейших задач, стремительно умножающихся, особенно в условиях реформ, когда ещё многое в нашей жизни не устоялось. Наша главная задача — подготовить специалиста с базовыми знаниями, умениями и навыками, которые позволят ему как можно быстрее адаптироваться в тех или иных производственных условиях. И не просто специалиста — гражданина, человека духовно богатого, творческого. Задача редакции — увидеть и развить те данные выпускника, которые позволят ему эффективно трудиться на том или ином — широком или узком — профессиональном поле.

\*\*\*

Журналистика — свободная профессия. Сегодня в редакциях работают не только выпускники отделений и факультетов журналистики, но и люди, закончившие другие факультеты, люди, имеющие среднее профессиональное образование, и люди, имеющие за плечами лишь среднюю школу. В этом есть и свои преимущества, и свои недостатки. С одной стороны, в журналистику вливается «свежая кровь»; корреспонденты, пришедшие из других социальных сфер, знают «практику жизни»; они не обременены определёнными стереотипами, формируемыми любой школой. С другой стороны, налицо «эффект неофитов»: когда освоение профессии происходит «на ходу», когда отсутствие базовых системных профессиональных знаний и навыков приводит к множеству ошибок и т.д. Рассмотрим же плюсы и минусы различных категорий работников СМИ, думающих о повышении квалификации (ВПО, ВВО, программы профессиональной переподготовки).

### **Выпускники факультетов и отделений журналистики.**

#### *Плюсы.*

1. Системное образование на основе фундаментальных и прикладных дисциплин. 2. Профессиональное образование на основе ГОСа, учитывающего изменения в системе СМИ, экономике СМИ, технологиях и т.д. (региональный и вузовский компоненты позволяют создавать гибкие практикоориентированные учебные планы; участие в выпуске СМИ, в творческих лабораториях, прохождении производственных практик обязательно). 3. Профессиональное образование как результат последовательности и постепенности обучения молодых людей на основе свежих базовых знаний в рамках непрерывного образования (дошкольное, школь-

ное, довузовское, вузовское образование). 4. Овладение профессией в лабораторных условиях, возможность овладения практическими навыками в собственных СМИ (факультетские СМИ, СМИ учебных групп).

*Минусы.*

1. Отсутствие жизненного опыта. 2. Пробелы в базовом образовании в силу обстоятельств как объективного (снижающаяся квалификация учителей, сокращение часов на литературу и др.), так и субъективного (леность, инфантилизм школьников) характера. 3. Профессиональное образование, полученное на новых отделениях и факультетах журналистики, не имеющих достаточно квалифицированных педагогических кадров, учебно-методической базы, научных и научно-методических традиций, соответствующей материально-технической базы.

**Выпускники вузов, не имеющие высшего журналистского образования.**

*Плюсы.*

1. Системное образование на основе фундаментальных и прикладных дисциплин в другой области (филология, история, экономика, политика и др.). 2. Высокая мотивация к новой профессии.

*Минусы.*

1. Отсутствие жизненного опыта. 2. Отсутствие практического опыта. 3. Незнание профессиональных и этических стандартов, обучение «с колёс».

**Работники СМИ, не имеющие высшего образования.**

*Плюсы.*

1. Жизненный и практический опыт. 2. Знание специфики редакционного труда. 3. Высокая мотивация к обучению в целях совершенствования профессионализма.

*Минусы.*

1. Отсутствие системного, в том числе профессионального образования. 2. Большой перерыв в образовании. 3. Объективные недостатки заочного обучения. 4. Скептическое отношение к теоретическим дисциплинам. 5. Негативный практический опыт.

**Работники СМИ, не имеющие высшего профессионального образования.**

*Плюсы.*

1. Системное образование на основе фундаментальных и прикладных дисциплин в другой области (филология, история, экономика, политика и др.). 2. Жизненный и практический опыт. 3. Знание специфики редакционного труда. 4. Высокая мотивация к обучению в целях совершенствования профессионализма.

*Минусы.*

1. Отсутствие системного профессионального образования. 2. Большой перерыв в образовании. 3. Объективные недостатки заочного обучения. 4. Скептическое отношение к теоретическим дисциплинам. 5. Негативный практический опыт.

Данную классификацию возможно расширять, дополнять, поскольку среди работников СМИ есть люди, получающие образование заочно, дистанционно, люди, по разным причинам прервавшие образование, люди, активно занимающиеся самообразованием и т.д. и т.п.

\*\*\*

Классификация работодателей также может быть разветвлённой (при этом необходимо понимать, что типология СМИ постоянно развивается, усложняется). Ниже представлена классификация по критерию «Учредитель».

**Государственные структуры.**

*Плюсы.*

1. Большая возможность заключения партнёрских договоров (практика, распределение) между государственными вузами и государственными СМИ. 2. Более развитая инфраструктура. 3. Традиции работы с практикантами и выпускниками.

