

Воронежский государственный университет
Факультет журналистики

УМО-регион

Сборник информационных
и научно-методических материалов

Выпуск № 23

Воронеж
2023

УМО-регион. Сборник информационных и научно-методических материалов / Отв. ред. Бебчук Е. М. – Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2023. – 99 с.

© Коллектив авторов
© Факультет журналистики ВГУ

От составителя

Этот выпуск традиционного сборника «УМО-регион», составляемого на основе выступлений участников ежегодного заседания региональной секции Центральной и Черноземной России НМС по журналистике университетов Российской Федерации, включает публикации по двум темам: «Воспитательная среда факультета журналистики: традиции и инновации» и «Преподавание языковых дисциплин на факультете журналистики».

В законе «Об образовании» № 273-ФЗ четко зафиксировано, что образование имеет две составляющие – воспитание и обучение. Вопросы воспитательной работы в вузах вообще выходят на первый план, что диктуется как спецификой вузовского обучения, так и сложностью современной общественно-политической обстановки в стране и в мире (неслучайно происходят и изменения в учебных планах направлений и специальностей, в которые включаются новые дисциплины по основам российской государственности, основам военной подготовки, а также увеличенный в объёме курс истории России). О воспитательной среде в вузе рассуждают Владимир Тулупов («Профессиональное воспитание - через традиции факультетской жизни»), Елена Тюрина («Практическая подготовка: реализация воспитательной функции во время прохождения практики в профильных организациях»), Марина Цуканова («Воспитательная работа на факультете журналистики ВГУ: традиции и инновации (из опыта работы замдекана)»). Эти публикации сопровождаются двумя приложениями: «Положение о медиакоммуникационном центре факультета журналистики ВГУ» и «Презентация факультета журналистики ВГУ», подготовленная к юбилею журфака ВГУ и отмеченная на Всероссийском PR-форуме «Серебряный лучник».

Вызывает тревогу положение с русским языком в стране. И поскольку роль средств массовой информации в формировании и поддержании речевой культуры трудно переоценить, вопросам преподавания русского языка на факультетах жур-

налистики уделяется особое внимание. О специфики методики обучения родному языку рассуждают Елена Ряжских («Из опыта преподавания дисциплины «Язык интернет-коммуникации» на факультете журналистики»), Ирина Хорошунова («Преподавание дисциплины «Язык рекламы» на факультете журналистики Воронежского государственного университета») и другие лингвисты. Эта рубрика также сопровождается приложением «Говорят журналисты», составленным из фрагментов книги Виталия Мухина «Слово не воробей».

*Елена Бебчук,
доцент кафедры электронных СМИ и речевой коммуникации.*

Профессиональное воспитание – через традиции факультетской жизни

На факультете журналистики воспитательная деятельность особенно важна: ведь в набор функций, которые наши выпускники, работая в СМИ, будут призваны реализовывать, помимо информационной, контрольной, мобилизационной, развлекательной, входят также образовательная функция и функция формирования общественного мнения. В своей будущей профессиональной деятельности нынешние студенты обязаны руководствоваться этическими принципами (достоверность, объективность, справедливость, защита честной жизни), которые усваиваются ещё и именно в пору ученичества. И этот процесс не должен быть формальным – молодёжь противится любому давлению, тем более этим отличаются свободолюбивые и креативные юноши и девушки, стремящиеся посвятить себя миру массмедиа. Если же профессиональные навыки формируются ненавязчиво, если этот процесс органично сочетается с процессами, во всей своей полноте отражающими университетскую среду, то мы можем с уверенностью говорить об эффективности воспитания как социокультурного феномена, включающего и профессиональное воспитание, и формирование социально-значимых ценностей, и поддержку талантливой молодежи. И здесь, на наш взгляд, особую роль играют университетские и факультетские традиции. В Воронежском государственном университете – это целый комплекс мероприятий: от чествования ветеранов до Дня поэзии. На факультете журналистики – это «Посвящение», «День журфака», «Медиастарт», олимпиада «Проходной балл», фестиваль «Жизнь в творческом полете», выставки у «серых столов», капустники в знаменитой 130-й аудитории и многое-многое другое. О некоторых из «изюминок» – в рассказе декана Владимира Тулунова.

«Проходной балл»

В 1994 году мы начали проводить региональную олимпиаду старшеклассников по журналистике в виде телевизионного конкурса «Проходной балл», позаимствовав идею у программы «Умники и умницы», в которой годом раньше успешно участвовал мой старший сын Костя. Конечно, по содержанию и по форме, которые, кстати, всё время менялись, «Проходной балл» отличался и отличается от детища Юрия Вяземского. Много лет олимпиада проходила в три тура, и на первый тур порой приезжали более ста олимпиадников. В полуфинале определялась десятка финалистов, которая затем участвовала в театрализованном финале. Трое или пятеро победителей зачислялись на факультет без вступительных экзаменов. Сценарий телепередачи писал Лев Ефремович Кройчик, в разные годы её вели либо тележурналисты, либо преподаватели профильной кафедры, жюри составляли как «теоретики», так и «практики». Среди творческих задний было, например, такое: олимпиадник выбежал на улицу, и в течение часа должен был найти интересного собеседника, привести в студию и записать с ним интервью.

Несколько лет финалы в течение одного воскресного дня снимались на ВГТРК, и так было до тех пор, пока председателем компании не стал человек – более бизнесмен, чем журналист, он-то и отказал юным корреспондентам в съёмке, поставив условие: либо университет оплачивает эфир, либо пусть ищет другую площадку... На какое-то время мы заключили творческий договор с филиалом НТВ, а затем обосновались в своей уютной учебной телестудии, размещая записи передачи в интернете. К сожалению, со временем и минвузовские бюрократы стали ставить нам палки в колёса, разрешив лишь выставлять победителям олимпиады высший балл на вступительном испытании «Творческий конкурс» (тоже неплохо для мотивации абитуриентов), а затем отказали и в этом, не оставив почти ничего, кроме, как говорится, морального удовлетворения.

В публикации, посвящённой двадцатилетию «Проходного балла», руководитель подготовительного отделения Юрий Гордеев написал: «Вспоминаю, какие претензии к нашей олимпиа-

де обычно выдвигались. Непонятно, по какой она дисциплине. Ну, по какой? По журналистике, наверное. Мало школьников участвует, надо хотя бы больше тысячи. Где же столько взять факультету регионального университета, если у нас на всём направлении “Журналистика” и тысячи абитуриентов не бывает – естественным образом! А бюджетных мест нам в последние годы выделяется мизер.

