

Федеральное агентство по образованию  
Учебно-методическое объединение университетов РФ  
по Центральной и Центрально-Чернозёмной России  
Воронежский государственный университет  
Факультет журналистики

# УМО-регион

Сборник информационных  
и научно-методических материалов  
Выпуск № 8.

Под ред. доц. Е.М. Бебчук

Воронеж  
2008

УМО-регион. Сборник информационных и научно-методических материалов. / Отв. ред. доц. Бебчук Е.М. — Факультет журналистики ВГУ. — Воронеж, 2008. — 76 с.

Редакционная коллегия: доц. Бебчук Е. М. (отв. ред.), проф. Тулупов В.В., к.ф.н. Давтян А.А. (отв. секр.)

Сборник содержит материалы, подготовленные к ежегодному заседанию региональной секции УМО по журналистике.

© Коллектив авторов

© Факультет журналистики ВГУ

## Содержание

От редактора-составителя .....	4
<b>НАША ПРАКТИКА</b> .....	<b>5</b>
В.В. Тулупов. Творческий характер факультета необходимо подтверждать постоянно .....	5
Д.Н. Нечаев. В целях усиления конкурентных преимуществ будущих выпускников .....	7
М.И. Цуканова. Вожатый-телемейкер, .....	11
Т.Н. Хомчук-Черная. Об опыте издания альманаха «Практика» .....	16
<b>МЕТОДИКА</b> .....	<b>44</b>
Ю.А. Гордеев. Практическая составляющая выпускного государственного экзамена .....	44
А.А. Давтян. Подготовка магистров по направлению «Журналистика» на факультете журналистики ВГУ .....	56
<b>МНЕНИЯ</b> .....	<b>61</b>
В.В. Тулупов. О наболевшем .....	61
Р.В. Жолудь. Есть ли жизнь в аудитории? .....	66
<b>НОВЫЕ ИЗДАНИЯ</b> .....	<b>72</b>

## ОТ РЕДАКТОРА-СОСТАВИТЕЛЯ

Восьмой выпуск сборника информационных и учебно-методических материалов «УМО-регион» посвящен одной из самых актуальных и наиболее обсуждаемых в журналистской среде тем — степени практикоориентированности университетского образования при подготовке специалистов в области журналистики. Спор между работодателями, практиками, с одной стороны, и университетским сообществом — с другой, приобрел затяжной характер. В новом сборнике преподаватели факультета журналистики ВГУ делают попытку продемонстрировать новые подходы к проведению производственной практики, показывая желание сделать все для того, чтобы выпускник журфака удовлетворял требованиям, предъявляемым к его подготовке. Надеемся, что привлечет внимание коллег и дискуссия, вызванная мнением преподавателя-практика, имеющего свой взгляд на учебный процесс.

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)

### ТВОРЧЕСКИЙ ХАРАКТЕР ФАКУЛЬТЕТА НЕОБХОДИМО ПОДТВЕРЖДАТЬ ПОСТОЯННО

Организация учебного процесса на отделениях и факультетах журналистики как структурных подразделениях университетов (тем более — классических университетов) имеет свою специфику. Она проявляется в том, что обучение строится на сочетании фундаментального и прикладного подходов, и определяет задачи по подготовке широко образованного, культурного специалиста, овладевшего базовыми знаниями, умениями и навыками в истории, теории и практике журналистики. Творческий характер профессии журналиста (создание оригинальных произведений для СМИ) диктует необходимость особого отношения к практикоориентированным предметам, и прежде всего — к организации и оценке результатов учебно-ознакомительной и производственной практик.

Связь с редакциями газет и журналов, телевизионных и радиоканалов на постоянной основе, организация собственных учебных СМИ становятся обязательными составляющими процесса подготовки будущих профессионалов.

Выпускающие кафедры готовят базы данных СМИ города и области, заключают творческие договоры и договоры на прохождение студентами соответствующих практик с редакциями СМИ ЦЧР и других регионов России. Практика может иметь круглогодичный характер, предполагающий, что каждый студент имеет право в творческие, свободные от академических занятий, дни, во второй половине учебного дня, в выходные, выполнять конкретные редакционные задания. Основное же время прохождения практики, за которую отчитывается студент, — июль-август. Программы практик формируются на выпускающих кафедрах — на факультете журналистики ВГУ таких кафедр четыре: теории и практики журналистики; телевизионной и радиожурналистики; рекламы и дизайна; связей с общественностью.

Теоретические знания, полученные студентом в рамках освоения дисциплин, связанных с методикой журналистского творчества, жанрами публицистики, проблематикой СМИ, организацией работы ре-

дакции и др., творческих лабораторий, закрепляются и в ходе выпуска учебных СМИ. Газеты, телерадиопередачи подготавливаются в учебных группах под руководством преподавателя, формирующего редакционные коллегии и контролирующего периодичность выхода учебных работ, тематика и проблематика которых свободна (от широкой общественно-политической — до узкоспециализированной).

Факультет предоставляет возможность любой редакции проводить презентацию в стенах университета не только в качестве базы практики, но и с целью привлечения к внештатной или штатной работе студентов, в том числе будущих выпускников.

Творческий характер факультета проявляется и в возможности защиты творческих дипломных сочинений. В первой части такой работы излагается теория вопроса, рассматривается научная проблема; во второй — собственно творческой — части представляются публикации студента с необходимыми комментариями. Желательно, чтобы на защите (в том числе теоретической, исторической, лингвистической работы) рассматривалось творческое досье выпускника — его публикации, подготовленные в течение всего обучения на факультете.

При приеме на работу и прохождении конкурса преподавателями факультета в обязательном порядке учитывается сотрудничество со средствами массовой информации. Приветствуется повышение квалификации в виде стажировок в редакциях СМИ разного уровня и типологической направленности.

*Профессор В.В. Тулупов*

# В ЦЕЛЯХ УСИЛЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ БУДУЩИХ ВЫПУСКНИКОВ

## О новациях в производственной практики

В апреле 2008 года руководство факультета журналистики Воронежского государственного университета поставило перед кафедрами задачу о превращении производственной практики студентов в одно из приоритетных направлений деятельности, способствующей формированию дополнительных конкурентных преимуществ студентов. Особенно данный вопрос актуален в отношении специальности «Связи с общественностью» и специализации «Реклама и публик рилейшнз» в рамках специальности «Журналистика», поскольку пиарменов выпускает не только ВГУ, но и Воронежский государственный технический университет, Воронежская государственная архитектурно-строительная академия.

Стоит иметь в виду, что, к примеру, в Воронежской области на август текущего года по оценкам АНО «Институт политического анализа и стратегий», количество рабочих мест, относящихся к вышеупомянутой профессии составляет порядка шестисот. Вместе с тем, очевидна динамика в ее дальнейшем становлении и развитии. И по прогнозным характеристикам данной консалтинговой структуры, в ближайшие три года общее количество рабочих мест для специалистов по связям с общественностью в Воронежской области приблизится к двум тысячам.

В силу данной тенденции руководство факультета имеет цель за выполнение образующихся вакансий по этой профессии выпускниками журфака, имеющими не только высокий уровень теоретической подготовки, но и соответствующие навыки практической деятельности, сформированные на лучших базах практики как в Центрально-Черноземном регионе, так и в столичных центрах РФ. Характерно, что сформулированные цели и задачи были ретранслированы в новое положение о прохождении практики студентами, сочетающее как общеуниверситетские, факультетские стандарты, так и специфику, отдельные новации, применительно к специальности «связи с общественностью».

В частности, одной из новаций стало то, что студентам были предложены базы практик (ранее студенты их сами искали), где функциониро-

вали эффективно работающие специализированные подразделения по связям с общественностью. Эти подразделения имели определенные наработки, традиции, накопленные кураторами практик, часть из которых имела не только опыт преподавательской деятельности, ученую степень кандидата наук, но и универсализм в сфере PR, журналистики и рекламы. В то же время ответственные за прохождение практики на факультете рассматривали и зачастую принимали варианты прохождения практики, предлагаемые самими студентами. Такой комбинированный подход в большей мере отвечал интересам будущих выпускников.

Во-вторых, новацией стало то, что производственная практика студентов предполагала системную интеграцию в реалии будущей профессии. Каждый год студент выбирает одно из пяти предлагаемых направлений: проходить практику в органах государственной власти, бизнес-структурах, в региональных отделениях всероссийских политических партий, в общественных организациях и структурах консалтинга. То есть каждый год меняется направление приложения сил, и, разумеется, будущий специалист СО приобретает драгоценный опыт сравнительного PR: например, практика работы сотрудника по связям с общественностью в структурах власти кардинально отличается от работы специалиста в отделе пропаганды и агитации политической партии.

Стоит также отметить, что согласно положению, каждый год определяет новый вектор практики. После первого курса практика ознакомительная, но уже по окончании второго года обучения студенты должны профессионально готовить мониторинг СМИ. Они должны уметь профессионально составить информационный баланс (сочетания позитивных, негативных и нейтральных публикаций и сюжетов), объяснить эффективность той или иной модели информационного сопровождения. Третий курс — это акцент на креатив. Далее исследовательская и преддипломная практика.

Таким образом, в июле — августе (практика после 1,2 и 3 курсов) и в сентябре — октябре (5 курс) из 155 студентов факультета журналистики, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» и специализации «Реклама и публик рилейшнз», 97 % прошли производственную практику или завершали ее прохождение. Будущими PR-специалистами освоено 42 базы практики в трех областях Центрально-

Черноземного региона: Воронежской, Липецкой, Орловской и в г. Москве. Из них 7 баз практик предложено самими студентами. Что же касается пяти выбранных направлений, то они включали в себя 11 органов государственной власти и управления, 4 региональных отделения все-российских политических партий («Единая Россия», КПРФ, ЛДПР, «Справедливая Россия»), 20 предприятий бизнеса, 4 структуры консалтинга, 3 общественные организации. В настоящее время кафедрой связей с общественностью ведется проработка вопроса о формировании баз практик в Белгородской, Курской и Тамбовской областях.

Ключевым сегментом прохождения практики и ее защиты стала итоговая конференция «Практика сравнительного PR государственных учреждений, бизнес-сообществ, политических партий, общественных организаций и структур консалтинга: общее и особенное», на которой студенты смогли представить полезную информацию, наработанный опыт, определенные образцы эффективной деятельности в сфере СО. Причем, работа строилась сначала по пяти секциям, в соответствии с обозначенными направлениями, а затем и в рамках пленарного заседания, где выступали не только студенты — представители от секций — с обобщающей информацией, но и приглашенные кураторы практик от предприятий, организаций, что стало хорошей основой формирования дискурса. Важным учебно-методическим подспорьем при организации итоговой конференции стала подготовленная силами самих студентов учебная газета кафедры связей с общественностью «Паблисити».

Практика, организованная факультетом для студентов по специальности СО с высокой долей новаций, показала, что студенты факультета журналистики быстро адаптируются к профессии, в абсолютном большинстве случаев становятся полноправными членами подразделений по связям с общественностью, готовы выдержать конкуренцию не только со своими коллегами из других ВУЗов, но и работающими сотрудниками. В ряде случаев, где руководители подразделений имели юридическое, экономическое образование, они с готовностью интегрировали теоретические знания по специальности у проходящих практику студентов. Еще одним элементом становления новой модели организации практики стали пожелание кураторов-производственников продолжить сотрудничество в дальнейшем.

Итоги практики студентов настраивают профессорско-преподавательский состав факультета на развитие апробированных новаций в

организации практики студентов. В ближайшее время кафедрой связей с общественностью будет сформирован расширенный список баз практики, подготовлены предложения кураторам-производственникам по оптимизации программы практики с учетом уже имеющегося опыта. Не исключен социологический опрос среди студентов по необходимости насыщения практики новыми элементами и др. Опыт факультета этих трех месяцев акцентирует внимание преподавателей и на важности сочетания научных изысканий студентов с анализом увиденного ими на практике, что является серьезным основанием для исследовательских обобщений и выводов.

Практика дала преподавателям важный сигнал о необходимости корректировки ряда учебных курсов. Кстати, необходимую информацию на этот счет помогут подсказать и кураторы-производственники. Например, вовсе не фантастической представляется идея введения новых спецкурсов после обсуждения с ними важности тех или иных дисциплин, обобщения предложений кураторов-производственников по введению курсов, которые сейчас крайне нужны. Правда, пока это предмет дискуссии. Но вовсе не предметом дискуссии может стать работа по созданию научной школы сравнительного PR или формирование сети выпускников, с которыми установлены и поддерживаются полезные стороны связи и контакты.

Главное же состоит в том, что факультет встал не только на путь оптимальной организации практики, но и пошел по пути создания модели, когда практика становится неотъемлемой, где-то даже доминирующей, частью всего процесса подготовки специалистов, конечной целью которого является выпуск специалистов, имеющих серьезные конкурентные преимущества и готовых занять лидирующие позиции на рынке труда институционализирующейся профессии.

*Д.Н. Нечаев,  
доктор политических наук,  
доцент кафедры связей с общественностью*

## ВОЖАТЫЙ-ТЕЛЕМЕЙКЕР,

или Журналистская практика по-кидсклабовски

Факультет журналистики ВГУ находится в постоянном поиске и внедрении новых, нестандартных форм обучения студентов. Об одном из таких нововведений мы хотим рассказать.

Летом 2008 года 14 лучших студентов, специализирующихся по телевизионной журналистике, проходили производственную практику в летнем детском лагере в Греции. «Kid's Club» — это совместный проект Воронежского государственного педагогического университета, факультета журналистики ВГУ и московской курортологической фирмы. Суть его в следующем: в 90 километрах от греческого города Салоники, в двух расположенных недалеко друг от друга отелях, был организован детский тематический лагерь «Лето в стиле телемейкинг». Отдыхающих в этих отелях российских детей согласно возрасту поделили на телекомпании-отряды, руководили которыми по два вожатых — будущий педагог и будущий журналист. В течение одной трехнедельной смены (а их за лето прошло 4) каждая телекомпания сняла по 3 сюжета в различных жанрах тележурналистики. Кроме того, студенты-журналисты ежедневно преподавали детям азы профессионального мастерства, осуществляя руководство мастер-классами «Сценарист», «Режиссер», «Телеоператор», «Репортер», «Видеомонтажер», «Рекламист», «Декоратор», «Ведущий» и т.д.

Разумеется, поездке предшествовала большая подготовительная работа. Каждый из тех студентов, кто хотел попробовать себя в таком необычном деле, должен был собрать, систематизировать и переработать как можно больше теоретического материала по выбранному направлению. Также необходимо было составить план практических занятий и апробировать творческие задания. Затем студентам было предложено составить авторскую программу преподавания выбранной дисциплины для школьников из расчета 10 астрономических часов за смену.

В течение II семестра 2007/2008 учебного года студенты-журналисты еженедельно посещали специально для них организованные курсы при Педуниверситете. Там они слушали лекции по педагогике и организации лагерной смены, ходили на практические занятия по игротехнике, декораторскому искусству, вокалу и хореографии. В конце

апреля им предстояло сдать зачет по всему освоенному материалу, а в мае на базе загородного детского лагеря «Кировец» прошел трехдневный учебный сбор, где студенты смогли применить на практике полученные знания и ближе познакомиться с коллективом, в котором предстояло работать летом.

Отбор вожатых-телемейкеров в летний лагерь происходил на конкурсной основе, и критерием был не только результат зачета, но и качество разработанной за несколько месяцев программы мастер-класса, а также некоторые организационные моменты (в частности, степень подготовленности документов для открытия Шенгенской визы и досрочная сдача сессии). В итоге в «Kid's Club» попала лишь четверть от первоначального количества студентов-журналистов.

Приступив к работе в лагере, студенты ежедневно проводили занятия в мастер-классах. Основная сложность заключалась в том, что на мастер-класс могли прийти одновременно и первоклассники, и семнадцатилетние подростки, а программа занятий должна быть одинаково интересна и тем, и другим. Из отчета о практике студента 4 курса Сергея Токарева: «Было сложно заинтересовать столь разную аудиторию. Чем младше были мои ученики, тем больше практических заданий им приходилось давать. Но, к своей гордости, скажу, что дети просили меня проводить даже дополнительные мастер-классы в свободное время. А в итоговых анкетах практически все ребята назвали мастер-классы самым замечательным, что есть в Кидс Клабе. Мои занятия, в своем большинстве, носили дискуссионный характер. Я пересказывал детям основополагающие тезисы, приводил в качестве примера интересные факты, а после мы пытались смоделировать ту или иную ситуацию с последующим ее анализом и обсуждением. И ребята принимали в этом самое активное участие!»