*Минусы.*

1. Преимущественное ориентирование студентов и молодых специалистов на пропагандистскую деятельность. 2. Ограниченная финансовая база и, как следствие, ограниченные возможности материального стимулирования штатных и внештатных сотрудников.

**Частные структуры.**

*Плюсы.*

Большие возможности в материальном стимулировании штатных и внештатных сотрудников.

*Минусы.*

Преимущественное ориентирование студентов и молодых специалистов на коммерческую или политическую деятельность.

### **Партийные структуры.**

*Плюсы.*

Большие возможности в материальном стимулировании штатных и внештатных сотрудников.

*Минусы.*

1. Преимущественное ориентирование студентов и молодых специалистов на пропагандистскую деятельность. 2. Ограничения профессионального характера, связанные со слабо развитой инфраструктурой.

### **Общественные структуры.**

*Плюсы.*

Большая возможность проявить журналистские способности.

*Минусы.*

Ограниченная финансовая база и, как следствие, ограниченные возможности материального стимулирования штатных и внештатных сотрудников.

\* \* \*

Чаще всего основным вопросом дискуссий о журналистском образовании становится профессионализм. Некоторые работодатели уверены, что выпускник вуза должен быть стопроцентно готовым к выполнению любого задания в рамках деятельности конкретного СМИ. Между тем должны существовать периоды адаптации, когда молодой специалист усваивает профессиональные и этические стандарты, конкретизированные в СМИ определённого вида и типа. Формирование профессионализма в журналистике происходит на фоне воздействия многих факторов — внутренних, внешних и субъективных.

### **Внутренние и субъективные аспекты.**

Природная предрасположенность абитуриента, студента к журналистской деятельности (призвание к духовно-практической, общественной деятельности; талант к созиданию, творчеству; гуманитарная направленность личности; физическое здоровье: динамизм, активность).

Наличие ценностей (моральные ценности и ценности компетенции), знаний, умений и навыков (журналистская авторская; журна-

листская организаторская; журналистская редакторская, программирующая; производственно-технологическая деятельность).

Различение близких, но разных по целям и задачам коммуникационных видов деятельности — журналистики, пропаганды, связей с общественностью, рекламы, политики.

Профессиональная адаптация с учётом специализаций: по каналам (печатная, электронная пресса), виду творчества (словесный, визуальный, словесно-визуальный), направленности творческой деятельности (репортажный, аналитико-образный), характеру труда (творческий, технический, комбинированный), социальной сфере (структуры гражданского общества, государственные структуры, политика, экономика, искусство и т.д.).

Психологическая адаптация с учётом особенностей индивидуально-коллективного и производственно-творческого труда.

### **Внешний аспект.**

Приоритетный тип коммуникации, в котором приходится действовать (авторитарная, либеральная, тоталитарная, демократическая модели системы массовой коммуникации).

Характер информирования, принятый в конкретном СМИ (безоценочный или комментированный подходы; «западная», фактологическая, или «российская», аналитико-образная, модели).

Вид журналистики и СМИ (общественная, государственная, частная; общественно-политическая, деловая, специализированная, развлекательная пресса).

Характер производственных отношений (рыночные условия функционирования СМИ).

\*\*\*

Таким образом, опираясь на существующие модели, преподаватели журналистики выделяют ведущие качества, необходимые будущему журналисту:

- высокий уровень профессиональных знаний по специальности;
- инициативность, самостоятельность в принятии решений;
- организаторские навыки, умение работать с людьми;
- отличное владение русским языком, грамотно поставленная речь;

— стремление совершенствовать свои знания, навыки, творческий подход к делу;

— знание социальной, экономической, политической обстановки и умение ориентироваться в ней и др.

Наша главная задача — подготовить специалиста с базовыми знаниями, умениями и навыками, которые позволят ему как можно быстрее адаптироваться в тех или иных производственных условиях. И не просто специалиста — гражданина, человека духовно богатого, творческого. Задача редакции — увидеть и развить те данные выпускника, которые позволят ему эффективно трудиться на том или ином — широком или узком — профессиональном поле.

## **ЛИЧНОСТНО ОРИЕНТИРОВАННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ БУДУЩИХ ЖУРНАЛИСТОВ**

Недавно на факультете журналистики МГУ состоялась защита докторской диссертации исследователя из Челябинска С.С. Распоповой «Журналистское творчество: теория и практика освоения». Актуальность заявленной соискателем темы не вызывает сомнения: ведь журналистское творчество, опирающееся на базовые стандарты, следование которым позволяет наиболее эффективно реализовывать цели, задачи, функции и принципы особого вида духовно-практической деятельности, не может не испытывать влияния современных информационных технологий. Тем более особенно важно обращение к теории и практике освоения журналистского творчества (ЖТ) в период кардинальных общественных перемен (как в мире, так и в конкретной стране).