Есть и ещё одна претензия – уже не к нам, а к олимпиадам вообще. Её озвучил ректор НИУ ВШЭ, а к этому вузу правительство прислушивается, наверное, больше всего. Коррупция. Всем вроде бы понятно, что тот же ЕГЭ коррупцию не только не победил, но сделал более изощрённой. Однако вот уже и олимпиады попали под подозрение. На журфаке ВГУ с коррупцией боролись, например, так: действовало корпоративное соглашение о том, что родственники преподавателей факультета могут участвовать в олимпиаде только вне конкурса. Ну и контроль. Не было у нас коррупции, можно спросить самих бывших олимпиадников. Делать это, наверное, должны не мы, но мы были бы только “за”. Напоследок немного статистики, показывающей, как угасает полезное дело. За все 20 лет проведения олимпиады было около 80 победителей. Те из них, кто уже окончил факультет, успешно работают в журналистике и смежных отраслях. Самое большое количество соревнующихся было в 2004 году – более 160-ти. В 2013-м олимпиада (факультативная) собрала 42 человека. С каждым годом всё сложнее объяснять абитуриентам, зачем им нужно участвовать в этом увлекательном, но сложном конкурсе в свой и без того загруженный выпускной год».

Тогда же об «опыте, приближённом к боевому» высказалась одна из участниц нашей олимпиады:

«Анна Ракова, выпускница 2012 г., корреспондент регионального, а потом и федерального телеканалов:

– Конкурс “Проходной бал” на журфаке ВГУ для меня был самым лучшим способом попасть в университет. Все абитуриенты понимали: бюджетное отделение не резиновое – за него будет битва. Благодаря олимпиаде я – как медалист – поступила уже в

апреле, оставалось только принести аттестат в комиссию. Какие минусы? Всего один – было очень жаль, что похожие конкурсы проводятся только в Воронеже. Хорошо, если бы они были повсеместно, и можно было бы идти дальше – на всероссийский уровень. Хотя и без того при собеседовании на федеральном телеканале строчка в резюме “1-е место в области” мне сильно помогла).

Абитуриентов привлекал тем, что в отличие от традиционных вступительных экзаменов, «Проходной балл» предполагал личностный подход: каждый участник здесь не просто один из цепочки абитуриентов – на каждого претендента члены жюри смотрели с разных сторон, а значит, имели возможность провести точечный отбор тех, кто действительно хотел связать свою жизнь с массовыми коммуникациями. Недаром практически все победители «Проходного балла» остались в профессии после окончания вуза. В общем, как бы там ни было, «Проходной балл» мы сохранили, и за четверть века проведения этой региональной олимпиады более 100 её победителей закончили журфак и успешно трудятся в отечественной медиаотрасли.

ВШЖ и ШЮЖ

Традиционно 1 сентября на факультете журналистики ВГУ проходит собрание – знакомство с первокурсниками. Однако на самом деле преподаватели к этому времени многих новоявленных студентов уже знают, причем так хорошо, как на вступительных экзаменах человека узнать просто невозможно. Дело в том, что на журфаке в течение многих лет ведется систематическая работа с абитуриентами, которую осуществляет подготовительное отделение факультета.

Неудивительно, что слушатели ВШЖ оказываются гораздо лучше подготовленными к «Творческому конкурсу», чем абитуриенты, пришедшие прямо «со школьной скамьи». Причем каждый абитуриент получает подготовку, позволяющую ему поступать на любое из направлений, реализуемых на факультете, то есть его не торопят с окончательным выбором.

Но все это – для тех, кто успеет подумать о будущем заранее. А как быть, если молодой человек только ближе к лету решится

пойти учиться «на журналиста»? Или если абитуриент живет далеко от Воронежа и не может приезжать по выходным заниматься на подкурсах? Для таких ребят тоже есть вариант. В середине июня на факультете начинают работу краткосрочные подготовительные курсы. Конечно, лучше готовиться целый год, чем три недели, но и за это время можно многое успеть. Особенно важно потренироваться писать творческое сочинение, потому что оно сильно отличается от привычных для школьников сочинений по литературе и понять его специфику лучше всего можно только на практике – «методом проб и ошибок».

Почти двадцать лет на факультете действует Школа юного журналиста, в которой по воскресеньям (бесплатно!) обучаются ученики 8-10 классов. По сути, это уроки медиаобразования, на которых ребята имеют прекрасную возможность узнать о массмедиа больше и попробовать себя в подготовке материалов для СМИ. А для кого-то это первый шаг по пути в будущую профессию.

ШЮЖ начала свою работу в октябре 2005 года. Основной целью стало первоначальное знакомство школьников с основами профессии. Первый набор в группы составил 70 человек, уже через пять лет Школу записалось более 120 человек. Школьники, посещавшие занятия в ШЮЖ и перешедшие впоследствии в ВШЖ, неоднократно становились победителями олимпиады «Проходной балл», а также достигали высоких результатов во многих городских, областных и всероссийских конкурсах («Медиапоколение», «Res`орд» и др.). Ребята публиковались в учебной газете «ВнеFORMата», в областных детских газетах «Ворон и Ёж» и «Лестница», участвовали в областном фестивале детской и юношеской прессы «Репортер», в конференции Научного общества учащихся ВГУ и др.

В качестве руководителей школ выступают магистранты, аспиранты или молодые преподаватели, которые следуют определенной методике: «Занятия в Школе юного журналиста имеют особый характер. Например, изучив жанр интервью, школьник должен к следующему занятию составить вопросы для беседы с респонден-

том. Вслед за этим на факультет приглашается интересный гость (юноша, работающий в модельном агентстве, редактор одной из региональных газет, преподаватель факультета журналистики ВГУ и др.). После беседы школьник пишет текст интервью, который, в случае успешного освещения темы, попадает на страницы областной детской газеты “Ворон и Ёж” и может быть предоставлен приемной комиссии при зачислении. Таким образом, школьники, которые наиболее успешно справляются со всеми заданиями, поступают на факультет с 20 и более публикациями различной тематики и жанров. Факультет в этом случае имеет уникальную в сложившихся условиях возможность «отбирать» лучшие кадры для последующего обучения. В этом работа Школы юного журналиста представляется крайне важной».

Посвящение

Посвящение в студенты – одна из любимых традиций журфака. Четверть века назад выпускники и старшекурсники решили обычную процедуру выдачи «первашам» студенческих билетов превратить в некий ритуал, праздник. Причем с выездом за город... Но курсы у нас большие (в этом году только на дневное отделение принято почти 300 человек) – такого наплыва «посвящающихся» ни одна турбаза не выдержит. Отсюда – вывод: провести в течение недели творческий отбор, чтобы треть потока «на законных основаниях» отбыла на берега Усманки или Дона, или реки Воронеж для проведения обряда. То есть конкурсы, викторины, забавные задания начинаются на Хользунова, 40-а, а продолжают на пленэре. И непременно – с палатками и кострами!

«Новоиспеченных студентов ждут различные мероприятия, подготовленные старшекурсниками, причем все сюрпризы тщательно скрываются, иначе какие это сюрпризы!..

Три дня в лесу – это сказка! Три дня украсили наши будни, помогли ребятам сплотиться и даже почувствовать себя семьей.

А вот что по этому поводу говорят организаторы:

«Из года в год каждый открывает для себя новых персонажей. Посвящение вдохновляет и заряжает энергией, потому

что каждый человек своим присутствием, словами, поступками выражает преданность дружбе, семье журфака. Именно доброта, излучаемая людьми, делает это место сказочным».