Ежедневная работа в мастер-классах абсолютно не вызвала у студентов затруднений, поскольку программа была хорошо подготовлена. Начинающие преподаватели блестяще овладели материалом, поскольку их предупредили: дети, как никто, чувствительны к фальши и, если они заподозрят, что руководитель недостаточно подкован в своем деле, последний рискует лишиться авторитета, а эффективность работы будет минимальной. Более того, если возникала необходимость провести не тот мастер-класс, к которому готовились весь семестр,

студенты легко осваивали новую программу и работали по ней столь же уверенно, как и по своей.

Из отчета студентки 3 курса Элины Штанько: «На факультете теоретический материал нам объясняют понятным, но научным языком, который дети абсолютно не воспринимают. Поэтому нам пришлось переработать ряд журналистских терминов и найти им такое объяснение, которое будет доступно и маленькому ребенку. Это позволило нам еще раз осмыслить учебный материал и, возможно, лучше его понять. Кроме того, роль ведущего мастер-классов позволила мне научиться быть понятной всем, управлять дискуссией, обосновывать свою точку зрения, искать интересные ходы и решения, мгновенно реагировать на изменения ситуации».

Как уже говорилось, в лагере студентам предстояло снимать по три сюжета в течение каждой смены. Поэтому трехнедельное пребывание детей в «Kid's Club» было разделено на три съемочных периода, в соответствии с тем, что в это время снимается: «Социальная реклама», «Репортаж», «Новости» (или «Телезарисовка»). Итогом каждого из периодов становился телефестиваль, на котором профессиональное жюри и все дети путем голосования выбирали лучший видеоматериал, а в конце заезда — и лучший сюжет смены. Важно было снять такой сюжет, который бы одновременно вызывал интерес у детей, отвечал их возрастным требованиям и был бы достойно принят членами профессионального жюри, взрослыми зрителями, а также соответствовал заданному жанру и требованиям, предъявляемым к журналистской информации.

Съемочные дни в телекомпаниях служили практической проверкой того, что школьники освоили на мастер-классах. Новоиспеченные дети-сценаристы придумывали сюжет и писали сценарий, операторы снимали, ведущие работали в кадре, и т.п. Студент-журналист здесь выполнял, в основном, роль координатора всех действий во вверенной ему телекомпании, хотя, конечно, без его помощи не обходилось нигде. Из отчета о практике студентки 5 курса Екатерины Кармановой: «Самым трудным, на мой взгляд, было написание сценария. В идеале его должны были писать ребята, а мы — только направлять и помогать, но на деле получилось иначе. Некоторым девяти-одинадцатилетним детям из моей телекомпании трудно было даже свой адрес на-

писать, что уж тут говорить о телесценарии... Поэтому иногда такую работу вожатые брали на себя».

Как бы то ни было, раз в 5-6 дней на экран выходили видеоматериалы, авторами и героями которых в большей или меньшей степени были дети. Студенты неизменно оставались за кадром — этого требовала задумка тематического лагеря «Лето в стиле телемейкинг». В связи с этим может возникнуть вопрос: а является ли это производственной журналистской практикой, если студенты учили детей и руководили их работой, а сами на экране не появлялись? Мы считаем этот аспект лишь вариантом традиционной формы практики (когда студент работает в кадре), поскольку для того, чтобы научить ребенка работать перед камерой, которую он впервые видит, студент должен сам несколько раз продемонстрировать, как правильно это делать. А научить зачастую бывает даже сложнее, чем сделать что-либо самому. Поэтому у нас не возникает сомнений в наличии практических навыков у практикантов.

Кроме того, производственная необходимость подтолкнула студентов к освоению новых телевизионных профессий. Из отчета о практике студентки 5 курса Екатерины Кармановой: «Когда в середине лета уехал наш замечательный оператор Александр Шульгин, а ему на смену стал человек, который никогда профессионально не занимался съемками и монтажом, вожатые сами взяли в руки видеокамеры. Первый сюжет третьей смены я снимала сама! И мне это безумно понравилось. Я поняла, что работа режиссера и оператора для меня гораздо интереснее, чем работа сценариста».

Все 14 студентов, проходивших практику в Кидс Клабе, в своих отчетах отметили, что получили колоссальный опыт по написанию сценария, подготовке бригады к съемкам, научились пользоваться камерой и монтировать сюжеты. Они научились работать в большом, динамичном коллективе в условиях жесточайшего цейтнота, побочных проблем и забот (именно так зачастую работают журналисты на телеканалах).

Область выполняемых задач оказалась значительно шире поставленных целей практики, так как включала в себя еще и педагогическую деятельность — 24 часа в сутки студентам-журналистам приходилось быть для детей мамами и папами, воспитателями, затейниками в играх и старшими друзьями. Работа с детьми дала им представление о том, что будет интересно смотреть следующему поколению телезри-

телей, каким образом формируется вкус этого поколения и как можно на него повлиять, на чем следует делать акцент, чтобы достичь наибольшего эффекта от телевизионных программ.

Работа в детском тематическом лагере — абсолютно новая для студентов-журналистов форма прохождения летней практики. По мнению самих студентов, она помогла им еще раз систематизировать и переосмыслить свои знания и навыки настолько, чтобы можно было доступно объяснить все это подросткам, впервые сталкивающимся с телевизионным производством. А для этого нужно, как минимум, прекрасно владеть предметом. Все студенты справились с этими непростыми обязанностями на «отлично» — именно такие оценки были им единогласно поставлены за летнюю практику 2008 года. Безусловно, все полученные знания и практический опыт станут хорошим подспорьем в их дальнейшей профессиональной деятельности.

*М.И. Цуканова,  
к.ф.н., преподаватель кафедры теле- и радиовещания*

## ОБ ОПЫТЕ ИЗДАНИЯ АЛЬМАНАХА «ПРАКТИКА»

Издание на факультете с 2001 года альманаха «Практика» было обусловлено несколькими причинами. Первая. К тому времени уже значительно увеличилось количество студентов, а соответственно и учебных групп. И защита практики из акта публичного перешла в разряд камерного, когда только в своей группе обсуждались причины успехов и неудач, определялись «герои» и «антигерои». А выхода на общефакультетскую, широкую аудиторию не было. Вторая. У каждого преподавателя — руководителя практики, уже был накоплен свой опыт по проведению защиты практики. Назрела необходимость его обобщения и систематизации, обмена методикой. И третья. Все более резко обозначающийся разрыв между идеалом и действительностью, т.е. теорией и практикой, ожиданиями студентов и реальностью, что также требовало осмысления и, возможно, выработки новых форм сотрудничества факультета и СМИ.

Эти причины определили и содержание альманаха. В нем были заявлены рубрики «Публикации», «Отчеты», «Характеристики», «Перловка. Язык мой — враг... наш», ставшие впоследствии традиционными. При необходимости редакция добавляет к основным оперативные рубрики. Например, «Документы», если вносятся изменения в программу или положение о практике; «Дискуссия», когда возникает потребность обсуждения на страницах альманаха профессиональных или учебных проблем и т.д.

Рубрика «Публикации» традиционно представляет не только лучшие материалы практики. Нередко это бывают тексты, интересные с точки зрения выбора или поворота темы, жанрового исполнения, работы с источниками информации. Один материал может привлечь внимание редакции хорошим стилем, другой — нетрадиционным взглядом на привычную ситуацию, третий — журналистской находчивостью. Но в любом случае это тексты, в которых студентам есть чему поучиться. Иногда наиболее интересные публикации вызывают отклики и комментарии журналистов. Так было, например, с серией репортажей «МИНИМУМ РОССИЮ НЕ ПРОНЯТЬ» студентки Юлии Колодиной (4 курс ОЗО), опубликованных в газете «Кореновские

вести» (Краснодарский край). На них отозвались журналисты районных газет ЦЧР, повышавшие на факультете квалификацию и на занятиях познакомившиеся с материалами.

В рубрике «Отчеты» публикуются не только тексты поучительные с точки зрения технологии освоения профессии. Во многих из них студенты поднимают серьезные, актуальные проблемы, которые требуют осмысления, продолжения темы. Поэтому в сборнике периодически возникает и рубрика «Дискуссия», где публикуются мнения и журналистов, и преподавателей, и студентов.

В прошедшем году в альманахе появилась новая рубрика — «Победители конкурса». Ее содержание составили материалы студентов, ставших призерами факультетского конкурса учебных газет, учрежденного в 2006 г., в номинациях «Лучшее интервью», «Лучшая заметка», «Лучший репортаж», «Лучший аналитический текст» и др.

Редакция не оставляет без внимания события, связанные с подготовкой специалистов на факультете. Поэтому сборник 2007-го года несколько отличался от предыдущих. Дело в том, что в конце первого семестра кафедра теории и практики журналистики провела анкетирование редакторов ведущих воронежских изданий на тему из разряда вечных: взаимодействие теории и практики в подготовке журналистских кадров. По итогам анкетирования состоялся «круглый стол», где практики и теоретики «посмотрели в глаза друг другу» и смогли уже не тезисно, а более детально обозначить проблемы, высказать претензии, пожелания. Редакцией альманаха были обобщены результаты анкетирования, представлены мнения преподавателей журналистики, лингвистов, студентов. Чтобы выводы выглядели более беспристрастно, редакция попросила подвести итоги и прокомментировать их самих студентов. С этой задачей, на наш взгляд, блестяще справился Алексей Маслов (3 курс).

В этот раз, отбирая отчеты о практике для публикации, мы сознательно остановились на тех, где были затронуты вопросы взаимоотношений студентов с коллективами редакций, с конкретными журналистами. Опыт этот носит далеко не всегда позитивный характер. Вызывает тревогу тот факт, что все чаще встречаются отчеты (кстати сказать, не худших учащихся), где звучат интонации разочарования в профессии.

Показалось интересным и в то же время закономерным, что сотрудничество с одними и теми же редакциями разные студенты оцени-

вают по-разному, иногда высказывая кардинально противоположные мнения. Это еще раз подтверждает мысль, неоднократно звучавшую во время «круглого стола», что результаты практики во многом зависят как от личности студента, так и «работодателя». Если студент приходит на практику, не имея представления о формате издания и предлагает темы заведомо «непроходные», то возникает вопрос, а где он был во время занятий. Если сотрудник редакции при первой же встрече с практикантом заявляет, что ему проще поставить фамилию студента под своим материалом, чем объяснять тому, что в его тексте не так, то тут уже возникают вопросы к журналисту. Встречаются также отчеты, которые характеризуют не столько отношение редакций к практикантам, сколько самих студентов, их «вальняное» представление об учебе, профессии. Но в данном случае редакция альманаха руководствуется принципом: положительный опыт очень важен, но и отрицательный результат — это тоже результат. И для приобретения практики иногда ошибки, заблуждения бывают важнее успеха.

*Т.Хомчук-Черная,  
редактор альманаха «Практика»,  
ст. преподаватель кафедры  
теории и практики журналистики*

## **ОТЧЕТЫ**

### СПАСИБО ЖУРФАКУ ЗА НАШЕ СЧАСТЛИВОЕ ДЕТСТВО!

Неотчетливый отчет о практике...

«Не могу молчать!» — когда я слышу эту фразу, да еще в контексте, что только при таком настрое настоящий журналист и должен писать свои материалы, мне становится тоскливо. Я-то молчать очень даже могу. Но преподаватели все время требуют от меня какую-то практику. Вот и приходится ломать карандаши, грызть ручки и мучить компьютер...

Учат на факультете всякому идеализму, типа: «журналист не должен писать рекламные статьи», «творчество превыше всего», «надо настаивать на своей точке зрения, даже если она не совпадает с редакционной» и, вообще, «не в деньгах журналистское счастье». Но все

красивые слова остаются только словами. Теория, как всегда, не совпадает с практикой.

Приходишь в редакцию (например, «Эфир-365») с наивными глазами, вся такая восторженная и до краев наполненная знаниями о том, как писать надо. А тебе говорят: «Забудь все, чему тебя учили. Главное — почитай номера нашей газеты и пойми особенности редакционного стиля!» И попробуй принести что-то не совпадающее с редакционной точкой зрения. Где после прочтения первых строк будет твоя писанина? Угадал — в мусорной корзине. За долгие годы существования в нашей звериной рыночной экономике у редакции давно сложился свой круг друзей и врагов — волновать уже устоявшийся «круг общения» молодому и пока ничего не стоящему автору никто не позволит. Попытайся отказаться от написания рекламы — вряд ли ты получишь другое задание в этой редакции. Газете просто не выгодно держать отдельный штат журналистов, пишущих рекламные материалы, тем более, когда журналисты обычные за небольшую (весьма!) доплату соглашаются делать то же самое. У них просто выбора нет — они и не лезут в чужой монастырь со своим уставом, раз уж в редакции так принято. И почему при минимальной разнице в оплате журналисты должны выполнять не свойственную им работу? «Ты Иван-Иваныча в материале должна обязательно хвалить, это же реклама!» Свобода слова после всего этого отдыхает...

А вечное пьянство в редакции... Может, для кого-то не такая большая проблема, но мне как человеку, не пьющему в принципе ничего крепче кваса и кефира, очень тяжело находиться в атмосфере сивушных паров попеременно с табаком (к несчастью, я еще и не курю). Да и на многих банкетах-фуршетах с присутствием разных официальных и неофициальных лиц люди косо смотрят на такого «резвенника».

Изменить что-то в редакции, где я уже два года проходила практику, мне не под силу, да и кому, кроме меня, это надо. Измениться самой, чтобы стать похожей на настоящего журналиста мне не хочется. В других редакциях «залетная птица», где-то болтавшаяся до 3-4-го курса, никому особо не нужна, да и ситуация, я думаю, различается не кардинально.

Иногда и вовсе думаешь: не будь на свете журналистов, людям бы жизнь светлее и чище казалась. А так — где какая беда и несчастье, там и наши, так сказать, коллеги — иногда проблему из пальца высо-

сут, часто просто в душу и без того растревоженным людям плюнут. Не зря говорят: «Меньше знаешь, крепче спишь». Почему бы не опровергнуть серость мира яркими позитивными событиями. Уж если выдумывать — так хорошие новости, а не чернуху и скандалы, как это принято среди журналистов.

К 4-му курсу я сама должна все знать, все уметь, но чувствую себя глупее, чем на первом. Идеалы, привитые журфаком, в работе только мешают. Может, это затянувшееся детство дает о себе знать, печально махая рукой на прощание... Да, вот не зря я сказала «работа». Пора ведь уже о будущем думать, подыскивать постоянное место. Не в практике главная проблема — я в редакции больше появляться не хочу, знать все сплетни, дразги, слышать звон стаканов «за невыход!»...

Так что же, я пять лет учебы зря потеряю, профессию выбрала неправильно? Ну нет у меня пробивной способности, наглости и нахальства, которые так бы помогли реализовать себя в газете. И таланта особого, наверное, не всегда хватает, а подсказать, помочь — кто в редакции с тобой возиться будет? Не со всякими людьми и общаться приятно — а разве есть выбор? О каком творчестве может идти речь, если надо «гнать строку»: ведь, когда не получаешь от работы морального удовлетворения, пусть хоть материально это будет выгодно. В конце концов, твои материалы станут такой же рутинной, как штамповка деталей на заводе...

Но нет, не все так мрачно на белом свете! Все-таки вуз у нас классический, и поэтому образование тут дается более-менее универсальное. В рамках журфака можно получить знания и о работе в периодических изданиях, и на телевидении и радио, и по рекламе и связям с общественностью, а теперь и по какой-то новой компьютерной журналистике. Я же из всех лекций и практических занятий пыталась получить еще и знания об оформлении, дизайне. Так уж вышло, что меня интересует больше форма, чем содержание. Может, потому что я видела, как это содержание творится, как многое остается за кадром, и зачастую смысл события разными средствами можно изменить в глазах других людей до противоположного. Может, потому что я человек чувств и эмоций, а не логики и разума, и просто люблю все, что красиво.

По многим причинам мне хотелось знать о дизайне больше — я с февраля по июнь занималась в «Школе дизайна» при факультете. А

потом — в июле— пришла в фирму «Шелкография», которая печатает визитки, наклейки, дисконтные карты, переносит фирменную символику на кружки, футболки и др. Я хотела на практике еще чему-то научиться, попробовать свои силы. Но заниматься именно тем, чем бы мне хотелось, удавалось не очень часто. Я в основном была просто подсобным рабочим, но при этом было так приятно отдохнуть душой в дружном коллективе и, что для меня немаловажно, отмечать все «рабочие праздники» чаем с тортами. По-моему, уж лучше зарабатывать (или подрабатывать, как в моем случае) не по профессии, но хоть душу свою не насиловать, пытаясь написать то, что надо, а не то, что хочется, и притом за меньшие деньги...