Поставив целью своего исследования разработку методологических подходов, позволяющих поднять результативность профессиональной подготовки журналистов, С.С. Распопова сформулировала ряд важных задач, последовательно и успешно решенных. Среди них выделяются следующие: представить динамику изменений отечественных СМИ, повлиявших на характер ЖТ; рассмотреть теорию ЖТ в развитии и обобщить существующие подходы к структурированию теоретических знаний в профессиональной подготовке журналистов; создать модель организации освоения способа ЖТ в системе профессиональной подготовки, проведя экспериментальную проверку предлагаемых решений.

Среди положений, выносимых диссертантом на защиту, назовём наиболее существенные:

Освоение ЖТ возможно и необходимо рассматривать в качестве доминанты системы профессиональной подготовки.

Сущность процесса освоения ЖТ определяется как характеристиками самого ЖТ, так и теми условиями, при которых этот процесс протекает и которые влияют на его результативность.

Основу методологии процесса освоения ЖТ (особой деятельности с повышенной социальной ответственностью) составляет теория журналистики в синтезе с теориями деятельности, диалога, творчества, а также теории личности.

В этом — новизна представленного С.С. Распоповой научного труда, намечающего особое направление исследований, связанных с изучением факторов, влияющих на развитие личности будущего журналиста. Как и в том, что в диссертации представлен комплексный анализ подходов к освоению ЖТ в профессиональной подготовке журналистов; определены методологические подходы к развитию личности будущего журналиста, без которых полноценное освоение ЖТ практически невозможно (личностно-деятельностный характер процесса освоения ЖТ; диалогизация отношений, существующих в ходе освоения ЖТ; развитие аксиологического потенциала личности; планомерное использование личностной и групповой рефлексии).

Диссертация состоит из трех глав — «Освоение журналистского творчества: теоретико-исторические и практические предпосылки к исследованию», «Журналистское творчество: методологические подходы к его освоению», «Опыт реализации личностно ориентированных подходов к освоению способа журналистского творчества в ходе профессиональной подготовки».

Отмечая, что в рамках определённой информационной политики СМИ проявляются и редакторская, и организаторская, и авторская составляющие ЖТ, С. С. Распопова акцентирует внимание, прежде всего, на авторском творчестве — моменте активности, приводящем к созданию основного инструмента реализации функций журналистики — текста.

Справедливо полагая, что разработка подходов к освоению ЖТ в процессе профессиональной подготовки невозможна без учета политических, экономических и технологических изменений в стране и в мире, автор и обращается к их рассмотрению в первых параграфах первой главы.

Нельзя не согласиться с выводом о том, что политические реформы, вызвавшие к жизни социально-экономические преобразования, своеобразно отразились на деятельности журналистов. С одной стороны, появилась реальная возможность участия в демократических процедурах, устранена идеологическая зависимость от правящей партии, принят Закон о СМИ, с другой — «экономические условия, в которых развиваются постперестроечные отечественные СМИ, создали новую, теперь уже экономическую зависимость журналистов от владельцев изданий. Стали ослабевать внутривидовые связи, а СМИ в силу своей экономической несвободы стали активно вовлекаться в деятельность властных структур и бизнес-структур. Произошла коммерциализация СМИ, что отражается на уровне удовлетворения общественного спроса на серьезную информацию».

Затем С.С. Распопова, наметив теоретические подходы к освоению ЖТ, представив становление журналистского образования в России и за рубежом, констатирует: несмотря на то, что теория журналистского творчества стала предметом изучения будущих журналистов, выступив как интегрирующий фактор организации учебного процесса, что созданы условия для развития творческого потенциала будущего журналиста, мотивации его профессионального и личностного роста, журналистское образование нуждается в более развернутой ориентации учебного процесса на предъявление студентам целостного представления о специфике их профессиональной деятельности. «Поэтому в организации освоения теоретических знаний, которые должны привести к формированию практических умений, представляется важным активнее использовать общие дидактические принципы, сопоставляя их с педагогическими инновациями. Иначе говоря, требуются обновлённые методологические и методические разработки для дальнейшего совершенствования освоения журналистского творчества в системе профессиональной вузовской подготовки журналистов». Автор обосновывает один из таких методологических подходов на основе инновационного педагогического опыта, осмысленного в контексте личностно ориентированного обучения. «Суть личностно ориентированного образования заключается в его направленности на удовлетворение экзистенциальных потребностей человека, то есть потребностей его бытия, личностного существования,

свободы и свободного выбора себя, своего мировоззрения, действий, поступков, позиции, самостоятельности и личной ответственности, саморазвития, самореализации, самоопределения и творчества».

Во второй главе диссертации С.С. Распопова последовательно представляет факторы, определяющие процесс освоения ЖТ, обучение способу ЖТ как совокупности его особенностей; останавливается на возможностях развития личности будущего журналиста в процессе освоения специфики творческой деятельности.