«В этом году перед Посвящением меня много раз спрашивали, что это такое. Любовь, люди, уникальные моменты – референном звучало в моих объяснениях. Такого действительно нет нигде – даже в клубах»

Бывшие выпускники часто посещают данное мероприятие на протяжении многих лет. Это доказывает, что факультет журналистики по-прежнему остается сплоченным и дружным коллективом. Первокурсники испытывают самые положительные эмоции, которые останутся в памяти на всю жизнь. А в 2023 году грянет юбилей: Посвящению на журфаке исполнится 25 лет.

Медиацентр

Медиакоммуникационный центр объединил все информационные ресурсы и учебные СМИ факультета: сайт, газеты «Третий глаз», «Сорок-А», «Наше радио», Ютуб-канал «Журфак ВГУ», интернет-портал «5-сов», факультетские аккаунты в соцсетях. Многие рубрики, программы стали традиционными, поддерживаемыми, как, например, радиопрограмма «Навигатор», каждым новым поколением студентов.

К Медиацентру относится и типографическая лаборатория, в которой печатаются не только монографии, учебные пособия, методические указания, но и рекламная продукция, учебные газеты, книги серии «Библиотечка журфака», а также «Акценты», являющийся одновременно журналом и альманахом: с одной стороны, есть четкая – годами апробированная – структура специализированного издания, стабильные периодичность, объем; с другой – это широкая гуманитарная тематика (история, теория и практика журналистики, рекламы, PR, книгоиздания, литературы, дизайна, образования), это подборка не только сугубо научных статей, но и материалов практической, в том числе учебно-методической, направленности, а также публицистических и литературно-художественных текстов, имеющих отношение к проблематике журнала или к университетскому сообществу в целом.

С самого начала мы поставили цель – с помощью этого издания выполнять интегрирующую функцию по формированию межвузовской научной среды и профессионального медиасообщества не только в ЦЧР, но и во всей России. Альманах сразу позиционировался как свободная трибуна (критериями отбора текстов были качество мысли и профессионализм), и постоянные и внимательные читатели понимают и понимают: перед ними издание, которое реально «собирает» научное сообщество, давая возможность выступить с некими идеями как маститым исследователям массовой коммуникации, так и аспирантам, а также студентам.

«Акценты» – одна из первых площадок для апробации научных исследований соискателей ученых степеней, которые защищаются в нашем диссертационном совете. Коллеги приветствуют и то, что ещё до выхода в свет бумажной версии электронный вариант альманаха выставляется в свободное пользование в интернете (<http://jour.vsu.ru/izdaniya/zhurnaly-izdaniya/>).

«Первак»

Чтобы понять, какое значение имеет в жизни журфаковцев фестиваль, называемый студентами «Первак» (кстати, такое же, если не большее значение имеет и «Студвесна»), можно привести хронику 2006 года, подготовленную в свое время студенткой Людмилой Байдеровой:

«6 дней до выступления – пятница

До “Первокурсника” практически целая неделя, так что мы еще все успеем: и дорисовать декорации, и каждый номер отрепетировать, даже и каждый жест в нем довести до совершенства.

5 дней до выступления – суббота

Как, еще не готово два номера?! На синхробуфф даже роли не распределены? Решено: репетируем до тех пор, пока корпус не закроют. Мы все равно все успеем!

Интересно, а в воскресенье нас на журфак пустят?

4 дня до выступления – воскресенье

Около шести вечера во всех нас пробуждается дикое чувство голода и не дает спокойно репетировать... Оказывается, мы здесь в девяти утра и еще ни разу не ели.

1 день до выступления

21:00

Наконец-то ФКН закончил свой концерт. Врываемся в зал вешать декорации. Чтобы на завтра осталась только репетиция.

23:00

После пятого ведра мусора, вынесенного из-за кулис, чувствую себя профессиональной уборщицей и почти забываю о том, что пришла репетировать “Первокурсник”... Очень интересно вопрос: тут всегда так грязно, или только во время университетских фестивалей?

23:40

Прокатывается волна нервного шепота: “Леша Саввин сказал красить сцену”. О какой сцене сейчас можно говорить, если половина декораций на УФО не готова?!

00:00

Этот свеженький серебристо-белый цвет пола очень подходит к нашему дракону на заднике, не правда ли? Все-таки прав был Саввин – так выглядит гораздо лучше.

01:00

Нервное напряжение после окраски пола потихоньку спадает. Сцену тканью задрапировали, пауков прилепили.

Чем еще вам помочь? Вырезать дракона для УФО? Легко!

Второй час ночи, рискую не попасть в общежитие – ну и ладно!

День выступления

Какое невезение: Юлия Фомина назначила репетицию УФО на 9 утра. Я, как всегда, опоздала. На сцене уже отрепетировали синхробуфф, и Алина Ибрагимова расставляет актеров для новой миниатюры “Разочарованные”. Странно: писала ее наш хореограф Женя Лещева (в ночь с понедельника на вторник – за два дня до выступления), а ставит Алина, специалист по вокалу.

За пару минут пребывания в зале узнаю последние новости: другая наша миниатюра “Суд над ведьмой” снимается с выступления.

Под оглушительную музыку, бьющую изо всех динамиков, стук молотков и треск разрываемой ткани (ножницы – дефицит) захожу в примерку. Две танцовщицы, несущиеся на сцену, чуть не сбивают меня с ног.

17:02 (2 часа до выступления)

Начинаем последнюю репетицию, как и полагается по сценарию, с УФО. Но только Юлия Фомина, ставившая этот самый технически сложный номер, скомандовала строиться, выключается электричество... Теперь мы знаем, как мог бы выглядеть наш УФО без ультрафиолетовых ламп и музыки.

19:00 (начало выступления)

Свет погас. Леша Саввин объявил: “5 минут до начала концерта!” Через колготки, которые, как у бандита, надеты у меня на голове, почти ничего не вижу. Еще пять минут, я в них не выдержу. Скорей бы уже все началось!..

...

Девчонки, ну как? Нормально мы смотрелись на сцене? Ладно, не буду отвлекать – вы следующие.

...

Уже три номера прошло. Неужели это нам так громко аплодируют?! Ужасно хочется оказаться в зрительском зале или хотя бы из-за кулис высунуться и увидеть все своими глазами. А Саввин точно сказал не выходить из гримерок?

...

Ура!!! Предпоследний номер – синхробуфф. Все замечательно – мы справились! Теперь главное, чтобы музыка не подвела во время финальной песни...».

Футбол

Футбол на журфаке – небольшой, но вполне себе культ. Именно на нашем факультете преподаватели со студентами собираются в видеоклассе, чтобы посмотреть футбольный матч. Именно на нашем факультете дважды в году вы можете врезаться по ногам декану без далеко идущих в учебном плане последствий. Именно на нашем факультете вы сможете стать героем местной светской хроники благодаря удачным заявлениям у кромки поля. И все это потому, что футбол на журфаке – это культ.