Моя «непрофессиональная» деятельность в фирме закончилась в конце августа, когда замдиректора проводила среди своих подчиненных опрос, а я в свою очередь не удержалась и с профессиональным интересом сама ее спросила, зачем это надо. Так выяснение мнения работников фирмы и ее же клиентов стало моей обязанностью. Все это громко называется маркетинговыми исследованиями, но я пока только составила две анкеты и провела по одной из них опрос, поэтому исследователем себя не считаю. К тому же мне поручили еще и описывать новые технологии фирмы для адресной рассылки, а это больше относится к области рекламы. Кроме этого, я все-таки пытаюсь по собственной инициативе предлагать руководству фирмы свои оформительские работы. Так что медленно, но верно, я нащупываю себе дорожку к светлому будущему, к настоящей творческой работе, о которой я мечтаю, и образ которой так не хочет развестись вечно юный журфак.

*Анна КОРЧАГИНА*  
*Альманах «Практика», №2, 2002*

## **ХАРАКТЕРИСТИКИ**

### ХАРАКТЕРИСТИКА

Кобзева Мария Александровна, студентка факультета журналистики Воронежского государственного университета, проходила практику в редакции липецкой областной газеты «МГ». Легко и непринужденно поразила весь коллектив газеты: а) работоспособностью; б) исполнительностью; г) коммуникабельностью; д) талантом; е) внешними данными.

С переводом Кобзевой М. А. на заочное отделение и принятием ее в штат редакции руководство «МГ» решило не спешить лишь по одной причине: наработаться еще успеет, пусть насладится счастливым студенчеством.

Выражаем благодарность педагогам журфака ВГУ за возвращение таких уникалов.

*Редактор газеты «МГ» А.Н. КАЗАНЦЕВ  
Альманах «Практика», №3, 2004*

## **ПУБЛИКАЦИИ**

### Эксперимент «КВ»: «МИНИМУМОМ» РОССИЮ НЕ ПРОНЯТЬ»

#### Корзинка-истребитель для потребителя-1

Корреспондент «КВ» попытается прожить месяц, питаясь продуктами, которые заботливые депутаты «положили» в потребительскую корзину.

Листаю словарь. «Потребительская корзина — это минимальный набор продуктов питания, непродовольственных товаров и услуг, необходимых для сохранения здоровья человека и обеспечения его жизнедеятельности».

Интересно, что же там, в этой самой корзинке? Итак, трудоспособной женщине для нормальной жизни, по мнению сидящих в Думе, полагается один свитерок на пять лет, юбка на такой же срок и платье для сменки. Туфли на два года. Не за три тысячи — не обольщайтесь, а за 150 рублей. Такие корейцы продают. Тряпочные, на завязочках. О трусах и бюстгалтерах приходится читать краснея. В общем, носить, не снимая три с половиной месяца один комплект. Почему не снимать? Да потому что мыла или порошка в корзинке нет.

Хотя, чего это я! Можно споласкивать бельишко в речной воде. Ее наряду с воздухом нам пока предоставляют бесплатно...

#### удУМАли корзинку!

В месяц, по коллективному решению депутатов, я могу съесть 5 килограммов пшеничного хлеба. Из круп министры не пожалели 250 граммов риса и 400 граммов макарон. Витамины придется черпать из

2,5 килограммов капусты, 150 граммов огурцов и помидоров и 100 граммов фруктов. Мяса положено — как начинающему вегетарианцу: 100 граммов баранины, 200 граммов свинины и 100 граммов курицы. Килограмм рыбы, одно яйцо на два дня, 100 граммов растительного масла, 4 литра молока и 4 литра кефира. 40 граммов чая (20 одноразовых пакетиков) и чуть больше стакана соли. 1,5 килограмма сахара и 58 граммов конфет для подслащения пилули.

Итак, начинаю эксперимент по выживанию по потребительской корзине.

## Составляю меню

ЧЕТВЕРГ. Варю похлебку на два дня». Беру: Воды — 1л. Мяса — 50 г. Щепотку соли. На ужин выпиваю стакан молока — 150 г и съедаю кусочек хлеба — 150 г. ПЯТНИЦА. Доедаю то, что осталось со вчерашнего дня. Порция хлебушка та же. Помидор — 10 г. Чай — 1 пакетик. Фрукты (съем все и сразу целое яблоко) — 100 г. СУББОТА. Хлеб — 150 г. Рыба — 200 г. Огурец — 10 г. ВОСКРЕСЕНЬЕ. Хлеб — 150 г. Яйцо — 1 шт. Помидор — 10 г. ПОНЕДЕЛЬНИК. Снова варим супчик. Вода — 1 л. Макароны — 100 г. Мясо — 50 г. Щепотка соли. На ужин позволю себе стакан кефира — 150 г и кусок хлеба — 150 г. ВТОРНИК. Доедаю суп. Ужин такой же, как и вчера. СРЕДА. Хлеб — 150 г. Молоко — 150 г. Чай — 1 пакетик. Сахар — 50 г.

Ровно через неделю на этом месте — отчет о том, как проходит опыт. За чистотой эксперимента наблюдать будет мой куратор Ольга Александровна Юрченко,

## Внимание: конкурс!

Читатель, ты можешь не только понаблюдать за экспериментом, но и принять в нем самое активное участие. Придумай меню на следующую неделю. Автор самого экономного и сытного меню получит приз газеты. Есть придумки — сообщай! Есть вопросы — задавай! Телефон: 4.47-38.

## Корзинка-истребитель для потребителя-2

Никогда не вела дневников, и вот довелось. Полезная штука Перечитывая, замечаешь, какой насыщенной была первая неделя экспе-

римента. Но, прежде чем привести выдержки из своей тетрадки с громким названием «Дневник голодающей», не могу не поблагодарить всех тех читателей, которые так активно откликнулись на нашу затею «посидеть на депутатской диете». Внимание стимулирует. Без ваших советов, рецептов, пожеланий, соболезнований и переживаний у меня бы не хватило силы воли отказаться от вкусных соблазнов, которые, как назло, появляются в самую неподходящую минуту. Спасибо!

День первый. И самый легкий

Похлебка из литра воды и 50-граммового кусочка мяса получилась мутной и пересоленной. Гадость, одним словом. Есть это два дня? Да ни за что! Лучше поголодать до вечера и выпить стакан молока. В обед держалась молодцом. Свысока поглядывала на жующих бутерброды коллег и про себя думала: «Сосиска — это трустик очаровательной хрюшки. А в пирожковых начинках, говорят, может попасться крысиный хвостик». Но на рабочей планерке вместо того, чтобы думать о заголовках и информациях, в голове крутилась песенка «Люблю я макароны...» Молоко вышло залпом. Желудок всю ночь пел. (Или рыдал?)

День второй: голодать нельзя есть

Весь день звонили читатели. Что бы я без вас, мои дорогие, делала? Желание наесться до отвала борется с желанием выдержать эксперимент. Благодаря вам, последнее пока побеждает.

Люди теперь делятся для меня на два фронта. Первые все время издевательски спрашивают: «Хочешь кушать? А мы вот сейчас кофейку со сгущенкой...», подначивают и смотрят на мою реакцию. Я натягиваю улыбку и еле сдерживаюсь, чтобы не кинуть в них чем-нибудь тяжелым. Вторые поддерживают: «Крепись, Юля... Зря это ты, конечно, выдумала. Депутатам все равно, они даже рады будут, если одной журналисткой меньше... Но вот знаю я один рецептик, который как раз к твоему меню...»

Голод обостряется. Шла с работы, и со всех сторон меня окружали чудные запахи еды. Горячий асфальт пах жареной картошечкой, хотелось прилечь на него и полизать. Мимо продуктовых магазинов приходится не ходить, а бегать — деньги из сумочки выложила, чтобы не было

искушения купить какой-нибудь сырок, а губить юность из-за ворованных печенюц или конфет жалко. Самое страшное для меня в этом эксперименте — отказ от сладкого. Зато появилась необыкновенная легкость. Кажется, подпрыгнешь сейчас и взлетишь — невесомость в теле и голове. Мысли — только светлые. Правда, о еде... И с чего это я взяла, что мой чудо-супчик несъедобен? Да просто пальчики оближешь!

День третий опускаю, не хочу повторяться.

День четвертый: разыскивается садист

На ночь глядя долго внушала себе, что нужно есть, чтобы жить, а не наоборот. Легла с железной установкой не думать о еде. Вдруг раздается телефонный звонок. Мужской вкрадчивый голос в двенадцатом часу ночи с придыханием начал рассказывать: «Представляешь, я отламываю от аппетитной курочки-гриль ножку. Ах, какой аромат! Мясо сочное. Золотистая корочка похрустывает...» Голос заморозил настолько, что даже и мысли не было бросить трубку. Я минут десять слушала, как садюга на другом конце провода уминал курицу, салат, потом кусок торта и запивал все это апельсиновым соком. Напоследок мужчина попросил пожелать ему приятного аппетита. Если «доброжелатель» решил, что я взломаю холодильник, то он ошибался... Что может быть отвратительней чавкающего мужика, с хрустом ломающего куриные косточки? Жир течет по обрюзгшим щекам, капает на волосатое брюхо. Не успев дожевать мясо, обжора пихает в рот ложку с салатом. Пыхтит от усердия слопать как можно больше. В растянутый мешок, именуемый желудком, сваливается каша из курятины и овощей, сверху плюхается сладкая размазня, и все это поливается соком. Что, телефонный хулиган, думал, я заплачу от бессилия и продамся за окорочок? Да я эту курицу еще полгода видеть не смогу!

Меню

Мой скудный рацион остается прежним. Добавлю только салаг из одуванчиков, рецепт которого подсказала Наталья Ивановна из Кореновска. Спасибо Анне Тихоновне Лошак, Елене Абраменко, Павлу Семеновичу, платнировцам Наталье Владимировне, Ольге, Роману Самойлову, Анатолию Александровичу Сергееву, журавцам Тихим и

Корепиным, раздольенцам Татьяне и Владимиру Панасенко и другим звонившим, которые поделились секретами дешевых блюд. Но для того, чтобы приготовить пирожки из ботвы свеклы или чебуреки с зеленью, нужно, как правильно заметила Валентина Александровна Волошина из Платнировской, иметь хоть небольшой клочок земли, а у меня, на пятом этаже, растут только кактусы с папоротниками. Так что конкурс на меню из того списка продуктов, что находится в потребительской корзинке, продолжается.

### Советы от читателей

- Посадить в «корзину» чиновника.
- Жвачка заменяет завтрак.
- Два «пшика» в рот любым ингалятором и есть не хочется часа два,
- Хлеб, замоченный в молоке на ночь, разбухает и создает ощущение полной тарелки.
- При первом желании поесть нужно почистить зубы — голод на какое-то время улетучится.
- Заморит червячка хлеб, намазанный растительным маслом, натертый чесноком и посыпанный солью.

#### Корзинка-истребитель для потребителя-3

Если первая неделя питания по депутатской корзинке вызывала у читателей интерес: «Долго ли продержится корреспондент? Какие ощущения испытывает голодающая? Чего больше всего хочется съесть?», то в этот раз народ забеспокоился. Спешу успокоить всех мне сочувствующих — помните: я все-таки ем! Да, еды маловато, но она есть. Так что желудок пока еще не рассосался. Телефонный садист, который так заинтриговал наших читателей, пока не объявлялся. Видимо, обиделся гурман за волосатое брюхо и обрюзгшие щеки (неужели угадала с описанием?). И еще. Начали звонить девчонки, мечтающие похудеть и завидующие моей талии. Девочки, официально объявляю: это не диета, разработанная медиками, и это не проверенный опыт. Результат может быть непредсказуем. Нарушенный обмен веществ, авитаминоз и выпадающие волосы — не самое страшное, что может быть с активно худеющими. Вес может вернуться бумерангом. После студенческой закалки мне сидеть на минимуме не так страшно,

и я не ставлю перед собой задачу уменьшиться в бедрах, к тому же через две недели я вернусь к прежнему питанию. Если так не терпится сбросить килограммы (хотя мне с трудом верится, что у 14 — 17-летних они могут быть лишними), то воспользуйтесь советом нашей читательницы Натальи Ивановны — устраивайте себе два раза в неделю разгрузочные или кефирные дни. И не забывайте, что тощие костлявые модели нужны только в качестве вешалок.

## Полку прибыло

Если в прошлый раз я писала, что народ делится для меня на две партии: помогающих и издевающихся, то в этот раз добавились еще одни — сочувствующие. Признаюсь, эти люди вызывают у меня такое чувство благодарности, что не описать словами, хотя они больше всех мешают проведению эксперимента. В большинстве своем это женщины. Они чуть ли не шепотом уговаривают меня съесть кусочек чего-нибудь, протягивая этот самый кусочек, и обязательно добавляют: «Никто все равно не видит. Страшно даже представить, как ты обходишься без колбаски, конфетки...» В их глазах неподдельное желание помочь. И я уверена, съешь я эту колбасу или конфету, никто бы не узнал. Но, милье, не обижайтесь, пожалуйста, когда я отказываюсь. В первую очередь мне неловко было бы смотреть в глаза именно вам.

## К чему снится торт?

Встала на весы. Похудела на четыре килограмма. Конечно, приятно было влезть в джинсы, которые носила в десятом классе, но слышать охи-ахи знакомых о том, что так не мудро заработать язву или гастрит, или о том, что мой живот скоро прилипнет к позвоночнику, уже надоело. Между прочим, мяса уже не хочется совсем. А вот по сладкому соскучилась. И почему нашу газету не выписывают люди, которые эту потребительскую корзинку составляли? Отольются им мои слезы по конфетам... Сны снятся сладкие, с запахами карамели и ванили. Вот с четверга на пятницу приснилось, что сижу я, маленькая, на огромной табуретке и в руках у меня кусок торта. Огромный-преогромный. Еле в руке умещается. И только я его ко рту, как начинается землетрясение — мама будит на работу. Интересно, к чему это приснилось?

## Советы от читателей

— Две ложки вареного риса на пакет ряженки. Вкусно и питательно.

— Физический труд притупляет чувство голода. Как захочется есть, пару раз подняться с первого на пятый этаж или прополоть две-три грядки. (А где силы-то взять? — Ю.К.)

— Можно воспользоваться рецептом от похмелья: в литре воды варят пару картошек и добавляют ложку сливочного масла

— Положить в морозилку кусок сала, на котором маркером написать: «Я буду такой же, если съем хоть кусочек!». Каждый раз при желании поесть заглядывать в холодильник и натывать взглядом на этот девиз худеющих.

## Меню

Валентина Семеновна Баранчик, кореновец Виталий Николаевич и платнировская мама троих детей Анна Григорьевна Самсонова поделились полезными рецептами блюд из абрикосов, капусты и риса, за что им отдельное спасибо. Надя Юрченко составила неплохое меню на неделю, которым я и воспользуюсь, изменив лишь субботу. Девочка, видимо, решив устроить мне праздник живота, добавила в меню мороженое. Спасибо, Надюша, но наши депутаты не такие жалостливые, как ты.

## Корзинка-истребитель для потребителя-4

Позвонила читательница: «А вы слышали, что депутаты изменили проект потребительской корзины? И фруктов, между прочим, в ней в два раза стало больше! Будто газету нашу прочитали!»

Действительно, думские грамотеи пересмотрели потребительскую корзину. Прожиточный минимум, по которому определяют «черту бедности», вырос. Депутаты решили положить в корзинку мяса на 22% больше (пенсионерам — на 39%). Молока и молочных продуктов стало больше на 10 %. Рыбная добавка выросла на 15% (для детей — на 25%). Количество фруктов увеличилось на 31 %, а для пенсионеров на 62%. Зато хлеба и макарон стало на 11 % меньше, 12% картошки выложили из корзинки. Кому от этого стало лучше? Опять же выиграли от

этого только депутаты. Во-первых, обязанности накормить пенсионера или ребенка минимальным количеством мяса или витаминов ни за кем не закреплены. Так что рост корзины неумолимо россиянам — как рыбке зонтик. Во-вторых, по закону минимальная зарплата должна равняться прожиточному минимуму, но на деле она намного меньше. Депутаты поднимают проценты в корзинке и убивают за раз двух зайцев. Президент на основании этого проекта в новогоднюю ночь поздравит соотечественников с повышающимся уровнем жизни. В то же время в России официально станет еще больше бедных — тех, кто живет на зарплату, которая меньше прожиточного минимума. И депутаты будут выжимать из казны еще большую сумму на борьбу с бедностью.