Автор, справедливо указывая на сложные условия, в которых осуществляется профессиональная деятельность современного российского журналиста («С одной стороны, общество ждет от него объективности и точности, порядочности и честности, с другой стороны, журналиста покупают и подкупают. Он часто становится подневольным работником, владелец издания или телерадиокомпании может уволить журналиста с работы, если его позиция невыгодна хозяину. Таковы реальные условия, в которых отечественные журналисты, не вполне защищенные законом, работают и сегодня»), задаётся вопросом «Можно ли нейтрализовать существующие противоречия в процессе профессиональной подготовки журналиста?».

Журналист — гражданин и профессионал — живёт и работает в обществе, от которого не может не зависеть. В ситуации же, когда и элита не может точно определить характер социально-политического устройства, общественно-экономического этапа развития страны («управляемая демократия», «государственно-монополистический капитализм», «номенклатурный капитализм», «дикий капитализм» и др.); когда общество порой полярно оценивает результаты перестройки, реформы; когда произошла (происходит?) смена ценностных, моральных приоритетов — и не всегда в лучшую сторону, трудно представить, что лишь журналисты будут сознательно и последовательно следовать этико-правовым и профессиональным установкам. Что, конечно же, не означает отказа от ориентации на развитие личностных и творческих качеств в контексте обучения. Остаётся надеяться, что преподавание рефлексизирующих дисциплин позволит «сформировать в будущем журналисте навыки самоанализа», «свести к минимуму низшие проявления человеческой природы (бездуховность, пренебрежение к этическим нормам, нетолерантность и др.)». Многие дей-

ствительно зависит от системы гуманистических ценностей, которая может защитить журналиста в дальнейшем от подкупа, лакейства, беспринципности. Но, повторимся, есть опасность, что в новой, складывающейся системе «порядочность, честность, социальная ответственность, гражданское мужество — те профессионально значимые качества, которые определяют возможность достижения высокого уровня профессионального мастерства» могут лишь декларироваться. И если эти качества будут по-прежнему своеобразно трактоваться владельцами, учредителями, издателями, редакторами современных СМИ, не окажутся ли усилия обучающихся напрасными?..

Во втором и третьем параграфах второй главы С.С. Распопова, рассматривая обучение способу ЖТ, возможности развития личности будущего журналиста, исходит из положения, что в инновационной (лично ориентированной) парадигме «человек — сложная система, субъект познавательной деятельности, поэтому для его обучения и развития необходимо использовать разнообразные активные методы и подходы». Это важно понимать, чтобы сформировать навыки, необходимые для профессии: навыки личностной, ценностной и профессионально-этической рефлексии; коммуникативные навыки; навыки системного анализа. Отмечается, что в ряду задач профессионального образования — «формирование у будущего журналиста представления о том, что универсальность журналистской информации обеспечивается ее опорой на культурные ценности, которые всегда интегрирует социальный опыт и ответственность журналиста за характер подачи и интерпретации этой информации. Журналистское образование характеризуется как процесс по освоению студентами профессиональных навыков и умений, а также как процесс обеспечения идентификации студентов со своей культурой, что рассматривается важной составляющей общекультурной компетентности будущего журналиста».

Рассматриваемый в третьей главе учебный процесс, направленный на освоение журналистского творчества, представлен на основе реализации таких методологических принципов, как диалогичность; единство знаниевой и личностной парадигм; рефлексивное управление учебной деятельностью; аксиологичность; интегративность; контекстность.

Среди инновационных методов обучения центральное место уделено рефлексивному управлению учебной деятельностью.

Автор приводит следующее высказывание одной из студенток «Выбору нашей профессии должно, как мне кажется, предшествовать тестирование. В итоге каким-то образом необходимо определить: есть ли у человека главное качество, без которого путь в профессию должен быть закрыт, — умение сочувствовать людям, содействовать каждому из них в желании реализоваться как Личность...». Творческий конкурс как профильное экзаменационное испытание в какой-то мере решает проблему, но думать, что приёмная комиссия может поставить точный «диагноз» абитуриенту, тем более на личностном уровне, — наивно.

**В.В. ТУЛУПОВ**

## **НАШ УЧИТЕЛЬ — РИШЕЛЬЕ**

Последняя неделя при всех громких политических изобличениях прошла все же под знаком Учителя. Всемирный день учителя, присуждение премии лучшим учителям года, которыми признаны два математика, космический урок в ЦУПе, кадровые перестановки в Минобрнауки, одобрение Госдумой закона о присоединении России к Болонскому соглашению, в результате чего высшее образование станет двуногим и разделится на бакалавриат и магистратуру...