Наш факультет – неперемный участник всех (!) турниров по мини-футболу (а их было 26!) на призы известного в прошлом телекомментатора Владимира Затонского. Мы были и

«золотыми», и «серебряными», и «бронзовыми». И история этих соревнований не канула в Лету – она продолжается в рамках «Турнира солидарности журналистов», в который в своё время был преобразован «Кубок журфака».

А ещё футбол на журфаке – это спартакиада первокурсников, соревнования между факультетами, в том числе чемпионат ВГУ и турнир гуманитарных факультетов. В течение нескольких лет наши футболисты выезжают в Москву для участия в международном турнире «За дружбу журфаков», который проходит ежегодно в январе в Ломоносовском корпусе МГУ. Успехи воронежских студентов стали основанием для их приглашения играть в пляжный футбол на «Кубок Локомотива».

Футбол на журфаке – это длинный список легендарных имен: Сергей Шевченко и Алексей Печатов, Игорь Владимиров и Михаил Кучеренко, Дмитрий Лагышев и Евгений Ярцев, Ян Куликов и Александр Кажикин... В современной истории это Арсений Исраилов, Игорь Гончаров, Семен Роман, Игнатий Сероштанов.

На факультете журналистики ВГУ, девиз которого «Жизнь в творческом полёте!», действует ещё один принцип: «Воспитание - через дела». Что означает: на все события, происходящие в области, в городе, в ВГУ и на факультете, необходимо откликаться через призму профессиональной учёбы: «журналисты» готовят репортажи, интервью, корреспонденции и др., «телевизионщики» и «радийщики» – видео- и аудиосюжеты, «рекламисты», «пиармены», медиакоммуникаторы – материалы по продвижению различных мероприятий.

В. В. Тулунов.

Практическая подготовка: реализация воспитательной функции во время прохождения практики в профильных организациях

В последнее время о воспитании студентов не говорит только ленивый. Особое внимание стали уделять роли кураторов и внеаудиторной работе со студентами. Но вуз – это, прежде всего, площадка, которая дает возможность выпускнику школы получить профессию. И, по нашему мнению, воспитывать преподаватели должны, в первую очередь, будущего профессионала какой-либо отрасли, а не просто “хорошего человека”. Впрочем, акцент на профессиональные навыки не исключает воспитания личности.

Довольно ярко воспитательная функция проявляется в практиках (учебной и производственных), если студент проходит их в профильных организациях. Потому что, с одной стороны, практики позволяют студенту закрепить полученные в аудитории знания. А с другой – помогают обнаружить личностные пробелы, ликвидировав которые можно стать сильнее. Как практика воспитывает личность?

Практика учит ответственности. Любая коммуникационная профессия – это профессия жестких дедлайнов. Вряд ли в редакции, рекламном агентстве или пресс-службе крупной организации всерьез воспримут типичные студенческие отговорки: не сделал работу, потому что сломался компьютер/болела голова/не смог доехать из-за дождя и т.д. В любой авторитетной организации действует правило “Работа должна быть сделана в срок”.

Распространенная ситуация: студент пришел на практику, взял задание, сорвал дедлайн и исчез. А через какое-то время он внезапно объявился. При таком подходе в первый раз, возможно, руководитель от организации пожалеет практиканта и даст еще ему задание. Но если это носит систематический характер, вряд ли на такого “работника” захотят тратить время. И дальше студент либо принимает эти правила игры и старается не подводить по срокам организацию, либо у него возникают сложности с учебой и в дальнейшем – с работой.

В профильных организациях тоже работают люди. Конечно, и у них бывают непредвиденные обстоятельства: болезни, смерти, дорожные происшествия и т.д. Но профессионала от дилетанта отличает не только набор умений, отточенных до автоматизма. Его отличает еще и ответственный подход к делу. Например, студент проходил практику в редакции, взял тему (пресс-конференция начальника ГИБДД по Воронежской области), сходил на мероприятие, но потом позвонили родители и ему срочно пришлось уехать домой в другой город. В такой ситуации студенту нужно всего лишь позвонить редактору или журналисту, который его курирует, объяснить ситуацию и дальше действовать по обстоятельствам. Возможно, куратор от редакции попросит прислать диктофонную запись или даст больше времени.

Именно на практике студент начинает осознавать, насколько важно выполнять работу в поставленные сроки, насколько в любой организации все зависят друг от друга и чем чревато халатное отношение к работе.

Практика учит четкости при выполнении профессиональных задач. Разгар практики. Звонит журналист одного из воронежских СМИ и говорит: “Я, конечно, понимаю, что вы там все очень творческие люди, но научите своих студентов следовать ТЗ”. Проблема была в следующем: руководитель практики от организации поручил подопечному написать новость с пресс-конференции в Доме журналистов. Вместо заметки в 1 тыс. знаков редактор обнаружил в почте “недорепортаж” на 5 страниц, из которых половина – это пространные рассуждения автора и описание абсолютно ненужных деталей (таких, как цвет потолка в Домжуре, “скромный, но с душой организованный кофебрейк” и “диктофоны, украшавшие стол, за которым сидели спикеры”). Студент объяснил это тем, что во время обучения ему понравился жанр репортаж, и он захотел написать такой текст, потому что “ну а что в этом такого страшного”.

С одной стороны, ничего страшного нет: на пресс-конференции практикант побывал, текст написал, даже инициативу проявил. Но с другой – редактор дал ему конкретное

задание. Вероятно, он чем-то руководствовался, когда говорил, что нужно написать именно новость. Например, тем, что вовремя опубликованный новостной текст мог бы попасть в топ “Дзен.Новости”, а это положительно сказалось бы на трафике сайта. И/или тем, что с подобных пресс-конференций нет смысла писать репортаж, потому что действие как таковое там отсутствует. А подмеченные детали незначительны. И лучше было бы вычленив два-три новостных повода, которые можно превратить в две-три заметки за пару часов, чем угробить полдня на написание одного никому не нужного репортажа.

Подобное во время практики встречается сплошь и рядом: руководитель сказал сделать “текстовку” для инфографики – студент сдал аналитический материал; глава пресс-службы поручил написать на страницу пресс-релиз о вручении профессиональной награды владельцу компании – практикант разродился чуть ли не очерком; сказали придумать дизайн для баннерной рекламы ветклиники, а студент чуть ли не айдентикку предлагает поменять.

Инициатива на практике – это очень хорошо. Но любая инициатива должна быть целесообразной и согласована с руководством. Иначе это может привести к потере драгоценного времени, трате сил впустую и ненужным конфликтам. И когда практикант сталкивается с подобными ситуациями не на страницах методических пособий, а в реальной жизни, на своей шкуре испытывает, чем это чревато, тогда он быстрее понимает, почему в работе зачастую четкость важнее “креатива”.

Практика учит взаимодействовать с коллективом. В учебной группе студент привыкает, что все зависит только от его способностей: и оценки, и похвала или критика преподавателя. На работе всё по-иному.