## Народ блюдет!

Захожу после работы в магазин — нужно было купить домой сгущенку. Продавщица, уже протягивая баночку нашей «Коровки из Коровки», вдруг окидывает меня подозрительным взглядом: «А вы случайно не та журналистка, которая на диете сидит?». Я расцвела — не каждый же день тебя узнают: «Да, да. Это я». «И вам не стыдно, девушка, читателей обманывать, а? Мы же верим, что вы ничего не едите, а вы тут, значит, сгущенку будете наворачивать!» И представьте мое удивление, когда я, оправдываясь и объясняя, что молоко нужно не мне, так и не получила нужный продукт. «Идите, — отправила меня честная женщина, — и не попадайтесь мне на глаза! А я еще вас, дура, жалела!»

Я пришла сюда на следующий день. В магазине работала ее напарница, которая и сообщила, что правдолюбку зовут Надежда Васильевна, но фамилии называть не стала. «Вдруг, — говорит девушка, — хозяин прочитает и ругаться будет, что товар не отпускаем. Ведь наша первая задача — сбывать, как можно больше. А Надежда — она такая. Чуть что ей не по душе, она сразу все выскажет».

И хоть я так и не узнала фамилию Надежды Васильевны, настроение мое улучшилось. Не думаю, что хозяин магазина отчитал бы принципиальную продавщицу. Может, даже наоборот, зауважал бы еще больше за искренность. Приятно, что есть среди нас такие люди. Думаю, у тех, кто собирается выставлять пикет в мою защиту у редакции, искренности и доброты не меньше. И все-таки, помните, дорогие мои, это — добровольно.

## Последний бой — он трудный самый

Впереди — последняя неделя голодовки. Я чуть ли не по секундомеру отмеряю оставшееся время. И каждый раз, когда мне предлагают что-нибудь вкусненькое, я мысленно переношу это на первый день после депутатской диеты. Если так будет продолжаться и дальше — придется брать неделю отгулов, чтобы как следует наесться.

Грешна. Каюсь.

Я совершила преступление, читатель. Вынужденное, но все-таки преступление. Я съела пирожное. Случилось это совершенно случайно и незапланированно. Искушение явилось в виде женщины (из разряда сочувствующих). Она ежедневно при виде меня делала огромные глаза и просто умоляла что-нибудь съесть. До четверга от ее доброты еще как-то удавалось отделаться. Потом она просекла мою тактику улыбаться и уходить от разговора, ткнула мне под нос пирожное и сказала: «Или ты ешь или ты меня не уважаешь. Давай! За мое здоровье!» Нужно сказать, что недавно ей сделали сложную операцию, поэтому обижать этого человечка не хотелось. Пришлось есть. Не буду кривить душой — удовольствие было неземное.

## Народный сонник

В прошлый раз я написала, что мне приснился торт. Наши внимательные читатели не преминули сообщить, что это значит. Наталья Васильевна из поселка Комсомольского: «Торт снится к хорошему жениху. Готовь, Юля, приданое». Надя Юрченко из Кореновска: «К веселому, радостному событию», Владимир Владимирович Пивень, станица Платнировская: «Моей жене торты всегда снятся к хорошей прибыли, благоприятному шансу. Говорит, что перед тем, как я ей сделал предложение, ей приснилось, что она ест торт».

## Корзинка-истребитель для потребителя

### Заключительная часть

Так тяжело мне еще никогда не писалось. Как подумая, что вот сейчас поставлю точку и ВСЕ! Можно мчаться к редакционному холодильнику, открывать банку со сгущенкой (я ее купила еще на про-

шлой неделе) и ставить чайник. Кофе будет дымиться, а я буду растягивать удовольствие. Первый глоток сделаю только после того, как надышусь замечательным горячим ароматом. Я не могла мечтать об отпуске, потому что вспоминались не море и чайки, а навязчивые крики: «Чурчела-чурчела! Кукуруза горячайя-йя! Шаш-лыки-шаурма!». Готовиться к сессии было невозможно. Ну как можно спокойно читать Гоголя, если он даже тараканов с черносливом сравнивает? Так что теперь, когда бремя «депутатской» диеты сброшено, можно навестывать упущенное.

Но тяжело писать, дорогой читатель, не потому, что есть охота — после месяца голодовки можно и потерпеть пару часов, а потому, что для меня это был всего лишь эксперимент. Я знала, что мучения мои временные. Тем более, все было добровольно. Шутки шутками, а у нас в стране каждый пятый живет за чертой бедности. И этим людям особо надеяться не на что: «диетический месяц» для них длится годами, «дневников» они не ведут, и вкусные сны им не снятся. То, что для меня являлось пыткой, своеобразной проверкой на прочность, для них — обычная жизнь, вернее, существование. А вот для власти это существование и является экспериментом. Интересно, наверное, наблюдать, выглядывающая из-за набитых животов, как выкручиваются на копеечные пенсии старики, как вытягивают детвору на смешные алименты разведенные мамы, как перебивается от места к месту безработная молодежь. У меня многие спрашивали, для чего я питалась раз в день? В чем смысл изводить себя? Разве от этого что-нибудь изменится? Ну, пройдет месяц — и что? Понятное дело, я «выжала» корзинку, оставила только продукты, потому что жить полностью по думским правилам игры «Борьба с бедностью» невозможно. Поэтому оставалась только «диета». Голодала я не для депутатов и чиновников — их вряд ли этим разжалобишь, — а для тех людей, которые живут по минимуму все время.

Во-первых, становишься человечнее, когда понимаешь, как выживают люди. Многие читатели, которые звонили, рассказывали о своей жизни на полторы, две тысячи в месяц не жалобным голоском, а со здоровым чувством юмора. У них еще находятся силы шутить, когда я убить была готова того, кто помашет перед носом бутербродом! Разве можно не любить после этого наших людей? Перед их носом ежедневно машут яхтами, разбриллиантенными любовницами, навязчивой

рекламой красивой жизни. Мне, как начинающему журналисту, это послужило хорошим уроком.

Во-вторых, с первых дней эксперимента обнаружилось чувство солидарности настоящих голодающих. Они подбадривали меня, давали толковые советы и радовались, что я в их полку буду всего месяц. И было у этих людей чувство надежды и гордости. Мол, раз девчонка справилась, то разве мы хуже? Стиснем зубы и будем крепиться, потому что кусок колбасы, наложенный на хлеб с маслом, — это не главное в жизни, тем более садисты нам не звонят. И хоть без них, конечно, тоскливо, стоит не поддаваться на уловки азартных игроков, борющихся с бедностью (или с бедными?). Мы без боя не сдаемся!

## Досье

За 29 дней «в корзинке» я сбросила 6 (!) килограммов. Секрет диеты — в «КВ» за 12 июля. За это время я съела две булки хлеба, выпила три пакета кефира и пакет молока. Были приговорены килограмм макарон, 25 одноразовых пакетиков зеленого чая, одна небольшая и костлявая рыба.

Ела и салат из одуванчиков, и абрикосовую массу, и чесночные бутерброды, и супец от похмелья. Но самым вкусным, безусловно, оказалось то самое малюсенькое пирожное.

### **Со мной в корзинке «сидели»:**

Виталий Николаевич Пятов, который ежедневно справлялся о моем здоровье. Надя Юрченко по доброте душевной предлагала мороженое. Валентина Семеновна Баранчик, Анна Григорьевна Самсонова, Наталья Ивановна, Анна Тихоновна Лошак, Елена Абраменко, Павел Семенович, Наталья Владимировна, Ольга, Роман Самойлов, Анатолий Александрович Сергеев, журавцы Тихие и Корепины, Татьяна и Владимир Панасенко, Валентина Александровна Волошина, Геннадий Викторович Порядин, Наталья Сергеевна Селунская — все вместе мы сами можем придумать диету для депутатов и выпустить пособие для голодающих с не одной сотней полезных советов. А моим друзьям и коллегам огромное спасибо за то, что терпели меня голодную, а потому злую. Буду исправляться.

**Юлия КОЛОДИНА, 4 курс ОЗО**  
**«Кореновские вести», 12, 19, 26 июля, 2, 9 августа 2005 Альманах**  
**«Практика», №4, 2006**

## Я ДАВНО ПРИВЫК К НЕСОВПАДЕНИЮ

Что лучше: коммунизм или капитализм? Конечно, коммунизм. У него вообще нет недостатков, кроме одного: такого в жизни не бывает. У капитализма недостатков много, зато это реальная общественная система, которая может развиваться и постепенно двигаться к лучшему.

Почему-то когда обсуждают проблемы нашего факультета, его всегда оценивают по меркам некоего идеального журфака, «коммунистического». Почему-то не сравнивают его с другими реальными факультетами журналистики нашей страны или других стран. Факультет стабильно входит в пятерку лучших в России, занимает в рейтингах (при всей их условности) места от четвертого до второго. Преподаватель А.А. Кажикин съездил на «Ломоносов-2006» в Москву и стал лучшим на этом престижном конкурсе молодых ученых (к вопросу о будущем факультета). Мы развиваемся технически, телестудия обновилась. Корреспондент НТВ Павел Селин, наш выпускник 1996 года, на Дне журфака похвалил студенческий фильм с прошлогодней «Весны». И т.д. То есть хорошие позиции занимает факультет в своей сфере и постепенно движется к лучшему. Хотя до коммунизма, конечно, далеко.

Теперь о других странах, то есть в который раз о моих шведских впечатлениях. Спросили у шеф-редактора общественного радио городского округа Блекинге Боссе Свенссона, как он набирает новых сотрудников. Он ответил, что прежде всего его интересуют люди с профессиональным образованием, и лучше, если они окончили факультет журналистики университета (в Швеции журналистике учат еще и в институтах, и в народных высших школах). Руководство крупнейших общенациональных газет «Дагенс нюхетер» (2 место по тиражу в стране) и «Экспрессен» (3 место) считает, что получить общую профессиональную базу для будущего журналиста в вузе даже важнее, чем знания специализированные, более конкретные, частного характера. Журналистика — сфера мобильная, изменяется быстро и как раз на оперативном уровне. Не может вуз поспеть за практикой в конкретике, а база — она и в Швеции база.

У нас, как показало анкетирование, практики в большинстве своем ждут, что из вуза выйдут готовые профессионалы, которых уже не надо

«доводить» непосредственно на рабочем месте. Получается, что журфак должен как-то так построить учебный процесс, чтобы учить студентов не журналистике в целом, а, как принято говорить, «под формат конкретного издания». Замечательно, но как это реализовать, форматы-то у всех разные? Реально этим могут заниматься только сами СМИ: традиционно — во время производственной практики студентов — или предлагая вузу какие-то иные интересные формы сотрудничества. Хорошо, что некоторые практики это понимают. Но все признают, что времени на работу со студентами у журналистов сегодня нет. И что же делать?

Любой практический тренинг на факультете — это очень важно, но это работа в лабораторных, а не реальных условиях. Да, у нас есть серьезные проблемы с практической составляющей обучения, их надо решать. Наша кафедра, например, планирует в следующем году увеличить количество практических занятий по «ОТДЖ» на первом курсе и несколько изменить их содержание. Еще один шаг в постепенном движении к лучшему. Но и СМИ никогда не смогут устраниваться от участия в подготовке специалистов для себя. Или так и будут получать «полуфабрикат». Объективно.

Достаточно претензий у практиков к самим студентам. Правда, заметно, что некоторые претензии идут вразрез с отмеченными теми же практиками достоинствами. Наверное, много у нас студентов, и они разные. К сожалению, действительно немало среди них инфантильных молодых людей, которым «ничего не надо». Такой абсолютно не журналистский подход к жизни закладывается в семье, родителями, оберегающими своих чад от любых беспокойств, вместо того, чтобы учить преодолевать трудности. Что ж, вуз работает с теми студентами, которые есть. Я лично своих студентов люблю. Иначе, зачем бы я в образовании работал? Но при этом считаю, что в подборке материалов по анкетированию нужно отдельно дать полный список претензий практиков к выпускникам и студентам-практикантам. Все мы знаем, какие мы хорошие. Полезнее, однако, информация о недостатках, чтобы опять-таки знать, как постепенно двигаться к лучшему.

Наших выпускников примерно половина среди журналистов воронежских редакций, руководителей которых мы опросили. Это хорошая цифра, особенно если учесть следующие факторы: профессия творческая, и идут в нее не только через журфак; через журфак идут еще и

в рекламу, PR и другие смежные и не очень сферы; Москва рядом, и много наших выпускников успешно работает там. Кстати, среди выпускников, работающих в воронежских редакциях, три четверти приняты на работу в последнее время (после 2000 года). Таким образом, «продукт» факультета пока вполне востребован.

И самое последнее. Теория и практика — это два полюса одного целого, в нашем случае, журналистики. Все понимают, что теории без практики быть не может. Но надо видеть и «обратную сторону луны»: серьезной практики без теории тоже не бывает. Если человек не изучал теорию в вузе, он сам осваивает ее в процессе профессиональной деятельности — обобщает, выводит закономерности и правила. Причем то, что теория несколько отделена от практики, хорошо. Потому что исключается узкий взгляд на профессию (то, что делает наше СМИ, правильно, все остальные — непрофессионалы). Исключается идеализация практики (как есть, так и надо). Теория имеет право критиковать практику и предлагать, куда можно двигаться дальше. В свою очередь практика может (и должна) критиковать теорию, если она начинает слишком уж витать в облаках.

Так что несовпадения теории и практики объективны и даже полезны. Это диалектика — единство и борьба противоположностей. Главное, чтобы несовпадения не превращались в разрыв. Работать над этим нужно теоретикам и практикам вместе. Не стоит забывать и об «объекте» такой работы — о студентах. В конечном счете от того, кто и как учится, зависит гораздо больше, чем от тех, кто учит.

*Юрий Гордеев,  
зав. кафедрой теории и практики журналистики Альманах  
«Практика», №5, 2007*

## **ДИСКУССИЯ**

### ПО ТУ СТОРОНУ УЧЕБЫ:

Вы нам не нужны но мы можем вам помочь

Студенты-практиканты факультета журналистики, приходящие на практику в различные воронежские издания — никому в этих изданиях не нужны. Только приняв на веру эту утверждение, можно продолжать разговор о том, как проходить практику, зачем ее проходить и где.

Для студента, который чаще всего считает себя личностью творческой, неординарной и, безусловно, талантливой (собственно, без этих качеств в профессии делать, по большому счету нечего), естественно, является большим разочарованием то отношение, с которым он сталкивается в редакциях. «Дали скучное задание», «Взяли текст, но не опубликовали», «Мой текст переделали до неузнаваемости» или «Обещали перезвонить и не перезвонили» — вот, наверное, главные претензии, которые предъявляют журфаковцы к своим «практикодеателям». Тем более, если общаются с ними в редакциях в спешке, походя или просто пренебрежительно. Обида студента в таком случае оправдана. Но только с точки зрения студента.

А теперь давайте попробуем взглянуть на ту же самую ситуацию глазами журналиста редакции. Итак, редакционная текучка. Тем — интересных, не банальных, способных принести высокий гонорар etc. не хватает практически всегда — за однообразием редакционной жизни слово «творчество» забывается очень быстро, остается лишь «ремесло». А поймать удачу за хвост и написать текст, который хотя бы самому тебе казался бы не набором шаблонных фраз, хочет практически каждый. Ходить на мероприятия типа «утренник 60 лет Победы в детском саду номер шесть» или «пресс-конференция замначальника и.о. департамента бесполезных отношений» совершенно необязательно: как правило, ничего нового на подобных перформансах узнать нельзя, а время убивается, как говорится, на раз-два. А время в редакции почти так же важно, как и деньги. Любой журналист-профи (в том смысле, что получающий плату за работу в штате), хоть раз вздрогнул в своей жизни при словах «дедлайн» или «конец газетного дня».

И тут появляются — они. Страждущие студенты. И просят (а иногда даже требуют), чтобы им обеспечили практику. При этом многие нередко просто не понимают, что представляет из себя издание, в которое они пришли, как они выражаются, «работать». Какие темы интересны этому изданию? Какие требования предъявляются к текстам (другими словами — формат)? Например, кое-где под интервью понимаются объемные тексты, допустим, от 7-8 тыс. знаков. И все, что не соответствует хотя бы этому требованию, априори попадает в никому не нужный «неформат».