Если слушать официальные отчеты, наше образование на подъеме. Но перед самым Днем учителя закончила работу Всероссийская педагогическая конференция, которая выразила недоверие руководству Минобрнауки и обратилась к президенту РФ с просьбой разделить это ведомство на два, как прежде, — по образованию и по науке. Эту идею поддерживают многие, но до выборов президента, дабы не мутить лишний раз воду, ничего не произойдет. Кстати, нынешнее время — первое с момента учреждения в России в 1802 году первых министерств, когда у нас нет министерства просвещения, которое возникло одновременно с военным и финансовым и раньше министерства внутренних дел. Небезызвестный кардинал Ришелье, который гнобил мушкетеров и Д'Артаньяна, говаривал, что государство, все подданные которого образованны, было бы так же чудовищно, как тело, имеющее глаза на всех своих частях. Но в постиндустриальный век принято считать, что знания стали производительной силой, а социологи договариваются до того, что современный пролетариат — это люди, занятые в сфере информационных и компьютерных услуг. Если это так, то возникает вопрос: почему российский учитель стоит на социальной лестнице ниже и живет хуже, чем во времена мракобеса Ришелье? По нашей исторической шкале — чем в XIX веке, когда

папа маленького Ленина, работавший учителем, был весьма состоятельным и принятым в обществе человеком.

Учитель — самая массовая из интеллигентных профессий. В России 1,6 миллиона школьных учителей, на каждого приходится по 10 учеников, хотя в Европе — по 15. Беды и несчастья, которые обрушились на прочие интеллигентные профессии — на ученых, врачей, инженеров, музейных работников и библиотекарей, — острее всего, просто из-за массовости, ощущают на себе учителя. Как бы ни расписывались в своем уважении к этой профессии на торжественных мероприятиях высокие чины, положение учителей измениться не может, пока не изменится сама оценка и востребованность интеллектуального труда. А она не изменится до тех пор, пока страна будет жить за счет продажи сырья, для чего шибкого образования не требуется. Сырьевым олигархам оно даже во вред, ибо создает опасное желание изменить гибельный путь. У многих образование в цене только потому, что помогает стянуть не канистру с бензином, а целиком месторождение.

Современное государство далеко ушло от времен Ришелье и жизненно заинтересовано в высоком уровне образования. Иначе падает конкурентоспособность, страна становится зависимой от чужих технологий и товаров. Что у нас и происходит — за год импорт вырос на 48 %. Образование и импорт — это сообщающиеся сосуды. Количество бюджетных студентов в российских вузах год от года падает. В этом году их уже менее 40 %, а в Германии — 90 %. В Оксфорде и Кембридже «родной» студент платит 1 тысячу фунтов в год. Такую цену посчитает смехотворной самый завалающий российский вуз, где учат так, что забудешь то, что из школы вынес. После введения бакалавриата расходы государства еще сократятся. Финансирование образования, несмотря на все декларации, по-прежнему не превышает 3,5% ВВП, хотя в развитых странах оно достигает 7%. Поэтому, к слову, у нас и нет нобелевских лауреатов, а вовсе не потому, что Россию забирают в наградах.

Впрочем, в Европе тоже наблюдается массовый отток школьных учителей. Просто у образованных людей все шире поле для деятельности. Но чем, по моим наблюдениям, отличаются российские учителя от европейских — так это стремлением нести не столько знания, сколько

умение различать добро и зло. То есть наш учитель — это не просто преподаватель, а маленький Христос. А если так, то жаловаться на безденежье неприлично. Вот у нас и не бывает учительских манифестаций и забастовок, как во Франции. Христос терпел и нам велел.

**С. ЛЕСКОВ,  
«Известия», 11.10.07.**

## **ИЗ АНАЛИТИЧЕСКОЙ СПРАВКИ**

### **«О подготовке журналистов по направлению 030600 – журналистика на факультете журналистики Воронежского госуниверситета»**

Подготовку по направлению «Журналистика» на факультете журналистики Воронежского госуниверситета проходят лишь иностранные граждане. После окончания бакалавриата желающие могут продолжить обучение в магистратуре.

С 2006 года вузам, лицензировавшим магистратуру, предоставлена возможность самим заявлять и утверждать на Совете университета магистерские программы, обеспеченные соответствующими учебно-методическими материалами и кадрами. И в этом большой плюс: ведь прежде магистерские программы имели только научно-исследовательский уклон, что практически исключало поступление в магистратуру бакалавров других направлений. Теперь же любой бакалавр, пройдя собеседование по вопросам, совпадающим с вопросами на выпускном государственном экзамене у бакалавров-журналистов, может выбрать любую практикоориентированную магистерскую программу. Бакалавр журналистики может также избрать практикоориентированную программу, позволяющую углубить (расширить) свои базовые знания, либо избрать программу научно-исследовательского плана (что важно для желающих продолжить обучение в аспирантуре).