Например, студент проходит проектную практику в организации, которая создает для одного из клиентов коммерческую презентацию. Один человек готовит текст, другой (практикант) – фотографии, третий – отвечает за дизайн. Практикант и его коллега сделали свою работу, а дизайнер по никому не известным причинам не нарисовал презентацию. В лучшем случае

ему оперативно находят замену. В худшем – проектная группа теряет заказчика.

Или, например, студент проходил практику на телеканале. Поехал с оператором на съемку, но, понадеявшись на профессионализм старшего товарища, не проследил, что тот снял на месте события. На монтаже выяснилось, что планов не хватает. А телевидение – это не сетевое СМИ, в котором отсутствие нужных фотографий можно компенсировать описанием по памяти. Здесь важна “картинка”. И теперь нужно что-то придумать, чтобы через два часа сюжет оказался в эфире и зритель ничего не заметил.

Другой пример: в рекламном отделе руководитель попросил практиканта согласовать буклет с заказчиком. Ответственный практикант отправил все по электронной почте, но подтверждения о получении письма заказчиком не получил. Проходит день, второй, третий. Руководитель спрашивает у практиканта, что с заказчиком. Практикант отвечает, что он молчит. И только через несколько дней выясняется, что вторая сторона ничего не получала – письмо ушло в спам. То есть практикант даже не задумался о том, чтобы сразу позвонить заказчику и узнать, получил ли он буклет.

Изложенные выше истории – это реальные ситуации, о которых рассказывали студенты после практики. Было бы неправдой, если бы мы сказали, что подобные проблемы возникают только у студентов. Они возникают у всех: и у тех, кто только начинает работать, и даже у тех, кто уже вышел на пенсию. Но именно погружение в практику еще на этапе обучения в вузе помогает студенту получить не только профессиональный, но и жизненный опыт. Во время практики он учится оперативно находить решения внезапно возникших проблем, проявлять предусмотрительность и характер там, где это необходимо. И это воспитывает, закаляет его и как профессионала, и как личность.

Е. В. Тюрина.

Воспитательная работа на факультете журналистики ВГУ: традиции и инновации (из опыта работы замдекана)

В сентябре 2006 года автор данной статьи приступил к обязанностям заместителя декана по воспитательной работе на факультете журналистики ВГУ, сменив на этом посту Виктора Владимировича Гаага, в течение 20 лет занимавшегося «трудными» студентами. Своим основным методом воспитания и перевоспитания В. В. Гааг называл воспитание трудом. Реализовывалось это следующим образом: студентов (главным образом это были юноши, которые своим поведением доставляли неудобства окружающим) Виктор Владимирович приглашал к себе в мастерскую и просил помочь с изготовлением нужных для факультета вещей – учебных столов, стульев, лавок. В процессе физического труда велась неспешная беседа о жизни, человеческих ценностях и принципах, о литературе и творчестве. И вот через некоторое мы видели, что парни уже сами, по своей инициативе, приходили в мастерскую, приносили инструмент, спрашивали, чем помочь. И приводили друзей! Уже не только «трудные», но другие неравнодушные к работе ребята весело стучали и пилили в факультетской мастерской. Но это были 1990-начало 2000 годов, когда ещё воспитательная работа в вузах не была стандартизирована и велась от сердца, от души.

К окончанию первого десятилетия нового века в этой сфере стали происходить изменения. Для начала были введены ежегодные планы воспитательной работы каждого факультета, за которыми логически следовали отчеты. Первоначально они писались в вольной форме, каждый профильный заместитель декана сам решал, какие направления работы были на его факультете приоритетными. Позже появилась единая для всего ВГУ схема, которая включала мероприятия, проводимые совместно с общеуниверситетскими структурами: отделом внеучебной деятельности студентов, студенческим культурно-массовым центром, спортивным клубом, психолого-консультационной

службой и университетским студсоветом. После этих обязательных разделов можно было отдельными пунктами обозначить внутрифакультетские и прочие мероприятия. Вот эти последние пункты как раз и представляют наибольший интерес как носители основных традиций журфака ВГУ.

Во всех учебных заведениях, будь то школа, вуз или техникум, День знаний, отмечаемый первого сентября, не остаётся без внимания. И если в общеобразовательных школах – нельзя не отметить! – наблюдается тенденция к «сворачиванию» праздника, уменьшению его масштабности, то в вузах, наоборот, с внедрением дистанционных технологий он становится более грандиозным. Школьники теперь видят торжественную линейку только в начале 1, 9 и 11 класса, а для остальных детей 1 сентября стал обычным учебным днём, как в довоенные годы. В вузах же, и в частности, в ВГУ, наблюдается обратная тенденция: благодаря введенной в 2021 году традиции вступительных онлайн-лекций ректора, получить поздравление с праздником знаний могут не только первокурсники, собранные в самой большой аудитории факультета, но и ребята старших курсов, и даже выпускники. А после выступления ректора начинается уже внутрифакультетская программа, которая на каждом факультете своя. Журфак традиционно готовит студенческие капустники, которые органично объединяют важные и строгие напутственные слова заместителей деканов, заведующих кафедрами и добрые, весёлые авторские поздравления декана с презентациями актива факультета и номерами студенческой самодеятельности.

Первый учебный месяц для первокурсников посвящен их интеграции в студенческую среду. Старшие активисты готовят для них ряд игровых мероприятий, которые позволяют в ускоренной форме познакомиться с расположением аудиторий в учебном корпусе, узнать имена и некоторые важные сведения о преподавателях, выявить лидеров студенческого сообщества и попробовать стать одним из них. О динамичной форме проведения мероприятия говорит само его название – «Пыль столбом». Это эксклюзивная «игра на местности» внутри фа-

культета, в основе которой лежит принцип педагогической вожацкой «вертушки», применяемой во многих Школах актива либо в только что сформированном детском коллективе во время организационного периода. Эксклюзивность проявляется в тематической направленности творческих станций. К примеру, «Удиви меня» предполагает выявление лиц с нестандартной формой мышления, «Дали на мели» позволяет выразить способности к изобразительному искусству и т.п.

Наиболее сложным в организации представляется выездное «Посвящение в студенты». Успех его зависит не только от уровня подготовленности организаторов-старшекурсников, но и от не зависящих от нас условий, в частности, от погоды, поскольку двое суток студенты проводят на открытой местности в лесу при полном отсутствии благ цивилизации. На такой выезд отваживаются далеко не все первокурсники, около 90% которых составляют девушки. Организаторы заранее предупреждают обо всех предстоящих сложностях, перечисляют список необходимого снаряжения и строго следят за подготовкой к такому многолюдному выходу за пределы факультета. Кроме того, попасть на него могут не все желающие. Если организаторы видят, что студент может доставить проблемы своим поведением или неподготовленностью, ему рекомендуют остаться в городе. Тем же, кто оказался на Поляне Посвящения, предстоят двое суток сверхинтенсивной творческой подготовки: работа с прозаическими и поэтическими текстами, психологические игры-тренинги, задания на сплочение команд и на знакомство. Апофеозом всего становится короткая, но откровенная беседа со старшекурсником либо недавним выпускником, в процессе которой новичок пытается понять своё место в выбранной профессии, в новом коллективе, а возможно, и вообще в жизни. Такие беседы никого не оставляют равнодушным, вызывают буквально взрыв эмоций и запоминаются на всю жизнь. И долго, уже вернувшись в город, первокурсники называют своих отрядных комиссаров «мами» и «папами» (несмотря на разницу в возрасте всего лишь в год-два), а факультетские информационные ресурсы буквально переполняются словами благодарности.