Вопрос — зачем все это нужно журналисту, к которому они приходят? Зачастую, студенты на него ответить не могут. Им нужна практи-

ка (господа, которые хотят хоть чему-нибудь НАУЧИТЬСЯ — редкость и отношение к ним несколько иное. Но об этом — ниже). И как небольшое замечание на полях: как правило, практиканты приносят (требуют, просят) тему для СТАТЬИ (а теперь, дорогой читатель, не поленись и слазь в учебник по жанрам. Про СТАТЬИ там написано достаточно много и интересно. И то, что студент может с кондачка выдать такой текст на-гора вызывает, мягко говоря, сомнения. Тем более, с мероприятия, допустим, «выставка детских рисунков на асфальте»). Уже одно это слово у нормального журналиста вызывает улыбку.

Зато «практикодатель» на вопрос «зачем» отвечает просто: «Отвяжись» (в разных вариациях). Работая с практикантами, он не получает никаких дивидендов. Он не получит за этот текст гонорар (или получит, но почти всегда он будет ниже, чем за собственный текст на ту же тему). Не добудет славы. Не сделает себе имя. Не повысит, грубо говоря, свою рыночную стоимость. Так что и практикант в газете не стоит ничего. Во-первых, ничем не обязанный редакции, он может просто отказаться от неинтересной ему темы (естественно, не уведомив об этом «своего» журналиста). А штатный журналист будет вынужден объяснять потом срыв плана своему редактору.

Или, во-вторых, принести полную чушь. Пусть будет тема, например, «стрит-рэйсинг». В местной (городской, региональной) газете текст о том, что «есть такая партия», наполовину списанный с Интернета или других источников, а наполовину состоящий из размышлений автора типа «я считаю, это круто» (даже с более продвинутыми вариациями «мой друг Вася, широко известный в узких кругах стрит-рэйсер из Улан-Удэ, считает, что это круто») и напроць лишенный «привязки к местности», в лучшем случае отправится в мусорную корзину сразу, в худшем — станет на день-два юмористическим чтивом для работников редакции. Хотя, бывают и такие редакционные «папы карло», которые по час-два могут объяснять практиканту, как сделать текст более интересным и «читабельным», как приспособить его к формату газеты. В итоге, в начале текста появляется приписка «Я побывал на стрит-рэйсинге в Воронеже и выяснил, что...». Учитывая то, что иногда такая приписка появляется недели через две, то тут возникают большие подозрения о творческих способностях практиканта. Точно так же местным изданиям неинтересны рассуждения на тему тяжелой судьбы пингвинов в Африке или урегулирования арабо-израильского конфликта.

В-третьих, опять же, практикант (в силу небольшого своего опыта) не застрахован от ошибок. А не понимая, скажем, структуры городской или областной администрации, он запросто делает мэра — губернатором, а финансиста — юристом. (Почему бы не научить, спросят, возможно. А зачем? И почему? На рынке труда сегодня избыток профессиональных журналистов, так что редакция может позволить себе не готовить кадры на будущее, а денег за дополнительное обучение журфаковцев никто никому не платит. И, собственно, не должен, так как для обучения и есть факультет).

Примеры, приведенные выше, разумеется, сильно утрированы. Но в общем и целом, в любой редакции в конце осени (время сдачи практики) или в начале лета (вступительные экзамены и летняя сессия) начинается нашествие «маленьких мамаяев», сопровождаемое аналогичными редакционными «удовольствиями». Потому гораздо легче избавиться от них, наляпав заметки из пресс-релизов и припечатав внизу подписи страждущих, чем заниматься практикантами всерьез. И, возможно, получить за такие псевдо-«статьи» вознаграждение от студентов, так как любой труд всегда должен быть справедливо оплачен. Человек, приходящий на практику в другое время, — достаточно редкое создание и ценится не в пример выше (не «ноль», а «ноль целых пара десятых»). Для начала).

Что остается в сухом остатке? Остается несчастный практикант, который, может, и хочет научиться писать и увидеть свою фамилию на страницах газеты (оставим в стороне тех, кому практика нужна лишь для зачета), да не имеет возможности. И что ему прикажете делать? Все довольно просто. «Ноль» — это не диагноз и не приговор. Это стартовая цена. И ее можно повысить. Например, если студент представляет себе формат газеты, он сможет попытаться в него вписаться. А назвав пару-тройку понравившихся ему газетных материалов журналисту, он зарабатывает первое очко в свою пользу. Далее идет выдача задания. Не дали, сказали, что перезвонят — зачем останавливаться и ждать у моря погоды? Придумай тему сам, благо знаешь уже, чего от тебя хотят. Или, на худой конец, приходи еще раз. И еще. И еще. Рано или поздно шанс на тему может появиться. Этот шанс (как и любой другой в жизни) надо использовать на все сто. Найти такой поворот темы, который до тебя не использовал никто. Найти неба-

нальное в самом банальном «детском утреннике». Это сложно. Гораздо сложнее, чем написать обычный и скучнейший отчет или репортаж. И выбрать это «небанальное» — значит, написать такой текст, который был бы интересен хотя бы одному человеку. Для начала — себе. И если этот шанс использован, и заработано еще одно очко, нужно еще раз и еще раз доказывать, что ты чего-нибудь да стоишь. И еще — слушайте, что вам советуют журналисты. Еще раз — внимательно относитесь к советам. Чем лучше их исполнить, чем меньше будет правка в готовом тексте. Тем лучше будет отношение к практиканту от штатного журналиста.

Возможно, практикант никогда не будет работать в газете, где он проходил практику. Но темы, которые он будет получать, будут постепенно (и очень медленно) становиться интереснее и труднее. Вызовы — сложнее. Препятствия — выше. Но карьеры делаются только так (опять же отбросим в сторону окольные пути, на которые не каждому дано выйти. Тем более, что хорошим журналистом по благу все равно не становятся). Так зарабатывается имя (пусть изначально негромкое) и репутация.

Хотя писать банальщину и неделями ждать весточки от обещавшего перезвонить редактора, безусловно, гораздо проще.

*Олег ГРИГОРЕНКО, корреспондент газеты «Коммерсантъ» в  
Воронеже»*

*Альманах «Практика», №4, 2006*

## **ДИСКУССИЯ**

### МЫ ВЫБИРАЕМ, НАС ВЫБИРАЮТ...

(Как это часто не совпадает!)

Как складываются взаимоотношения «факультет журналистики — СМИ», охотно ли берут университетских выпускников на работу в воронежские редакции и как сделать так, чтобы учебная практика не превращалась в пустую формальность... Озаботившись этими и не только этими вопросами, администрация факультета провела анкетирование, попросив выступить в качестве экспертов руководителей печатных и электронных СМИ Воронежа. И вот результаты.

Сначала о приятном. Выпускники журфака работают сегодня практически во всех мыслимых и не очень газетах, журналах, на теле- и радиостанциях. Причем, это как те, кто начал свою трудовую биографию еще (страшно сказать!) в прошлом веке, так и те, кто влился в трудовые коллективы в течение последних пяти лет.

Объективная статистика неоспоримо свидетельствует о том, что факультет журналистики ВГУ — настоящая кузница СМИшных (не путать со смешными) кадров: каждый второй воронежский работник в этой сфере подготовлен именно на журфаке.

Практически все эксперты отметили, что к ним в редакцию приходят студенты университета на практику.

Надо отдать должное составителям анкеты: они сразу же дали возможность респондентам высказать свои претензии в адрес выпускников и студентов-практикантов. На это благое дело было выделено аж 12 строк. Как тут было не откликнуться на призыв.

Итак, слово «обвинению».

Волосы от стыда не просто шевелятся, они дергаются в конвульсиях и корчатся в судорогах: первое место среди претензий занимает «неумение правильно, грамотно писать, плохое владение русским языком, элементарная неграмотность». Так считает каждый второй (!) эксперт. М-да- а-а...

Обычно молодых специалистов работодатели обвиняют в том, что они слишком многого и сразу хотят (должности, денег, интересных заданий и проч.). Однако главных редакторов, как показал опрос, в большей мере не удовлетворяет то, что студенты журфака много и НЕ хотят, а именно: «проявлять инициативу», «удивлять мир», «быть обязательными», «понимать интересы читателя», «отходить от журналистских штампов», «концентрироваться на быстром выполнении задания»... Не чувствуя за плечами приятный груз знаний, студенты «робки» и «легко сдаются».

В чем же причины этих недостатков?

11 из 15 экспертов считают, что всему виной недопустимо малое внимание, которое уделяет факультет журналистики практической подготовке студентов. Конечно, можно возразить, что, несмотря на это, многие занятия ведут преподаватели-практики, что... Но, против мнения действующих главных редакторов, извините за грубость, не поперешь.

На втором месте в рейтинге причин (8 экспертов) — недостатки в характере современных молодых людей, которые слишком инфантильны и не проявляют должной самостоятельности ни в учебе, ни в работе. Что ж... Кажется, кто-то из классиков что-то такое писал про неизбежность конфликта отцов и детей. А народная мудрость гласит, что старость приходит вместе с фразой «да, молодежь нынче не та пошла, вот мы в их годы...».

Только 3 эксперта считают, что причина кроется в завышенных требованиях, предъявляемых редакциями СМИ к студентам и выпускникам, которые объективно не могут быть столь же квалифицированными специалистами, как опытные журналисты. Понимать это надо так: у тебя, милый друг, было целых пять лет, чтобы научиться быть профессионалом. Жил весело от сессии до сессии? Думал, что все с тобой в игрушечки будут играть? Не тут-то было. Пора взрослеть (причем, желательного до момента получения диплома). Никто с тобой нянчиться не намерен.

И только один респондент считает, что в российской журналистике до сих пор не выработаны четкие и убедительные критерии оценки профессионального уровня журналиста, отсюда и все проблемы.

Оторвавшись на всю катушку по поводу недоученности, инфантильности и безалаберности журфаковцев, эксперты смогли высказаться по поводу сильных сторон выпускников и студентов. Несмотря на то, что места в анкете для этого было предостаточно (так же 12 пустых строчек), респонденты, видимо растеряв словесный запал, были немногословны. Хотя лингвисты и утверждают, что в русском языке бранных слов и лексики с отрицательной коннотацией в несколько раз больше, чем слов, с помощью которых можно похвалить, это может служить нам слабым утешением.

Итак, на первом месте в списке похвал (ни за что не догадаетесь!) — «легкость на подъем».

Объективности ради надо сказать, что эксперты нередко противоречили друг другу, а иногда и себе. Так, среди положительных качеств практикантов отмечены инициативность, напористость, самостоятельность, эрудиция, оригинальность мышления, талантливость, креативность и раскованность.

Что тут сказать, видимо разные журфаковцы приходили на практику...

В свою очередь студенты, за плечами у которых производственная практика, нередко говорят о том, что в редакциях им уделяют мало внимания и ничему не учат. Надо отдать должное экспертам, подавляющее большинство из них (12 из 15) честно ответили, что у современных журналистов просто не хватает времени на работу с практикантами. А четверо добавили, что у журналистов нет материальной заинтересованности в «воспитательном процессе». Каждый третий эксперт полагает, что студенты сами во всем виноваты (инфантильны, несамостоятельны, безалаберны... — см. выше).

Тем не менее, большинство редакций, согласно данным опроса, готово принимать студентов на практику, по крайней мере, декларирует такую готовность. Что ж, можно проверить эти заверения на личном опыте: новая практика не за горами.

Опрошенные не поскупились на «конкретные предложения по совершенствованию подготовки журналистских кадров» в стенах университета.

Эксперты массово высказались за привлечение практиков в качестве преподавателей. Правда, мало кто из них предложил конкретные механизмы этого привлечения. Что такое преподавание? Это жесткое расписание занятий, между прочим. Что такое журналист-практик? Это командировки, экстренные задания, заседания редколлегий и проч., и проч. Как совместить эти несовместимые вещи? Может быть, выход в спецкурсах, читаемых «массировано» в течение нескольких дней, или «мастерклассах», которые по очереди проводят ведущие репортеры, фотографы...

Многие опрошенные полагают, что студентам надо усиленно заниматься речью, стилистикой и другими науками. А также углубленно изучать экономику, психологию, историю, политологию, литературу и т.д., и т.п. Это еще сложнее, чем «преподаватель-практик». То есть, с одной стороны, эксперты сокрушаются по поводу того, что теоретических знаний у студентов много, а практических не хватает. С другой — предлагают подналечь на теорию.

Были высказаны и самые разнообразные предложения типа: «ездить «вариться» в столичных СМИ» (спон-со-ра!!!), «обновить большинство читаемых на факультете курсов» (а то попадают студенты «с архаичными знаниями»), «ужесточить правила «творческого конкурса»» (чтобы на факультет «не поступали случайные люди») и т.п.

Все эти предложения уже осмысливаются деканом, его замами, помами и преподавателями. Так что можно надеяться, что ни одно рациональное зерно не будет склевано кем попало и не закатится случайно в какую-нибудь щель.

В целом же редакторы готовы к всестороннему сотрудничеству с факультетом, понимая, что кроме как на журфак в подготовке молодой смены рассчитывать им не на кого.

Систематизировал, анализировал и интерпретировал результаты анкетирования

*Алексей Маслов, 3 курс  
Альманах «Практика», №5, 2007*

### ПРАКТИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ВЫПУСКНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

В настоящее время практические задания в структуре выпускного государственного экзамена на факультете журналистики Воронежского госуниверситета занимают скромное место. При изучении соответствующих учебных курсов практические задания играют важнейшую роль, но на выпускном экзамене студенты в основном демонстрируют знания, а не умения и навыки (компетенции). С чем это связано?

Во-первых, экзамен как форма контроля сам по себе тяготеет к теории — позволяет эффективно проверять именно знания, но не навыки. Успешное или неудачное выполнение одного конкретного практического задания в ситуации экзаменационного стресса не всегда объективно показывает реальный уровень готовности выпускника к решению подобных творческих задач.

Во-вторых, очень много теоретического материала выносится на экзамен, так что для практических заданий остается мало места. Структура КИМа (билета) для госэкзамена в настоящее время на факультете журналистики ВГУ выглядит так: 1-й вопрос — из блока общей теории журналистики; 2-й — из блока истории журналистики, стилистики и литературного редактирования; 3-й — из блока по специальности, изучаемой студентом. По каждому блоку предлагается 40 вопросов, всего 120. Вопросы объемные и сложные, на обычном (не выпускном) экзамене каждый из них можно было бы разделить на несколько. Выпускникам нелегко справиться с программой госэкзамена, даже если учесть, что весь материал, выносимый на него, они уже проходили в процессе обучения на факультете. Если включить в программу еще и практические задания, то на подготовку к ответу и сам ответ будет уходить гораздо больше времени.

В-третьих, одной из причин недостаточного внимания к практическим заданиям на госэкзамене, возможно, является осознание того факта, что практические упражнения в большом количестве выполня-

лись выпускниками во время обучения. Кроме того, большинство из выпускников к моменту итоговой государственной аттестации уже работают в СМИ и практическую журналистику знают не по учебным заданиям («слишком условным», «искусственно смоделированным», «игровым»), а по собственному опыту профессиональной деятельности, пусть и непродолжительному.

Практическая составляющая госэкзамена в основном выражается в необходимости приводить конкретные примеры по всем затрагиваемым теоретическим положениям. Примеры должны анализироваться в ходе ответа. В рамках каждой из специализаций предлагаются также вопросы, предполагающие анализ практического опыта работы газет и журналов, теле- и радиоканалов, конкретных журналистов (см. прилагаемые вопросы к госэкзамену).

Среди вопросов по стилистике и литературному редактированию присутствует и такой: «Провести правку предложенного текста». Выпускникам предлагаются тексты, опубликованные в действующих СМИ, требующие активного редакторского вмешательства. Требования к правке текста: правка проводится непосредственно в тексте, размещенном на бланке; выполнение задания осуществляется с помощью принятых в редактировании знаков правки; необходимо устно охарактеризовать ошибки и неточности, допущенные в тексте; охарактеризовать заголовок (если он имеется в тексте). Вопрос повторяется в нескольких билетах.

Теоретический уклон госэкзамена частично компенсируется также поощрением творческих дипломных работ, которые могут выбирать имеющие значительный практический опыт выпускники. Именно практическая часть в таких работах рассматривается как главная, и то, что студент работает над нею в течение длительного времени, дает возможность по-настоящему оценить его профессиональный уровень.

Итак, устраивает ли сложившаяся структура госэкзамена факультет журналистики ВГУ с точки зрения современных подходов к оценке профессиональной подготовки выпускников? В целом устраивает. Однако на факультете осознают и связанные с нею проблемы, в том числе недостаточную практическую составляющую выпускного экзамена. В настоящее время продумываются возможности усиления практической составляющей — в основном в виде включения практических

заданий в существующие вопросы и в рамках существующего разделения их на три блока (см. выше). Факультету не хотелось бы отказываться ни от одного из блоков ввиду их важности для оценки готовности выпускника к работе в сфере СМИ. Возможно, усиление практической составляющей потребует некоторого уменьшения количества вопросов в каждом блоке.