Что касается сравнения подготовки в специалитете и по направлению, то данные по ВГУ с других факультетов говорят: никакого преимущества двухступенчатая система перед специалитетом не обнару-

жила. Более того, бакалавр по сравнению со специалистом теряет год обучения, и уровень дипломных работ, естественно, ниже. В специалитете 9 семестр отдавался специальным дисциплинам обобщающего характера («Актуальные проблемы современной науки и журналистика», «Международные отношения», «Актуальные проблемы культуры», «Западная коммуникативистика на современном этапе» и т.п.), в течение 10 семестра студенты целенаправленно готовились к выпускному государственному экзамену и защите дипломных работ. В 10 семестре, будучи свободными от аудиторных занятий (желающим предлагались обзорные лекции по всем вопросам междисциплинарного государственного экзамена по специальности), выпускники имели возможность серьёзной работы в лучших библиотеках страны (Москва, Санкт-Петербург, Воронеж), а также подготовить полноценную практическую часть, связанную с деятельностью конкретного СМИ (т.е. непосредственно на производстве и в интересах того или иного производства). При двухступенчатой системе студенты таких возможностей лишены.

Студенты-иностранцы при наличии бюджетных мест в магистратуре (по согласованию с органами образования и посольствами их стран) достаточно охотно продолжают обучение в магистратуре. Процентное соотношение числа поступивших от общего числа получивших диплом бакалавра на факультете журналистики ВГУ таково: 2004-2005 уч.г. — 25 %, 2005-2006 уч.г. — 30 %, 2006-2007 уч.г. — 0 % (в магистратуру поступили бакалавры из других вузов), 2007-2008 уч.г. — 40 % .

## **ПЕРЕЧЕНЬ НАУЧНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ КАФЕДР ФАКУЛЬТЕТА ЖУРНАЛИСТИКИ ВГУ**

### **Кафедра теории и практики журналистика**

Журналистика в ряду других социальных институтов и смежных видов деятельности

Журналистика и коммуникативистика

Концепции, типы и виды журналистики

Правовые и этические нормы журналистики

СМИ и власть

СМИ и политика

Профессиональные стандарты журналистики

Журналистское мастерство

Поэтика публицистики

Жанры и формы журналистики

Публицистический текст

Публицистический дискурс

Проблематика журналистики

Типология журналистики

Социология журналистики

Психология журналистики

Маркетинг и менеджмент в журналистике

Дизайн СМИ

### **Кафедра истории журналистики**

Отечественная журналистика XVIII века

Отечественная журналистика XIX века

Отечественная журналистика XX века

Новейшая отечественная журналистика

История региональной журналистики  
Зарубежная журналистика XVI-XVIII вв.  
Зарубежная журналистика XIX века  
Зарубежная журналистика XX века  
Новейшая зарубежная журналистика

### **Кафедра стилистики и литературного редактирования**

Язык газет и журналов  
Язык телевидения  
Язык радио  
Язык Интернета  
Язык рекламы  
Язык СО-текстов

### **Кафедра телевизионной и радиожурналистики**

История, теория и практика телевидения  
История, теория и практика радио  
История, теория и практика Интернета  
Зарубежные электронные СМИ  
Детская аудитория электронных СМИ

### **Кафедра рекламы и дизайна**

История рекламы  
Реклама в ряду других социальных институтов и смежных видов деятельности  
Реклама в системе маркетинговых коммуникаций  
Реклама в комплексе маркетинга  
Реклама в сфере применения  
Правовые и этические нормы в рекламной деятельности  
Структуры рекламы  
Жанры и формы рекламных обращений  
Социология рекламы  
Психология рекламы  
Менеджмент в рекламе  
Реклама в системе типоформирующих признаков СМИ

Дизайн рекламы  
Дизайн в системе типоформирующих признаков СМИ  
Газетно-журнальный дизайн  
Звуковой дизайн  
Телевизионный дизайн  
Интернет-дизайн  
Фотография в СМИ  
Новые компьютерные технологии в СМК

### **Кафедра связей с общественностью**

История связей с общественностью  
Связи с общественностью в ряду других социальных институтов и смежных видов деятельности  
Связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций  
Правовые и этические нормы в СО-деятельности  
Виды СО-деятельности  
Структуры СО  
Связи с общественностью СМИ  
СО-текст (жанры и формы)  
Социология СО-деятельности  
Психология СО-деятельности  
Менеджмент в СО

## **Всероссийские научно-практические конференции исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью на факультете журналистики ВГУ**

- 1991 — Новая пресса: проблемы становления и развития
- 1992 — Изучение истории и практики печати России в условиях демократизации общества
- 1992 — Пути совершенствования и проблемы эффективности средств массовой информации на современном этапе
- 1994 — Современные СМИ: истоки, концепции, поэтика
- 1995 — Российская журналистика: смена приоритетов
- 1996 — Оптимизация средств массовой информации: опыт и перспективы
- 1997 — Российская журналистика конца XX-го столетия: власть прессы или пресс власти?
- 1998 — Журналистика конца XX-го столетия: уроки и перспективы
- 1999 — Пресса и общество
- 2000 — Журналистика — Реклама — Связи с общественностью
- 2001 — Проблемы региональной журналистики
- 2001 — Проблемы массовой коммуникации на рубеже тысячелетий
- 2002 — Проблемы массовой коммуникации на рубеже тысячелетий
- 2003 — Проблемы массовой коммуникации на рубеже тысячелетий
- 2004 — Проблемы массовой коммуникации
- 2005 — Проблемы массовой коммуникации
- 2006 — Проблемы массовой коммуникации
- 2007 — Проблемы массовой коммуникации