Столь же проникновенным и глубоким по уровню эмоций является и другое факультетское мероприятие – ежегодный Журфаковский костёр на фестивале «Парус Надежды». Это одновременно и неформальное общение студентов с преподавателями, и встреча выпускников, и коллективный творческий вечер-концерт. Только что завершена сессия, факультет выпустил новую плеяду подготовленных к профессии молодых людей, которые начинают искать работу. И тут порой в процессе общения складывается тандем «работник-работодатель»: приехавшие на эту встречу представители СМИ – выпускники журфака разных лет – находят новых сотрудников или берут практикантов на лето. К слову, так бывает и на «Посвящении»: более успешные выпускники «приглашают в профессию» тех, кто находится в поиске.

На сегодняшний день в календарном плане работы факультета значится более 30 постоянных и непостоянно проводимых мероприятий. И ежегодно возникает необходимость анализировать проделанную в течение учебного года работу. Это своего рода свободная рефлексия замдекана по ВР, которая прилагается к официальному отчёту. Так, перечитывая аналитические записки к отчётам по воспитательной работе на факультете за последние несколько лет, можно проследить общие изменения, которые, в свою очередь, связаны с тем, что происходило не только в стенах журфака, но и за его пределами.

Вот, в частности, о чём напоминает самоанализ работы заместителя декана по воспитательной работе за 2016-17 учебный год: «Из недостатков стоит отметить отсутствие явного прогресса творческой и организационной работы по подготовке и проведению фестивалей «Первокурсник» и «Весна», мы никак не можем выйти в Высшую лигу. Заместителем декана по воспитательной работе предпринимались попытки по смене лидера в этом направлении, что, однако, было встречено отказом со стороны студенческого самоуправления.

Образовался и функционирует литературно-дискуссионный клуб «Горе от ума». Руководитель – к.ф.н., ст. преп. кафедры истории журналистики и литературы Лысякова Ю.А.

Необходимо сказать о спонтанно вспыхнувшем желании участников литературно-дискуссионного клуба «Горе от ума» проводить открытые заседания и осуществлять волонтерскую деятельность. Инициативная группа во главе с к.ф.н, ст. преп. Ю.А. Лысяковой пришла к руководству Воронежской школы-интерната для слабовидящих детей с предложением проводить еженедельные чтения детской литературы по ролям. Об этом благом деле студентов факультета даже был показан сюжет по телеканалу «Россия-Воронеж».

2017-18 учебный год продолжает начинания предыдущего и «ознаменован для нас долгожданным выходом в Высшую лигу фестиваля «Студенческая весна». Стоит отметить большую роль в этом нового координатора творческой деятельности факультета Натальи Мокроусовой, которая, помимо этого, является талантливым автором песен (музыки и слов), сценаристом и продюсером.

Новые инициативные и неравнодушные студенты влились в факультетские ряды «Бессмертного полка». Девушки (в большинстве именно прекрасная половина факультета) помнят и искренне гордятся своими героическими прародителями. У некоторых из них таблички полнятся лишь именами – на фотографии уже просто не хватило места, так много предков были героями ВОВ.

В конце учебного года на факультете прошли перевыборы председателя студенческого совета. Евгения Турбина, который за три года работы сумел поднять престиж и влияние этого органа самоуправления на довольно высокий уровень, сменила второкурсница Анастасия Веневитина. Она участница многочисленных волонтерских проектов, творческих конкурсов и других мероприятий. Каким она станет лидером сообщества? Покажет время. Стоит отметить в целом небывалый подъем студенческой активности в связи с выборами в студсовет. Было предложено около 20 кандидатур на должность председателя! Лично деканом факультета был разработан регламент и процедура выборов. Обновлённый студсовет продолжил работу, приняв многие традиции предыдущего состава».

И далее: «2018-2019 учебный год на факультете журналистики стоит охарактеризовать, в первую очередь, подъемом волонтерского движения. Студентка Анастасия Федосова, будучи уже в старших классах школы активным участником различных волонтерских групп в своём родном городе, привнесла огонь этой деятельности и в наши стены. Так, за год инициативной группой студентов было посещение 4 детских дома и приюта, а также собраны вещи для двух Домов престарелых. С учетом интенсивности этого вида деятельности, процесс можно уже назвать постоянным: коробка для сбора вещей и книг пополняется в течение всего учебного года.

Очень хорошим получился поход в составе «Бессмертного полка»: собрались те ребята, которым это действительно интересно и нужно. Хотя в конце шествия сетовали на то, что акция могла быть и лучше организована: долгие простои, затем интенсивное движение (почти бег) в течение нескольких часов без возможности отлучиться были сопряжены с определенными сложностями. Что, однако, не повлияло на общий настрой делегации.

Всё более проблематичными становятся посещения ветерана факультета, одинокой пенсионерки Маргариты Ивановны Стюфляевой. В силу возраста она стала настороженно относиться к незнакомым людям, неохотно разговаривает со студентами. Поэтому воспитательная составляющая таких визитов сводится к минимуму. В дальнейшем, скорее всего, посещения будут проводиться сотрудниками факультета без участия обучающихся.

Посещения могил ветеранов факультетаполнились еще одним адресом: умер Л.Е. Кройчик. Гражданская панихида была очень многочисленной: студентов, выпускников и преподавателей с трудом вместил зал Главного корпуса. Для студентов, пожелавших проститься с Учителем, понадобился целый отдельный автобус, а многие пришли на Коминтерновское кладбище пешком.

Интересно, тепло и даже по-домашнему (с чаем и печеньями) стали проходить заседания Киноклуба. В середине учебного года с инициативой проводить заседания на факультет при-

шла недавняя выпускница Марина Мельникова, являющаяся теперь активисткой движения «Молодая жизнь». Фильмы для просмотра согласовываются с заместителей декана по ВР заранее, предпочтение отдаётся новым отечественным лентам, вызывающим общественный резонанс.

2020-21 учебный год: «После Анастасии Веневитиной, так и не сумевшей стать лидером студенческого сообщества, место председателя студсовета факультета занял Никита Смотров. Анастасия приняла решение сосредоточиться на движении КВН и направлении стендап-творчества. Никита является также и председателем Совета общежития. В минувшем году возникала необходимость коллективного вмешательства в проблемы быта и межнациональных коммуникаций между студентами факультета. Никита сумел вовремя сигнализировать о проблеме, благодаря чему ситуация не зашла слишком далеко. Н.Смотров инициативен на заседаниях Ученого совета факультета, оперативно доносит пожелания студентов до ППС.