*Ю.А. Гордеев, доцент,  
зав.кафедрой теории и практики журналистики ВГУ*

Вопросы к междисциплинарному госэкзамену по журналистике:

### **1. Теория и практика журналистики**

1. Журналистика как сфера массово-информационной деятельности.
2. Функции журналистики.
3. Журналистика как социальный институт.
4. Проблема свободы журналистской деятельности.
5. Принципы журналистики. Проблема принципиальности журналиста.
6. Журналистика, реклама, связи с общественностью: общее и различное.
7. Структура редакционного коллектива. Принципы редакционной деятельности.
8. Методы управления редакцией.
9. Работа редакции с читателями.
10. Интервью как метод сбора информации в журналистике.
11. Наблюдение как метод сбора информации в журналистике.
12. Изучение документов как метод сбора информации в журналистике.
13. Предмет публицистики. Категории «факт», «событие», «ситуация», «явление», «процесс», «личность», «проблема» в публицистике.
14. Факт как первоэлемент публицистики.
15. Системное мышление в публицистике. Специфика публицистического анализа.
16. Образ в публицистике. Специфика публицистической образности.
17. Понятие жанра. Жанровые признаки. Система публицистических жанров.
18. Информационные жанры публицистики. Общая характеристика и обзор основных жанров.
19. Аналитические жанры публицистики. Общая характеристика.

20. Художественно-публицистические жанры. Общая характеристика.
21. История правовых отношений в журналистике. Законодательство РФ о журналистике.
22. Конституционные основы деятельности СМИ в России. Федеральный закон «О средствах массовой информации».
23. Правовые основы рекламной деятельности в России. Федеральный закон «О рекламе».
24. Международное гуманитарное право: определение, условия применения и основные понятия.
25. Предмет и задачи профессиональной этики журналиста. Саморегулирование журналистской деятельности в современной России.
26. Контент-анализ — социологический метод изучения содержания документов.
27. Опрос как социологический метод изучения общественного мнения.
28. Социологическая информация на службе журналистики.
29. Психология медиавосприятия.
30. Психология медиавоздействия.
31. Психология журналистского творчества.
32. Маркетинг в сфере СМИ.
33. Менеджмент в сфере СМИ.
34. Финансовая политика СМИ. Бюджет и баланс СМИ.
35. Бизнес-план СМИ.
36. Определение, классификация и структура информационных агентств.
37. Исследования массовой коммуникации в контексте теорий информационного общества (концепции западных исследователей).
38. Роль СМИ в информационном обществе.
39. Глобализация, глобальные проблемы и журналистика.
40. Актуальные проблемы науки и журналистика.

## **II. История журналистики. Современный русский язык, стилистика и литературное редактирование**

1. Становление и развитие журналистики в России в XVIII веке. Роль А.Н. Радищева, Н.И. Новикова, А.М. Карамзина в развитии частной прессы.

2. Особенности развития журналистики в России первой четверти XIX века.

3. Особенности развития журналистики в России николаевской эпохи (1825—1855 гг.).

4. Вольная русская пресса за границей в конце 50-х — 60-е гг. XIX века.

5. Условия и особенности развития журналистики в России пореформенной эпохи (60—70-е гг. XIX века).

6. Эволюция массовой газеты в России рубежа XIX—XX веков.

7. Особенности и тенденции развития журналистики в России 1905—1916 гг.

8. Влияние Февральской и Октябрьской революций 1917 г. на отечественную журналистику. Утверждение однопартийной советской журналистики в годы гражданской войны. Авторы молодой советской печати («партийные публицисты», Л. Рейснер, А. Серафимович, Л. Сосновский и др.), публицистика оппонентов и противников большевиков (И. Бунин, М. Горький, В. Короленко).

9. От либерализации советской журналистики в период НЭПа к ее тоталитарной модели в годы первых пятилеток. Очерк и фельетон — ведущие жанры советской публицистики 30-х гг. Журналистское творчество А. Зорича, И. Ильфа и Е. Петрова, М. Кольцова, выступления в печати М. Горького. Антисталинская публицистика.

10. Советская журналистика в годы Великой Отечественной войны. Военная публицистика (К. Симонов, А. Толстой, М. Шолохов, И. Эренбург и др.).

11. Переход советской журналистики от жесткого административного и идеологического диктата к «оттепели» (1946—1964 гг.). В. Овечкин. «Районные будни». Редакторская деятельность А. Твардовского и А. Аджубея.

12. Отечественная журналистика в годы застоя (1964—1985 гг.). Публицистика этого периода (А. Аграновский, Г. Бочаров, И. Васильев, В. Песков и др.). «Самиздат» и «тамиздат» как неподцензурная печатная трибуна советского диссидентства. Ее ведущие публицисты А. Сахаров и А. Солженицын.

13. Советские СМИ в годы перестройки (1985—1991 гг.). Публицистика периода: авторы, сборники, проблематика.

14. Журналистика Российской Федерации (1991–2008 гг.). Становление, периоды развития, современное состояние, ведущие публицисты, проблематика их выступлений.
15. Публицистика эпохи Просвещения.
16. Западные публицисты рубежа XIX–XX веков (по выбору: Б. Шоу, Дж. Лондон, Г.К. Честертон).
17. Основные тенденции развития СМИ на рубеже XIX–XX веков.
18. Ведущие западные публицисты XX века.
19. Новейшие тенденции развития зарубежных СМИ (культурологический и политэкономический аспекты).
20. Гедонизм в зарубежных СМИ последнего десятилетия.
21. Полисемия и омонимия. Их стилистические возможности.
22. Синонимы и антонимы. Их стилистический потенциал.
23. Устаревшие и новые слова в текстах СМИ и их стилистическое использование.
24. Лексика с точки зрения происхождения. Исконная и заимствованная лексика.
25. Лексика ограниченного употребления и характер ее использования в текстах СМИ.
26. Экспрессивно-стилистическое расслоение лексики.
27. Фразеология и ее стилистические возможности.
28. Орфоэпия. Законы произношения гласных и согласных звуков в современном русском языке.
29. Акцентология как часть орфоэпии.
30. Типичные лексические (речевые и стилистические) ошибки.
31. Типичные грамматические (речевые и собственно стилистические) ошибки.
32. Понятие о стилях речи. Система функциональных стилей.
33. Изобразительно-выразительные средства газетно-публицистического стиля речи. Тропы и стилистические фигуры.
34. Языковая игра в СМИ.
35. Техника и виды правки.
36. Логико-смысловая организация текста.
37. Провести правку предложенного текста (практическое задание).

### **III. Специализация «Периодическая печать»**

1. Система типологических признаков периодического издания.
2. Аудитория СМИ как ведущий типологический признак.
3. Газета как тип издания. Система газетных изданий в современной России.
4. Журнал как тип издания. Система журнальных изданий в современной России.
5. Еженедельник как тип издания (на конкретном примере).
6. Заметка как жанр публицистики.
7. Отчет как жанр публицистики.
8. Интервью как жанр публицистики.
9. Репортаж как жанр публицистики.
10. Корреспонденция как жанр публицистики.
11. Комментарий как жанр публицистики.
12. Статья как публицистический жанр.
13. Рецензия как жанр публицистики.
14. Обозрение и обзор как жанры публицистики.
15. Очерк как жанр публицистики.
16. Фельетон как жанр публицистики.
17. Эссе как жанр публицистики.
18. Журналистское расследование в современной прессе.
19. Правовые основы расследовательской журналистики.
20. Особенности и проблематика политической журналистики. Специфика освещения политики в зависимости от типа периодического издания.
21. Журналист в политической коммуникации. Методика политического анализа в периодической печати.
22. Документальная деталь в аналитических и художественно-публицистических жанрах.
23. Постмодернизм в журналистике.
24. Современная медиакритика.
25. Особенности публицистической антропологии. История развития портретной журналистики.
26. Разновидности портрета современника и портретного очерка в публицистике.
27. Психологическое, социологическое и проблемное исследование человека в публицистике.

28. Композиционно-графическое моделирование периодического издания. Планирование редакционной деятельности.
29. Эстетика печатной полосы.
30. Изобразительная информация в периодических изданиях.
31. Современная технология выпуска номера периодического издания.
32. Номер газеты как единое целое.
33. Дизайн журнала.
34. Особенности сетевых СМИ.
35. Разновидности рекламы в прессе. Приемы составления рекламного сообщения.
36. Достоинства и недостатки газетной и журнальной рекламы. Рекламодатели прессы.
37. Дизайн рекламы в прессе: внутренняя и внешняя форма пресс-рекламного сообщения.
38. Характеристика одного из современных российских печатных СМИ (по выбору).
39. Характеристика творчества одного из действующих российских публицистов, работающих в периодической печати (по выбору).
40. Тенденции развития региональной печати (регион — по выбору).

### **Специализация «Телевидение и радиовещание»**

1. Взаимодействие радио, телевидения, прессы и перспективы электронных СМИ.
2. История возникновения и развития радио.
3. Радиогазетный период в истории радио.
4. Радио в годы Великой Отечественной войны.
5. Виды радиовещания и форматы радиостанций.
6. Натуральные выразительные средства радио.
7. Технические выразительные средства радио.
8. Графическое оформление радиопрограмм.
9. Техника радио.
10. Специфика общения в эфире.
11. Интервью на радио.
12. Репортаж на радио.
13. Радиобеседа: жанровые особенности и виды.

14. Радиообозрение: жанровые особенности и виды.
15. Радиоочерк.
16. Амплуа теле- и радиожурналиста.
17. Анализ работы радиоканала /программы (по выбору).
18. Специфика местного радиовещания.
19. Возникновение и развитие телевизионной информации.
20. История телевизионного информационного вещания нового времени.
21. Функции и специфические возможности ТВ.
22. Специфика местного телевидения.
23. Форматы телевизионных каналов.
24. Техника телевидения.
25. Сценарный план и телесценарий.
26. Композиция, редактирование, монтаж телесюжета.
27. Специфика телевизионных новостей.
28. Репортаж на ТВ.
29. Интервью в экранном контексте.
30. Круглый стол на телевидении.
31. Специфика прямого телевизионного эфира.
32. Телеаналитика: основные тенденции развития.
33. Документально-художественные жанры ТВ.
34. Интерактивная журналистика.
35. Виды шоу-программ на ТВ.
36. Имидж телеведущего.
37. Анализ работы телеканала /программы (по выбору).
38. Функции музыки на радио и ТВ (в документальных жанрах).
39. Психологические особенности восприятия сообщений электронных СМИ.
40. Анализ творчества теле- или радиожурналиста (по выбору).

### **Специализация «Реклама и паблик рилейшнз»**

1. Маркетинг: понятие и деятельность. Инструменты маркетинга.
2. Система маркетинговых коммуникаций.
3. Реклама как социальный институт, вид экономической и творческой деятельности.
4. Разновидности рекламы.

5. Основные характеристики потребительской аудитории.
  6. Средства (каналы) рекламы.
  7. Достоинства и недостатки телевидения как рекламоносителя.
- Формы и жанры телерекламы.
8. Достоинства и недостатки радио как носителя рекламы. Формы и жанры радиорекламы.
  9. Достоинства и недостатки газетно-журнальной рекламы. Тенденции и перспективы развития рекламы в прессе.
  10. Наружная реклама и реклама на движущихся носителях.
  11. Прямая почтовая и печатная (полиграфическая) реклама.
  12. Понятие фирменного стиля. Товарный знак. Слоган.
  13. Мотивы обращения к рекламе. Классификация человеческих потребностей.
  14. Реакция на рекламу (базис отсчёта, доминанта, стереотип).
  15. Когнитивный компонент рекламного воздействия.
  16. Эмоциональный компонент рекламного воздействия.
  17. Рекламная служба газеты.
  18. Приемы рекламы (А. Кромптон, Н. Власова, Н. Фильчикова и др.).
  19. Проверка рекламного текста (методика И.Л. Викентьева).
  20. Рекламное агентство и рекламный агент.
  21. Планирование рекламной и СО-кампании. Оптимальные медиапланы.
  22. Комплексность подходов саморегулирования и государственного регулирования рекламной и СО-деятельности.
  23. Правила и ограничения в рекламе и СО. Законодательство о рекламе. Федеральный закон «О рекламе».
  24. Международно-правовое регулирование рекламной и СО-деятельности. Запрещенные виды рекламы и СО-деятельности (юридические и этические аспекты).
  25. СО как социальный институт. Функции СО.
  26. СО и сопредельные коммуникационные дисциплины.
  27. Исторические периоды развития ПР.
  28. Условия существования ПР. Характеристика четырех уровней ПР.
  29. Этические основы СО.
  30. Паблсити. Виды паблсити. Разработка кампании паблсити.
  31. ПР-текст в системе публичных коммуникаций.

32. Пресс-релиз: тематика, проблематика, типология, структура.
33. Исследования в СО.
34. Кампании в СО.
35. Специальные мероприятия в СО.
36. Медиа рилейшнз как основное направление СО.
37. Имидж, репутация, образ в теории СО.
38. Анализ газетного или журнального объявления.
39. Анализ произведения печатной (полиграфической) рекламы.
40. Анализ корпоративного СМИ (по выбору).

### **Специализация «Новые компьютерные технологии в СМИ»**

1. Основные понятия теории информации.
2. Основы построения и характеристика отдельных модулей ПК.
3. Внешние устройства ПК.
4. Назначение и характеристика различных типов памяти ПК.
5. Операционные системы ПК.
6. Операционная система Windows.
7. Стандартные приложения Windows.
8. Файловая система ПК.
9. Характеристика и состав Microsoft Office.
10. Работа в редакторе Word.
11. Характеристика база данных.
12. Создание баз данных в режиме Мастера.
13. Создание баз данных в режиме Конструктора.
14. Характеристика программы Microsoft Excel.
15. Выполнение работ в ячейках программы Excel.
16. Решение задач с использованием мастера функций.
17. Основы применения статистики для решения социальных задач.
18. Статистические показатели.
19. Составление статистических моделей.
20. Анализ достоверности статистических показателей.
21. Компьютерные сети.
22. Локальные сети.
23. Глобальные компьютерные сети.
24. Браузер Internet Explorer. Электронная почта.
25. Характеристика создания Web-страниц.

26. Языки программирования создания Web-страниц.
27. Создание разветвлений в программах Web-страниц.
28. Создание графики и анимации в Web-страницах.
29. Последовательность создания документов.
30. Создание Flash-фильмов.
31. Создание компьютерной графики.
32. Инструменты растровой графики.
33. Создание цветowych заливок.
34. Создание текстовых фрагментов.
35. Редакторы растровой графики.
36. Инструменты выделения.
37. Градиентные заливки.
38. Фильтры в программе Adobe PhotoShop.
39. Создание фильмов и анимации в системе Corel.
40. Создание графики и анимации на языках программирования (Basic, Pascal).

## ПОДГОТОВКА МАГИСТРОВ ПО НАПРАВЛЕНИЮ «ЖУРНАЛИСТИКА» НА ФАКУЛЬТЕТЕ ЖУРНАЛИСТИКИ ВГУ

С 1999 года факультет журналистики осуществляет подготовку студентов по направлению «030600 – Журналистика» в рамках двухуровневой системы образования: бакалавриата и магистратуры.

В настоящее время на факультете журналистики ведется обучение магистров по трем программам, отражающим наиболее важные направления в подготовке специалистов для работы в масс-медиа: «*Функционирование печати*», «*Функционирование телевидения и радиовещания*», «*Реклама и публик рилейшнз*».

Программа подготовки построена таким образом, что в магистратуре могут обучаться не только студенты, прошедшие специальную подготовку по направлению «Журналистика» в бакалавриате, но бакалавры и специалисты, прошедшие обучение по другим направлениям и специальностям.

Магистерские программы постоянно совершенствуются с учетом современных требований к профессии журналиста. Дисциплины подобраны таким образом, чтобы у студентов была возможность качественно усваивать теорию и одновременно приобретать практические навыки, так необходимые в профессиональной деятельности.

В число дисциплин, обязательных для всех студентов, обучающихся в магистратуре по направлению «Журналистика», вошли: «*Тенденции развития мировой медиаиндустрии*», «*Медиаэкономика и менеджмент в современных СМИ*», «*Актуальные проблемы функционирования СМИ и тематика научных исследований*», «*Современные теории массовой коммуникации*», «*Методология и методы медиаисследований*», «*Компьютерные технологии в журналистике и научных исследованиях*», «*Типология средств массовой коммуникации*», «*Основы теории публицистики*», «*Язык и стиль СМИ*», «*Психология массовой коммуникации*», «*Социология массовой коммуникации*».