## **Всероссийские научно-практические конференции студентов и аспирантов на факультете журналистики ВГУ**

- 2000 — Журналистика конца XX века
- 2001 — Журналистика, реклама, связи с общественностью: новые подходы
- 2002 — Журналистика, реклама, связи с общественностью: новые подходы
- 2003 — Журналистика, реклама, связи с общественностью: новые подходы
- 2004 — Журналистика, реклама, связи с общественностью: новые подходы
- 2005 — Журналистика, реклама, связи с общественностью: новые подходы
- 2006 — Журналистика, реклама, связи с общественностью: новые подходы
- 2007 — Проблемы массовой коммуникации

## Новые издания

### **«Акценты. Новое в массовой коммуникации», 2007, № 3-4.**

Очередной номер научно-практического альманаха факультета журналистики ВГУ, выходящего под эгидой Академии наук региональной печати России, содержит традиционные рубрики: «Слово редактора», «Теория и практика журналистики», «Реклама и PR», «Образование», «Конспект», «Новые книги», «Даты».

Помимо воронежских учёных, статьи представили исследователи МК из Москвы, Иваново, Краснодара, Старого Оскола, а также из Болгарии и Польши (Л. Стойков. Гедонистическая функция медий: инфотеймент и реалити-шоу; П. Шосток. Влияние системных перемен на положение журналистов в Польше в контексте профессиональной самооценки).

Тематика и проблематика статей самая разнообразная: от проблем журналистского образования, медиаобразования (С. Страшнов, В. Тулупов, Л. Федотова), журналистского творчества (А. Шестерина) до проблем дизайна (С. Васильев, О. Осетрова) и PR-продвижения краеведческого туризма (В. Ерина).

**Бибчук Е.М.** Морфемика и словообразование современного русского языка: учебное пособие для студентов специальностей «журналистика», «реклама», «связи с общественностью». — Воронеж, 2007.

В пособии излагаются теоретические сведения, связанные с особенностями русских морфем, исторических изменений в составе слова, способов современного русского словообразования, а также рассматривается динамический аспект словообразования. Работа снабжена пакетом практических и контрольных заданий.

**Беспмятнова Г. Н.** Место ТВ в современном медиапространстве. Воронеж, 2007.

В пособии рассматриваются проблемы современной телевизионной коммуникации, связанные с особенностями постиндустриального общества, в рамках которого функционируют различные потоки телевизионной информации.

Медиапространство рассматривается как среда, в которой происходит производство, распространение и воздействие различных видов информации, как печатных, так и аудиовизуальных СМИ и СМК. Виды телевизионной информации, особенности их производства, распространения и воздействия рассматриваются подробно в свете теорий авторитетных исследователей коммуникации.

В работу включены задания контрольных работ по заявленным в пособии темам.

**Вестник Воронежского государственного университета. Филология. Журналистика. 2007, № 2.**

Очередной номер серии «Филология. Журналистика» «Вестника Воронежского государственного университета», входящей в список рецензируемых изданий ВАК, содержит два традиционных раздела, в которых напечатаны статьи по литературоведению, языкознанию, проблемам массовой коммуникации (журналистика, реклама и публик рилейшнз). В журнале представлены публикации более сотни авторов — преподавателей и аспирантов гуманитарных факультетов университетов со всей России.

**Коммуникативное воздействие и языковое манипулирование в рекламе: учебное пособие.** — Воронеж, 2007.

Составитель — доц. **Шишлянникова А.М.**

Пособие имеет целью дать студентам представление о коммуникативном воздействии и языковом манипулировании в рекламе, познакомить их с основными приёмами того и другого, а также привить учащимся практические навыки по применению этих приёмов в рекламных текстах.

Пособие содержит теоретическую часть и практические задания, которые снабжены ответами.

Рекомендуется студентам старших курсов, изучающим дисциплины «Язык рекламы» и «Разработка рекламного продукта».

**Нечаев Д.Н., Тулупов В.В.** Деловые печатные издания России: становление, специфика, тенденции развития. Воронеж: Издательство Воронежского государственного университета, 2006.