Как всегда на подъеме прошел фестиваль «Первокурсник», но вот в весеннюю волну студенческого творчества внесла свои коррективы пандемия коронавируса.

Среди авторского студенческого творчества стоит отметить работу четверокурсницы СПО Александры Пантак (фотовыставка «Подойди поближе»), ставшей известной за пределами факультета и получившей приглашения Областного краеведческого музея и музея им.Крамского.

Студенческий проект видеотворчества «По щелчку» вышел на новый уровень развития, стал производить больше социально значимого продукта. Среди недавних работ – ролик «Что вы знаете о молоке» с участием 7-10-летних воронежцев, посвященный Дню защиты детей.

Литературный клуб «Горе от ума» во втором семестре полностью перешел в онлайн-формат. С одной стороны, это лишило заседания определенного шарма, с другой – в клубе появились иногородние участники, в том числе и нестуденческого возраста.

В целом, по понятным причинам, первый семестр в плане воспитательной работы можно считать более результативным.

Дистанционные формы этой работы еще пока находятся в стадии развития. На наш взгляд, эффективным будет совмещение дистанционной и контактной форм взаимодействия со студентами, с преобладанием всё-таки привычных методик».

В 2021-22 учебном году «в условиях продолжающейся пандемии многие мероприятия проходили в онлайн- и смешанном формате, что не лучшим образом сказалось на их качестве и степени воздействия на целевую аудиторию. Хотя нельзя не отметить, что студенты, работая над многочисленными видео, приобретают неоценимый опыт, который, несомненно, пригодится журналистам в будущем.

Ушла (выпустилась) сильная творческая команда. Поэтому следующий год в творческом плане может оказаться непредсказуемым, хотя преемники и подают большие надежды.

Ощущается острая необходимость в стимуляции волонтерской деятельности, поскольку современное общество всё более и более нуждается в безвозмездной помощи молодых энергичных людей. Но одними идеалами сегодня молодежь не привлечь. Поэтому есть потребность в разработке системы косвенно-материального, морального и других видов стимулирования.

Заметен подъем патриотического самосознания в обществе в целом и в ВГУ в частности. Молодые люди постепенно осознают важность этого подъема.

Умерла легенда факультета, доцент, кандидат филологических наук, крупнейший специалист по публицистике и образности Маргарита Ивановна Стюфляева, в последние десятилетия она была одинокой пенсионеркой факультета, студенты ходили к ней в гости. Неформальное общение с преподавателями и публицистами предыдущего поколения приносило студентам неоценимую пользу.

Прекрасная традиция и украшение факультета – постоянно меняющаяся экспозиция фотовыставки. Она уже не помещается на своем изначальном месте, в зоне коворкинга «Серые столы», картины и фотографии заполнили стены возле 110 аудитории, «выползли» в левый коридор первого этажа. Немаловажная роль в этом принадлежит студентам и кураторам СПО».

2022-23 учебный год: «В ушедшем учебном году в активе факультета произошло две замены. На место председателя студсовета Никиты Смотровой пришла студентка 3 курса Алина Горлова. Она является признанным авторитетом среди студентов всех направлений, однако и Никита продолжает помогать в организации мероприятий, перейдя уже на уровень аспиранта и молодого преподавателя.

Факультетский литературный клуб сменил дислокацию. Теперь заседания проходят в помещении клуба «Кратер». Университетские аудитории намеренно не используются, так как посетителями обсуждений являются не только студенты, но и выпускники, а также друзья и все, кому интересна литературная дискуссия. Такой состав участников вызывал вопросы у службы охраны ВГУ и доставлял дополнительные сложности обеим сторонам.

Факультет имеет поводы гордиться результатами работы факультетского радио «Навигатор». В минувшем учебном году творческая команда заняла ряд призовых мест в профессиональных конкурсах.

В течение всего учебного года вызывала вопросы и нарекания организация работы творческого актива факультета, и связано это со спецификой координатора творческой деятельности Алеси Наумовой. Возникали сложности в разных сферах, в том числе даже с коммуникацией и проведением внутрифакультетских мероприятий. Тем не менее, это не сказалось на результативности выступлений факультета на фестивалях студенческого творчества различных уровней. Алесь, окончив бакалавриат, уступила место координатора Юлии Тимошенко».

Разумеется, далеко не все мероприятия, проводимые на факультете, возможно отразить в отчёте. Некоторые из них, которые не требуют в данный момент особого внимания, приводятся в общей таблице отчётов.

Подводя итог анализу традиций и инноваций в воспитательной деятельности факультета журналистики, хочется выделить два основных аспекта. Первый – это всё повышающийся уровень стандартизации в работе. Так, в 2022 году введена единая

Программа воспитания ВГУ, которая активно интегрируется в учебный процесс. С одной стороны, это облегчает систематизацию работы и, обозначая общеуниверситетские тенденции, вписывает их в общую воспитательную линию государства. Но с другой, это может привести к формализации деятельности. А воспитание человека и гражданина – процесс точечный и очень индивидуальный. Второй аспект, который хотелось бы выделить, касается непосредственно факультета журналистики. Речь здесь о студенческом самоуправлении. Процесс этот долго и болезненно налаживался в начале 2010 годов, формировалась система профильных отделений и сообществ, однако сейчас можно с уверенностью сказать, что механизм работает если не идеально (не будем себе льстить), то, по крайней мере, относительно эффективно: выстроена система информирования, самостоятельно реализуется принцип преемственности, студенческие инициативы не остаются не услышанными и по мере возможности реализуются.

М. И. Цуканова.

ПОЛОЖЕНИЕ о медиакоммуникационном центре факультета журналистики ВГУ

1. Общие положения

1.1. Студенческий медиакоммуникационный центр факультета журналистики ВГУ (далее – Медиацентр) является студенческим общественным объединением, представители которого входят в состав студенческого совета факультета журналистики ВГУ

1.2. В своей деятельности Медиацентр руководствуется государственными нормативными документами в сфере образования, воспитания и молодежной политики, работы СМИ, локальными актами университета и настоящим Положением, утвержденным приказом декана факультета журналистики ВГУ.

1.3. Медиацентр формируется из числа обучающихся факультета журналистики ВГУ очной или заочной формы обучения.

1.4. Преподаватели и сотрудники факультета журналистики ВГУ могут выступать в качестве консультантов Медиацентра.

2. Основные цель и задачи Медиацентра

2.1. Целью деятельности Медиацентра является информационная поддержка и освещение социально значимых событий, организаторами и участниками которых являются обучающиеся и преподаватели факультета журналистики ВГУ.

2.2. Задачи Медиацентра:

– информационная поддержка и содействие органам студенческого самоуправления, студенческим объединениям факультета в освещении их деятельности;

– создание условий для развития социальной, творческой активности студенческой молодежи;

– увеличение количества обучающихся, вовлеченных в деятельность органов студенческого самоуправления и информированных о ней;

– укрепление и развитие отношений между органами студенческого самоуправления, студенческими объединениями

и структурными подразделениями факультета журналистики ВГУ, а также другими различными молодежными образовательными и общественными объединениями;

- содействие реализации общественно значимых молодежных инициатив;
- предоставление возможности прохождения практики студентами всех направлений ВО, реализуемых на факультете журналистики ВГУ.