На первом курсе магистратуры студенты изучают основы публицистики и средств массовой коммуникации. Такое построение учебного плана позволяет «выровнять» общетеоретический уровень знаний у

студентов, прошедших бакалавриат по направлению «Журналистика» и бакалавров, пришедших с других факультетов. На втором курсе студенты получают представление о современном состоянии мировой и российской медиаиндустрии, об актуальных проблемах функционирования средств массовой информации, изучают современные медиаэкономику и менеджмент в СМИ, язык и функциональный стиль массовой коммуникации. На третьем курсе студенты переходят к изучению теории и практики медиансследований, психологии и социологии массовой коммуникации.

Обучение в магистратуре может проходить по одной из трех вышеупомянутых программ по выбору студента. **Программа «Функционирование печати»** направлена на профессиональную подготовку работников газет и журналов.

В число специальных дисциплин программы входят следующие: «Современная классификация газетных жанров», «Организация редакционной деятельности в прессе», «Моделирование и верстка печатного издания», «Техника и технология современной фотографии», «Маркетинговые коммуникации и журналистика», «Технология креатива в журналистике», «Журналистское мастерство».

Блок дисциплин по выбору программы включает такие дисциплины, как «Методика анализа в журналистике», «Информация и международная безопасность», «Современные тенденции в дизайне газеты», «Коммуникативный менеджмент», «Особенности интернет-публицистики», «Документальное в журналистике», «СМИ развивающихся стран», «Конфликтология и журналистика», «Правовое поле журналистики», «Публицистическая антропология».

**Программа «Функционирование телевидения и радиовещания»** направлена на профессиональную подготовку работников радио и телевидения.

В число специальных дисциплин входят следующие: «Теле- и радиожурналистика в современном медийном пространстве», «Технология подготовки теле- и радиопрограмм к эфиру», «Правовые и этические нормы теле- и радиожурналистики», «Маркетинговые коммуникации и теле- и радиожурналистика», «Технология

креатива в теле- и радиожурналистике», «Организация редакционной деятельности на радио и телевидении», «Мастерство теле- и радиожурналиста».

В блок дисциплин по выбору вошли: «Речь теле- и радиоведущего», «Современные жанры теле- радиожурналистики», «Операторское мастерство», «Мастерство теле- и радиожурналиста аналитика», «Компьютерная графика и анимация», «Интерактивная журналистика», «Имидж телеведущего», «Теле- и радиосценарий», «Звукорежиссер на радио и телевидении».

**Программа «Реклама и паблик рилейшнз»** направлена на подготовку профессиональных кадров для сферы рекламы и паблик рилейшнз.

Специальные дисциплины представлены следующими: «Реклама и СО в коммуникационном процессе», «Менеджмент в рекламе и СО», «Дизайн в рекламе и СО», «Медиапланирование», «Консалтинг в СО», «Коммерческая номинация», «Система современных видов рекламной коммуникации», «Мастерство рекламиста и специалиста в сфере СО».

Блок дисциплин по выбору программы сформирован из следующих дисциплин: «Современная пресс-служба», «Организация кампаний в сфере СО», «Персона сфера рекламы», «Коммуникация на местах продаж», «Корпоративные связи с общественностью», «Организация работы отдела по связям с общественностью», «Игровые технологии в рекламе и СО», «Разработка рекламного продукта».

Кроме того, на факультете разработана **программа «Медиатехнологии в сфере культуры»**, направленная на подготовку медийщиков для сферы социально-культурной деятельности. В программе представлены такие дисциплины, как «Социально-культурная деятельность», «Медиаобеспечение СКД», «История искусства», «Реклама и СО в арт-бизнесе», «Организация выставок и презентаций», «Культурные и коммуникационные особенности региона», «История культуры», «Художественная критика», «Технологии программ о культуре на ТВ и РВ», «История художественных журналов», «Графический дизайн», «Теле- и радиосценарий», «Использование средств искусства в рекламе», «Игровые технологии в рекламе и СО», «Культурологические издания»,

«Медиа-технологии в досуговой сфере», «Речь теле- и радиоведущего», «Художественная фотография», «Кино в системе медиа».

Так же, как и в случае с обязательным блоком, студенты изучают дисциплины в каждой программе последовательно, по принципу от общего к частному. Таким образом обеспечивается вертикаль образовательной программы. Так, в первом семестре, в зависимости от выбора программы, студенты слушают курс лекций, позволяющий получить общее представление об отрасли, в которой им предстоит в будущем специализироваться. Например, в программе «Реклама и ПР» это дисциплина «Реклама и СО в коммуникационном процессе», в программе «Функционирование телевидения и радиовещания» — «Теле- и радиожурналистика в современном медийном пространстве». В программах прослеживается и горизонтальная связь. В частности, в программе «Реклама и ПР» дисциплины объединены в следующие блоки: 1) «Персоносфера рекламы», «Коммерческая номинация», «Разработка рекламного продукта» входят в практико-ориентированный блок рекламы; 2) «Консалтинг в СО», «Современная пресс-служба», «Корпоративные связи с общественностью», «Организация работы отдела по СО» составляют практико-ориентированный блок ПР; 3) в междисциплинарный блок вошли «Игровые технологии в рекламе и СО», «Менеджмент в рекламе и СО», «Коммуникация на местах продаж», «Дизайн в рекламе и СО».

Стоит также обратить внимание на параллели между программами, которые позволяют студентам получать равнозначные по объему знания и навыки, вне зависимости от программы, которую они выбрали. Так, в частности, студенты всех трех программ усваивают в рамках творческих лабораторий в одинаковом объеме в одно и то же время профессиональное мастерство (для программы «Функционирование печати» это «Журналистское мастерство, для программы «Функционирование телевидения и радиовещания» — «Мастерство теле- и радиожурналиста», для программы «Реклама и паблик рилейшнз» — «Мастерство рекламиста и специалиста в сфере СО»). В качестве другого примера параллели в учебном плане приведем изучение студентами процессов управления профессиональной деятельностью: программа «Функционирование печати» — «Организация редакционной деятельности в прессе», программа «Функционирование телевидения

и радиовещания» — «Организация редакционной деятельности на радио и телевидении», программа «Реклама и паблик рилейшнз» — «Менеджмент в рекламе и СО».

В подготовке магистров вне зависимости от программ участвуют все шесть кафедр факультета журналистики ВГУ. Обучение в магистратуре продолжается в течение четырех семестров. В первом семестре оно длится 18 недель, во втором — 14 недель (включая две недели НИР), в третьем — 18 недель (из них две недели НИР). Четвертый семестр включает в себя прохождение производственной практики, подготовку магистерской диссертации, сдачу государственного экзамена и защиту выпускной работы.

*А.А. Давтян, к.ф.н., куратор магистерских программ*

## О НАБОЛЕВШЕМ

Уверен, что настоящим профессионалом журналист становится лишь «в буче — боевой, кипучей». Когда сам почувствуешь толчок озарения в процессе мучительного поиска темы, потом ощутишь внутреннюю дрожь от того, что факты сложились, сюжет вырисовался и рука торопит к бумаге, наконец, когда переживёшь сладостный миг удовольствия от увиденного «плода ночных бдений» в вёрстке полосы... И поймёшь: тебя ввели в круг избранных — тех, что «с лейкой и блокнотом», тех, что «белее белого, тоньше, чем газетный лист...».

Надо ли учиться «на журналиста»? Ведь профессия эта свободная, о чём богато свидетельствует история: знаменитыми газетчиками и редакторами становились инженеры и медики, лирики и физики, люди с образованием и без оногo. «Университетами» публициста и фельетониста Иегудила Хламиды (впоследствии знаменитогo писателѐ Максима Горького) стали волжские просторы, жизнь «в людѐх», уроки бурлаков... Есть пример и поближе: наш знаменитый земляк Василий Михайлович Песков, как говорится, тоже «академиев не кончал»...

Ведь говорят же: творчеству не научишь, талант — он или есть, или его нет. Да, журналистика — профессия творческая, но много в ней и от ремесла. До сих пор немало считающих: лучшие журналисты получаютѐ из филологов. Действительно, грамотный корреспондент или редактор, любящий и знающий литературу, нужен в газете, в журнале, на радио и телевидении. Но иногда для человека, изящно излагающего, словотворчество, художественное самовыражение становится самоцелью. Между тем Анатолий Аграновский как-то заметил: «Хорошо пишет не тот, кто хорошо пишет, а кто хорошо думает». Знаменитый известинец имел в виду прежде всего способность к скрупулёзному и оригинальному анализу как непременной составляющей мастерства публициста. И есть ещё много азов и истин, которые открывает методика журналистского творчества, есть ещё правовые и этические нормы профессии, методы и приёмы социологии, психологии, эко-

номики журналистики и многое другое, чему сегодня обучают на факультетах журналистики.

Всё это можно освоить и самостоятельно, так сказать, методом проб и ошибок. Можно и нужно учиться всю жизнь, даже если ты окончил журфак с красным дипломом. Ведь она, жизнь, её обстоятельства всё время меняются, как стремительно меняется и сама журналистика. Только вот замечаю: неохотно учатся наши журналисты-практики, хотя среди многомиллионной армии (сегодня это так!) работников пера и микрофона подавляющая часть не имеет специального образования. Во многих редакциях не выписывают (проверено!) профессиональные издания «Журналист», «Журналистика и медиарынок», «Главный редактор». В умы юных корреспондентов настойчиво внедряется мысль: пять лет в вузе — даром потерянное время, разве что корочка (диплом) утешит самолюбие.

Кто внедряет? Владельцы, учредители СМИ — как правило, предприимчивые люди, рассматривающие прессу лишь в виде коммерческого или политического капитала. Ещё хуже — редакторы, бывшие троечники, до седины испытывающие комплекс неполноценности. Впору вводить процедуру сертифицирования нашей профессии. Правда, идея эта вызывает резкие возражения: «Недемократично! Посягательство на свободную профессию!». Но давайте разберёмся. Редакции производят некий продукт, за который потребитель платит деньги. Этот продукт должен соответствовать некоему гарантированному качеству, подтверждённому учредительными документами, свидетельством о регистрации. И вдруг читатель получает газету с обилием фактических и стилистических ошибок, с текстами и фотографиями, нарушающими профессиональные и этические стандарты... Скажут: ваше право обращаться в суд. Но зачем же допускать такую ситуацию? Почему обманутый читатель/потребитель должен тратить время, нервы, деньги, доказывая очевидное?

Сертификат подтверждает некую квалификацию, которая позволяет производить достойный качественный продукт. Тем более продукт, оказывающий мощное влияние на психику человека. Вы же не пойдёте лечиться к человеку, который, не имея соответствующей подготовки, просто решил заняться врачеванием (правда, в последнее время расплодилось немало знахарей, народных целителей...). Сегодня

даже спортивную команду низшей лиги нельзя тренировать без определённого диплома, команду высшей лиги не возглавишь без диплома Высшей школы тренеров, сборную — без международного сертификата, а быть редактором общественно-политического СМИ — пожалуйста... В результате — снижение уровня журналистики, утрата доверия к СМИ (с 80 % в 1985 г. до 17 % в настоящее время!).

Возможно, сертификация не должна распространяться на корреспондентов (хотя и они в цивилизованных странах принимают этические Уставы, Хартии, входят в Ордера), но уж на редакторов — точно. Возможно, сертификация должна производиться на добровольной основе. Например, сегодня любое СМИ может войти в Национальную тиражную службу, и знак НТС в выходных сведениях означает, что редакция сама согласилась на независимый аудит тиража и, значит, не обманывает ни рекламодателей, ни партнёров, ни читателей.

Раньше тот факт, что в России растёт количество СМИ, преподавателей факультетов и отделений журналистики радовал: новые базы практик, места трудоустройства выпускников, сегодня же мы смотрим на этот процесс всё с большей осторожностью. Происходит размывание профессии, атомизируется аудитория. Развлекательные, деловые, информационно-рекламные издания в областных центрах растут как грибы, а общественно-политическая пресса влачит бедное существование, «районки» не могут, как прежде, обеспечить студента-практиканта сносным жильём, о приёме на работу нет и речи. Квартиру молодому специалисту никто не даст... Ветераны уходить на жалкую пенсию не стремятся... Жизнь на селе, увы, безрадостна и бесперспективна (как невесело пошутил один редактор: «У нас в районе градообразующее предприятие — дом престарелых...»).

Одинаково неприятны и снобы-теоретики и снобы-практики. Первые, занимаясь подготовкой практикующих журналистов, ограничиваются лишь научными изысканиями, потеряв всякую связь с редакциями. А сугубо лабораторно-кабинетное изучение СМИ, нежелание и отвычка писать «в номер» приводят к схоластике, когда создаваемые модели так и остаются моделями, не востребованными жизнью. Вторые, отрицая систематическое образование, по-своему дискредитируют профессию: они осознанно или неосознанно подменяют её цели

и задачи, занимаясь открытой пропагандой, политизируя или коммерциализируя журналистику.

...В прошлом неплохой журналист, добровольно ушедший в «закачку» и потому, видимо, ощущающий ущербность нынешнего положения, бьёт себя в грудь, доказывая, что он за две недели лучше обучит студента, чем журфак за пять лет. Можно, конечно, понять — выпил человек, распустил перья... Но подспудно, видимо, эта мысль живёт. Руководитель медиахолдинга, выпускающий газеты, далёкие от стандартов качественной журналистики, вопрошает: почему не идут к нему молодые и талантливые, почему он не может вот уже сколько лет найти толкового ответственного секретаря? Во-первых, молодые и талантливые вливаются в талантливые коллективы, создающие нечто оригинальное; во-вторых, ответственный секретарь — третье лицо в редакции — вращивается непосредственно на производстве. Если редакция не может выделить из своих рядов формального и неформального лидера — это одновременно и беда и вина этой редакции, не состоявшейся как производственно-творческий организм. И прежде всего — вина, выражаясь по-модному, топ-менеджера. Желаете угодить госучредителю, который организует тебе подписку, желаете зарабатывать деньги нерыночными и не всегда праведными способами (дотации, «джинса» и т.п.), не говори о профессионализме. В таких редакциях цинизм распространяется и на быт — не о миссии журналистики дискутируют в её стенах, не о служении обществу, а о «бабках». Не о высоком, а о низком — студенты откровенно говорят, что нет охоты идти туда, где мат и пьянство привычны и каждодневны...

Можно выразить сомнение: а где гарантия, что специалист с дипломом журналиста будет работать по правилам и качественно: вон сколько у вас «договорников», слабых по определению. Ответу: издержки были всегда, но если бы начальная, средняя и высшая школа финансировались, как положено, не было бы катастрофического падения уровня грамотности абитуриентов, не было бы необходимости принимать студентов в большом количестве на контрактной основе. И преподаватель журфака не выполнял бы двойную нагрузку ради более-менее достойной зарплаты, а повышал бы свой уровень, сидя в научных библиотеках, стажирясь в серьёзных редакциях. Вузы, занявшись коммерческим набором, по сути, спасли образование, от ко-

того отвернулось государство. И сегодня Россия по количеству вузов — первая в мире, что не есть хорошо... Но кто виноват?.. Вопрос риторический, но что-то надо делать.

Если коротко, то предложений два:

следует обратить особое внимание на качественные СМИ, остающиеся в сфере журналистики (например, давно уже пора различать социальную и каталогизированную прессу — первая нуждается в государственной поддержке, поскольку она производит «социальный товар»; второй же, ориентированной не на читателя, а на рекламодателя, такая поддержка не нужна — она и так успешна в коммерческом отношении);

следует развивать отделения и факультеты журналистики, соответствующие лицензионным и аккредитационным требованиям, и закрывать те, которые им не соответствуют.

*Владимир Тулупов,  
декан факультета журналистики  
Воронежского государственного университета*

# ЕСТЬ ЛИ ЖИЗНЬ В АУДИТОРИИ?

## Лирическое вступление

В прошлом году студентка 4 курса факультета журналистики в своем отчете об учебно-производственной практике обвинила преподавателей в обмане. Из полушутливого-полусерьезного текста следовало, что на факультете учили сеять разумное, доброе, вечное, писать как Гиляровский, Кольцов и Песков. А в журнале, в который девушка пришла на практику, все тексты, как выяснилось, пишутся по одному формату.