Книга докторов наук, доцента Д.Н. Нечаева и профессора В.В. Тулупова, состоит из пяти глав: «Деловая пресса и основные этапы её развития в России», «Основные направления развития деловых печатных изданий», «Усиление конкуренции на российском рынке деловых печатных изданий», «Корпоративные, отраслевые, ведомственные и узкоспециализированные деловые журналы и газеты современной России», «Деловые печатные издания в Центрально-Чернозёмном регионе». Издание сопровождается приложениями, представляющими структуры Издательских домов «Коммерсантъ», «Экономическая газета», «Индепендент Медиа», «Финансы и кредит», «Деловая пресса», «Комсомольская правда», «Газпром-Медиа», «Деловой мир» и др.

**Сапунов В.И.** Мировые информационные агентства: системное воздействие на аудиторию. — Воронеж, 2007.

Монография содержит анализ системно-коммуникативных, неолиберальных организационных и манипулятивных стратегий мировых информационных агентств. Политэкономический метод позволяет системно рассматривать макроконтекст медиапроцессов и медиатекстов на основе их анализа в контексте производственных отношений. Социокультурный метод помогает, с одной стороны, определить культурный контекст использования медиаресурсов, с другой — подчеркивает социально-политическую значимость медиапотоков.

**Современные проблемы журналисткой науки.** — Воронеж, 2006. — Вып. 1, 2007. — Вып. 2.

Сборник составлен по материалам ежегодного научного семинара «Современные проблемы журналисткой науки». Представлены научные статьи ведущих российских исследователей журналистики (в авторской редакции).

**Тулупов В.В.** Теория и практика современной российской журналистики. Сборник статей. — Воронеж, 2007.

В сборник вошли статьи автора, опубликованные в 2000-2007 гг. и посвящённые как общим вопросам журналисткой науки, так и отдельным направлениям теории и практики СМИ — маркетингу и

менеджменту журналистики, типологии, рекламе, дизайну периодических изданий. Отдельный раздел составили статьи о журналистском образовании.

**Тудупов В.В., Красова Е.Ю., Малыгина Е.В.** Парадоксы шоковой рекламы. — Воронеж, 2007.

В монографии рассматривается феномен шоковой рекламы. Неоднозначное отношение теоретиков и практиков к достаточно новому для России явлению, на взгляд авторов, требует особого изучения. Скандал всё делает заметным — это уже звучит как аксиома современной массовой культуры. Рекламодателям приходится предлагать нечто провокационное, чтобы скучающая публика стала относиться к обычным свитерам, майкам, напиткам, часам, телефонам как к культурным предметам. Поэтому научный интерес к природе и особенностям шоковой рекламы является чрезвычайно актуальным.

**Шестерина А.М.** Интерактивная журналистика. — Воронеж, 2007.

Интерактивный компонент телевизионного общения все ярче заявляет о себе на современном этапе развития журналистики. Его присутствие способно в значительной мере поднять уровень востребованности телепередачи и сфокусировать внимание аудитории на обсуждаемых журналистом темах и проблемах. Вместе с тем, как новая с технической и технологической точки зрения, интенсивно развивающаяся и все еще малоизученная форма коммуникации, интерактивная журналистика требует овладения дополнительными знаниями, умениями и навыками. ореол популярности и востребованности, сформировавшийся вокруг интерактивной формы коммуникации сегодня, зачастую приводит журналиста к серьезным профессиональным промахам и может предопределить неудачу интересных в остальных отношениях проектов. Цель учебного пособия — сформировать представление о роли и значении «интерактивности» для современных СМИ, сообщить им знания в области интерактивной коммуникации, необходимые для ее успешного осуществления, подготовить к тем ситуациям интерактивного общения, которые чаще всего обнаруживаются в работе электронных СМИ на современном этапе.

## **Готовятся к выходу:**

**Лебедева Т.В.** Жанры радиожурналистики. — Воронеж.

Учебное пособие предназначено для изучения дисциплин специализации «Радиожурналистика» на 3 — 4 курсах: «Методика и технология подготовки радиопередач», «Мастерство радиожурналиста-аналитика», «Документально-художественные жанры радиожурналистики». В пособии анализируются все основные жанры радио, в том числе собственно радиийные, например, жанры мозаично-фрагментарного построения: радиокomпозиция, радиофильм, радиоплакат. Теоретические сведения подкрепляются большим количеством примеров из практики ведущих радиожурналистов прошлого и настоящего, что помогает студентам лучше усвоить материал.

**Новичихина М.Е.** Как вы фирму назовете... М., Изд-во «Восток — Запад».

Книга посвящена проблеме коммерческих названий — названий фирм, магазинов, товаров и т.п. Обсуждаются закономерности формирования современных названий, предлагаются методики анализа их эффективности.

Для лингвистов, психолингвистов, специалистов в области PR и рекламы, а также для широкого круга читателей, интересующихся проблемами эффективной коммуникации.

УМО-регион. Сборник информационных и научно-методических материалов. Выпуск 7 — Воронеж, 2007. — 64 с.

Редактор-составитель — Елена Михайловна Бебчук

© Факультет журналистики ВГУ