Во время летнего отпуска автор этих строк решил освежить память и перечитать классиков журналистики. И пришел к осознанию одного, в общем-то, очевидного, факта. В современных газетах не нашлось бы места очеркам Кольцова. Ни одна редакция сейчас не даст столько времени на командировку и места на полосе, сколько было у него, у Анатолия Аграновского или Василия Пескова.

## Псевдопублицистика

Когда другой Аграновский — Валерий — во втором издании своей книги поменял название «Ради единого слова» на «Вторую древнейшую», он поступил честно. Журналистика очень сильно изменила свое лицо за последние два десятилетия. Не в смысле стала хуже, а поменяла концепцию. Можно относиться к этому по-разному: например, сокрушаться об исчезновении с газетных полос очерка и фельетона, ругать публикации за поверхностность. Но другой журналистики у нас нет.

Создается ощущение, что журналистское образование этих перемен стремится не замечать. Нет, конечно, введена интернет-журналистика, изучается Веб 2.0, и все знают, что будущее — за социальными сетями. Но что касается создания текстов, мы продолжаем ориентироваться на журналистские стандарты 80-х годов прошлого века.

Мы преподносим в качестве образцов великих публицистов. И студенты учатся писать, «как они», попадая тем самым в двойную ловушку. Во-первых, писать как Гиляровский и Кольцов они не смогут — сил не хватит. А во-вторых, в журналистике и запросы нынче совершенно иные. И в итоге получают «недоаграновские», которые не

очень хорошо умеют искать информацию, зато по каждому вопросу высказывают свое мнение и отказываются писать «форматно».

Нередко мы сами провоцируем псевдопублицистическое творчество у студентов, давая задание писать учебные тексты на темы, в которых среднестатистический студент не ориентируется в силу недостатка жизненного опыта и узости кругозора. Что может написать второкурсник в аналитическом материале о войне в Южной Осетии или о прошедших выборах? Пересказать то, что услышал из телевизора, разбавить реферат тем самым собственным мнением, которое никого не интересует? Вряд ли в редакции подобное задание получит девятнадцатилетний журналист. Тогда зачем мы создаем у человека ложную уверенность в том, что такая «аналитика» востребована?

Я далек от нигилистических призывов выбросить великих публицистов из учебных планов. Тем не менее, изучению современных технологий журналистской работы уделяется очень мало времени. Обычно считается, что студенты познакомятся с ними самостоятельно в ходе практики или, на крайний случай, в творческой лаборатории.

## Из аудитории в жизнь

Освещение практических вопросов требует от преподавателя наличия собственного журналистского опыта. Однако (это во многом специфика университетского образования) он присутствует не у всех педагогов. В результате иногда профессиональные «дыры» забиваются теоретическими курсами, которые разработать и проводить гораздо проще.

Но даже если профессионализм преподавателей не вызывает сомнений, в рамках университета непросто сформировать у студента практические навыки. Например, по логике учебных планов выходит, что несколько часов лабораторных занятий могут научить студента технике интервью. Изменять же форму занятий, делать ее более эффективной за счет проведения тренингов, использования тематических блоков, не позволяет расписание.

Споры между теоретиками и практиками существуют, наверное, во всех сферах. Для журналистики они осложняются тем, что в ряду университетских специальностей она — одна из самых «практических»

и, соответственно, неакадемических. В редакциях от выпускника ждут готовых сформированных навыков, а стандарты университетского образования диктуют совершенно иной подход, с глубоким погружением в теоретические исследования.

Это противоречие находит отражение даже в выпускных квалификационных работах. Дипломники-программисты, к примеру, «защищаются», написав и внедрив в производство собственную компьютерную программу, архитекторы представляют проект здания, актеры ставят спектакль. По логике, дипломная работа студента журфака должна представлять собой такой же творческий проект (диапазон может быть широким: от модели издания до цикла публикаций или фотографий). Однако в действительности подавляющая часть дипломных, защищаемых на журфаке, представляет собой научные исследования, посвященные истории или современному состоянию журналистики. Процент выпускников, защищающихся на собственном материале, весьма невелик, обычно это 2 человека из десяти. Вот и получается, что журфак готовит не журналистов, а исследователей журналистики.

Сами студенты тоже чувствуют «раздвоенность» между теорией и практикой. Недавно автор этих строк провел анонимный опрос четверокурсников журфака ВГУ. В нем студентам, в частности, предлагалось самостоятельно сформулировать плюсы и минусы обучения на факультете журналистики. Практически во всех анкетах в списке отрицательных сторон значилось «наличие лишних предметов». Здесь, конечно, можно долго говорить о непонимании студентами логики образовательного стандарта, о необходимости «общей базы» и проч. Однако подобное единодушие не обязательно должно трактоваться как несознательность. Это может быть и защитной реакцией: студент, уже имеющий опыт практической работы, не может не чувствовать, что жизнь от него требует не совсем того, что дают в университете.

От претензий практиков к журналистскому образованию в университетских кругах привыкли отбиваться по принципу «сам дурак». В редакциях ворчат, что студентов учат «не тому», в аудиториях ругают низкий уровень и неэтичное поведение современных СМИ. Что делать в этой ситуации самому студенту, остается непонятным, потому что, какими бы ни были наши масс-медиа, других-то нет. И редакции как социальные заказчики товара под названием «дипломирован-

ный журналист» все же имеют право высказывать какие-то претензии к «производителям».

Тем не менее, ситуация с журфаками в стенах университета не уникальная. С подобной проблемой столкнулись в 90-е годы экономические факультеты: выяснилось, что стандарт университетского образования не всегда поспевал за требованиями рынка. Выход был найден — с Запада скопировали формат бизнес-школ и МВА, которые позволили максимально приблизить образование к запросам практики.

Журфакам необходимо выработать свой стандарт практического образования. Студент в первую очередь должен получать представление о технологиях, причем не абстрактных, а применяемых на практике. О том, какие форматы текстов есть в крупнейших российских изданиях, как работают с авторами в известных журналах, какие требования предъявляются к фотографиям в прессе и сюжетам на телеканалах. Понимание того, почему «Коммерсантъ» стал авторитетным изданием, за счет чего «Комсомолка» увеличивает тиражи, даст будущему журналисту не меньше, чем изучение очерков, написанных великими. Практические навыки должны формироваться не на лабораторных занятиях (два часа в неделю) и уж тем более не на лекциях и в библиотеках, а на многодневных тренингах. Разумеется, это потребует коренного пересмотра образовательного процесса, возможно даже уход от классического университетского формата. Вряд ли общество готово на сегодняшний день к таким переменам. Но, если журфакам действительно станет жизненно важно соответствовать запросам рынка, это придется сделать.

*Роман Жолудь, к.ф.н.,  
преп. кафедры теории и практики журналистики ВГУ,  
шеф-редактор интернет-портала «Лучший город»*

От редакции:

Когда претензии к сложившейся системе журналистского образования предъявляют неопиты, пришедшие в СМИ со стороны, можно если не отмахнуться, то, по крайней мере, задать вопрос: «А как вы понимаете миссию журналистики (именно журналистики, а не какой-то иной информационной деятельности, рядящейся под журналистику)?..». Другое дело, когда критика исходит от дипломированного

журналиста, имеющего учёную журналистскую степень, опыт преподавательской и практической деятельности... Необходимо прислушаться, вчитаться, серьёзно подумать. Ведь если специалист, представляющий одновременно и систему образования и отрасль, встревожился, значит, что-то неладное творится в «датском королевстве». Вот только в какой из его «провинций»?..

Думается, ситуация, когда «ни одна редакция сейчас не даст столько времени на командировку и места на полосе, сколько было у Анатолия Аграновского или Василия Пескова», переходящая. Ведь те же западные профессионалы не жалеют ни времени, ни средств на эксклюзивную информацию, поступающую непосредственно с места события. И то, что «другой журналистики у нас нет», суть лишь неприятный факт сегодняшней российской прессы (да и то не всей — островки качественной прессы уже расширяются).

Бесспорно, будущее — за социальными сетями, но означает ли это, что прежние журналистские стандарты пора сдавать в архив? Слово остаётся словом, мысль — мыслью.

Не надо заставлять второкурсника писать аналитический материал о войне в Южной Осетии или о прошедших выборах (хотя и здесь много возможностей дают те же сети, из которых можно выудить массу самых различных фактов) — придумывайте задания, которые по плечу начинающему.

Стоит ли сетовать, что «изучению современных технологий журналистской работы уделяется очень мало времени», когда можно и нужно активно знакомить с ними студентов, тем более, что и госстандарт, и учебный план не просто позволяют сделать — ориентируют на это. Можно по старинке выпускать учебную газету раз в семестр, а можно, как в МГУ, моделируя производственную ситуацию, выпускать газету ежедневно или еженедельно. Ведь тогда навыки, связанные с оперативным поиском, сбором, обработкой и транслированием информации, реально закрепляются.

Пора перестать говорить, что «дипломная работа студента журфака должна представлять собой творческий проект» — лучше на деле увеличивать число выпускников, «защищающихся на собственном материале», к чему, кстати, ежегодно призывают председатели ГАК.

И сегодня никто не запрещает использовать тренинги, деловые игры и т.п. в учебном процессе. Только бы не заиграться (современные кинематографисты удивляют спецэффектами, но их творения мимолётны — не потому ли они забываются на следующий день, что созданы по правилам и во имя «формата»)...

Коренной пересмотр образовательного процесса произошёл — достаточно посмотреть новый Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования, в котором прописаны компетенции, модули, профили и др. Но любой замечательный учебный план, построенный на основе замечательного ФГОСа, повиснет в воздухе, если за его реализацию не возьмутся квалифицированные, инициативные, творческие, работоспособные преподаватели.

Чтобы не было повода поминать печально знаменитую унтер-офицерскую вдову...

## **НОВЫЕ ИЗДАНИЯ**

**«Акценты. Новое в массовой коммуникации», 2007, № 7-8; 2008, № 1-2; 2008, № 3-4.**

Очередные выпуски научно-практического альманаха содержат традиционные рубрики: «Слово редактора», «В начале номера», «Теория и практика журналистики», «История журналистики», «Зарубежная журналистика», «Реклама и PR», «В помощь исследователю», «Литература», «Образование», «На стыке наук», «Сообщения», «Дайджест», «Творчество наших коллег». Обращаем внимание читателей на циклы статей А. Богоявленского («Определения PR: диагностика методологического изъяна»), В. Колмакова («Страница из истории консервативной журналистики»), Л. Дускаевой и А. Треногиной («Жанрово-стилистические поиски районных газет»), работу В. Сапунова («Мировые агентства Рейтер и Ассошиэтид Пресс в условиях финансирования медиасектора и мультимедийной конвергенции (2007 — начало 2008 года)»), Л. Сандлер и Т. Павловой («Проблема экологии языка в СМИ»), В. Тулупова («Дизайн газеты: важность соответствия уровню и возможностям современных производственных технологий»).

**Новичихина М.Е. Как вы фирму назовёте... / М.Е. Новичихина. — М.: АСТ: Восток-Запад, 2007. — 160 с.**

Книга посвящена проблеме коммерческих названий — названий фирм, магазинов, товаров и т.п. Обсуждаются закономерности формирования современных названий, предлагаются методики анализа их эффективности. Издание предназначено для лингвистов, психолингвистов, специалистов в области PR и рекламы, для всех тех, кто интересуется проблемами эффективной коммуникации.

**Осетрова О. Шрифт. Дизайн. Реклама: учебное пособие. / О.В. Осетрова; под ред. проф. В.В. Тулупова. — Воронеж, 2008. — 52 с.**

Издание является базовым учебным пособием для специального курса «Шрифт в рекламном дизайне». Оно посвящено отношению дизайна и рекламы к искусству, функциям шрифта, моде и традициям в дизайне рекламы, моделям печатного рекламного сообщения.

***Сборник упражнений по типометрии и верстке газеты. / Составители В.В. Тулупов, О.В. Осетрова. — Воронеж, 2007. — 24 с.***

Учебно-методическое пособие содержит контрольные задания и ответы для самопроверки по типографской системе мер и упражнения по верстке газетных полос.

***Рабочая тетрадь по типометрии. / Составители В.В. Тулупов, О.В. Осетрова. — Воронеж, 2008. — 40 с.***

Издание предназначено для лабораторных занятий по дисциплине «Техника и технология СМИ» (раздел «Дизайн периодических изданий»).

***СМИ развивающихся стран: учебно-методическое пособие. / Составитель Д.Н. Нечаев. — Воронеж, 2007. — 54 с.***

Пять глав пособия знакомят читателя со СМИ стран Восточной и Юго-Восточной Азии, Южной Азии, Ближнего Востока, Африки и Латинской Америки, а также стран с переходной экономикой. В пособии предложен анализ основных СМИ регионов мира согласно их общепринятой классификации в экономической и политической науке, показана роль и специфика СМИ в ряде крупных государств. Кроме того, СМИ рассмотрены сквозь призму существующих школ в международной журналистике.

***Корпоративные СМИ. Особенности прохождения практики: учебно-методические рекомендации. / Составитель С.М. Логачева. — Воронеж, 2007. — 22 с.***

Методические указания знакомят студентов со спецификой работы редакций корпоративных СМИ, рассматривают особенности информационного корпоративного поля, аудитории и жанровой палитры.

***Курсовая и дипломная работа по журналистике: методические указания. / Составитель Р.В. Жолудь. — Воронеж, 2008. — 30 с.***

Издание содержит такие разделы, как «Ход исследования», «Написание работы», «Порядок защиты дипломной работы» и образцы оформления титульного листа.

***Древнегреческая и древнеримская литература: учебно-методическое пособие. / Составитель Т.В. Морозова. — Воронеж, 2007. — 74 с.***

Пособие предназначено для практических занятий, на которых вырабатываются навыки самостоятельного литературоведческого анализа художественного текста. Оно включает в себя задания к занятиям двух типов. Один из них предполагает самостоятельную домашнюю подготовку студентов, другой рассчитан на то, что анализ небольших художественных произведений и отрывков осуществляется в аудитории под руководством преподавателя без предварительной подготовки студентов.

***Коммуникация в современном мире. Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации: новые подходы Ч.1. — Воронеж, 2008. — 124 с.; Ч.2 — Воронеж, 2008. — 128 с.***

В сборники тезисов докладов и выступлений на традиционной конференции студентов и аспирантов вошли материалы секций «Теория и практика журналистики», «История отечественной журналистики», «Зарубежная журналистика» (часть первая), «Электронные СМИ», «Интернет-журналистика», «Язык и стиль массовой коммуникации», «Реклама и дизайн», «Связи с общественностью».

***Достижение успеха в работе : учебно-методическое пособие. / Составители Т.Н. Степкина, Т.Н. Панкова. Ч. I. — Воронеж, 2008. — 24 с.; Ч II. — Воронеж, 2008. — 36 с.***

Пособие подготовлено на кафедре английского языка гуманитарных факультетов ВГУ. На материалах англоязычных источников в процессе выполнения разнообразных учебных заданий студенты знакомятся с некоторыми существенными вопросами успешного трудоустройства, такими как поиск соответствующей интересам и квалификации работы, зависимость карьеры от образования, составление резюме и письма-заявления работодателю и т.д. Данное пособие может быть использовано для одновременного развития навыков чтения, письма и говорения на профессионально-ценном языковом материале.

***Журналистское расследование: программа курса и планы семинарских занятий. / Составитель А.А. Золотухин. — Воронеж, 2007. — 14 с.***

Программа актуального курса подготовлена на кафедре теории и практики журналистики. Автор в течение многих лет руководил «Новой газетой в Воронеже», где журналистские расследования определяли специфику данного издания.

***Политология: планы семинарских занятий. / Е.Б. Зюзина, А.В. Глухова. — Воронеж, 2007. — 46 с.***

Издание включает планы таких тем, как «История становления политической мысли», «Государство в политической системе общества», «Государство в современной России», «политические режимы» и др. Оно завершается словарем терминов и перечнем вопросов для сдачи экзамена.

***Практика: методические указания и программа. / Составитель А.Е. Божьявленский. — Воронеж, 2007. — 18 с.***

Пособие предназначено для студентов, обучающихся на специализации «Реклама и публик рилейшнз» в рамках специальности «Журналистика».

***Практика: методические указания и программа. / Составитель А.Е. Божьявленский. — Воронеж, 2007. — 22 с.***

Пособие предназначено для студентов, обучающихся на специализации «СО в средствах массовой информации» в рамках специальности «Связи с общественностью».

УМО-регион. Сборник информационных и научно-методических материалов. / Отв. ред. доц. Бебчук Е.М. — Факультет журналистики ВГУ. — Воронеж, 2008. — 76 с.

© Коллектив авторов

© Факультет журналистики ВГУ