3. Основные направления деятельности Медиациентра

3.1. Медиациентр осуществляет свою деятельность в следующих направлениях:

- разностороннее информирование студенческой молодежи и сотрудников факультета посредством различных медиапродуктов (официальный сайт факультета журналистики ВГУ, газеты «Третий глаз», «Сорок-А», «Наше радио», Ютуб-канал «Журфак ВГУ», интернет-портал «5-сов», факультетские аккаунты в соцсетях);
- приобщение к корпоративной культуре университета, содействие в развитии чувства общности внутри студенческого сообщества и работников факультета журналистики;
- содействие развитию личности студентов (интеллекта, творческих способностей), формированию активной жизненной позиции, социальному и профессиональному становлению обучающихся;
- организация учебных (практических) занятий и мастер-классов для студентов, вовлеченных в творческий процесс Медиациентра;
- создание различных медиапродуктов.

4. Порядок формирования, структура, организация работы Медиациентра

4.1. Членом Медиациентра может стать каждый преподаватель и любой обучающийся очной или заочной формы обучения факультета журналистики ВГУ. В состав Медиациентра могут входить представители студенческого совета факультета журналистики ВГУ, но не более 2 человек.

4.2. Коллегиальным исполнительным органом Медиациентра является Совет, который состоит из 5 руководителей (сайт;

сфера печатных СМИ; сфера интернет-СМИ; сфера радио; социальные сети) и секретаря, кандидатуры которых выдвигаются на собрании членов Медиацентра и утверждаются деканом на 1 учебный год;

4.4. Руководители направлений:

- осуществляют текущее планирование выпуска медиапродуктов на своих платформах и отвечают за их качество (официальный сайт факультета журналистики ВГУ, газеты «Третий глаз», «Сорок-А», «Навигатор», Ютуб-канал «Журфак ВГУ», интернет-портал «5-сов», факультетские аккаунты в соцсетях);
- готовят представления на поощрение обучающихся, активно принимающих участие в создании продукции Медиацентра.

4.4. Секретарь:

- избирается на собрании членов Медиацентра на 1 учебный год;
- ведет протоколы собраний;
- взаимодействует со всеми руководителями Медиацентра;
- оповещает членов Медиацентра о предстоящих встречах и собраниях;
- организует работу группы Медиацентра в социальной сети vk.com.

4.5. Совет Медиацентра:

- планирует деятельность на учебный год;
- координирует работу, направленную на создание информационных продуктов, и их выпуск не позднее 25 числа каждого месяца;
- координирует организацию освещения важных событий, происходящих на факультете и в университете, студенческих мероприятий и социально значимых проектов в сети Интернет;
- взаимодействует со СМИ университета, города, области.

4.6. Собрания Медиацентра проходят не реже 1 раза в месяц.

4.7. Член Медиацентра:

- может участвовать в планировании деятельности Медиацентра;
- вносить предложения в работу Медиацентра и рабочей группы;
- привлекать к деятельности Медиацентра обучающихся факультета журналистики.

5. Взаимодействие Медиацентра

5.1. На основе принципов сотрудничества, взаимосвязи, коллегиальности Медиациентр может взаимодействовать с кафедрами, секторами практики, со всеми структурными подразделениями факультета журналистики, другими студенческими объединениями, структурными подразделениями университета, медиациентрами других вузов, областными и городскими СМИ.

5.2. Взаимодействие может осуществляться по всем направлениям деятельности.

5.3. Медиациентр может выступать как партнер в мероприятиях, организованных для молодежи города.

6. Права Медиациентра

6.1. Предлагать к реализации на различных уровнях студенческие социально-значимые проекты информационной направленности.

6.2. Участвовать в разработке и обсуждении проектов локальных нормативных актов, затрагивающих права и законные интересы обучающихся университета.

7. Обязанности Медиациентра

7.1. Соблюдать принципы сотрудничества при взаимодействии с другими студенческими объединениями, структурными подразделениями университета, медиациентрами других вузов, областными и городскими СМИ.

7.2. Вести необходимую документацию по работе Медиациентра, указанную в данном Положении.

7.3. Освещать и анонсировать события, проходящие на факультете и в университете.

7.4. Заниматься просветительской деятельностью по отношению к зрителю/читателю/слушателю.

7.5. Выпускать медиапродукты в соответствии с планом работы.

7.6. Информировать студентов о своей деятельности.

8. Обеспечение деятельности Медиациентра

8.1. Руководит работой Медиациентра декан факультета заместитель декана по творчеству.

8.2. Медиациентр располагается в ауд. 116.

8.3. Медиациентр может использовать материально-техническую базу и аудиторный фонд факультета журналистики по согласованию с деканатом.

Приложение 2



Авторский коллектив

Преподаватели и сотрудники факультета журналистики ВГУ



Заказчик

Внутренний проект,
инициирован
деканом
(д. филол. наук, проф.
В. В. Тулуповым)
и активистами
факультета
журналистики



Сроки

1 января 2021 г. —
13 ноября 2021 г.

Проблематика



60 лет с начала подготовки профессиональных журналистских кадров в Центральном-Чернозёмном регионе и в Воронежском государственном университете – значимое событие, с одной стороны, для региона и города, с другой, для всей системы российского журналистского образования, специфика и колорит которого создаются не только в столице, но и на местах.

Проблематика

Мы уважаем и чтим традиции, что позволяет нам чувствовать силу и уверенность в завтрашнем дне.

Мы не стоим на месте, внедряем новые формы и методы работы, что делает нас современными и и востребованными сегодня и сейчас.



Наш девиз «Жизнь в творческом полёте»
позволяет быть вне времени.

Целевые аудитории

B2P:

- Профессорско-преподавательский состав и сотрудники факультета, работающие в разные годы.
- Сегодняшние студенты и выпускники разных лет.



B2B:

- Коллеги из разных российских и мировых вузов, представляющие факультеты журналистики, институты медиакоммуникации, рекламы и связей с общественностью.
- Российское академическое сообщество.



Целевые аудитории

B2G:

- Федеральные и региональные государственные учреждения, формирующие государственный заказ на подготовку профессиональных кадров в сферах журналистики, медиакоммуникации, рекламы и связей с общественностью.

B2C:

- Абитуриенты, их родители.
- Образовательные учреждения среднего, средне-специального и высшего уровня.

B2B:

- Бизнес-сообщество, представители работодателей – заказчики образовательных услуг факультета.
- Бизнес-сообщество, потенциальные заказчики коммуникационных услуг факультета.



Задачи проекта



ВНЕШНИЙ КОМПОНЕНТ
ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ПОДГОТОВКИ
СЛУЖАЩИХ
ПОЛИЦИИ
ПОСРЕДСТВОМ
ИСПОЛНЕНИЯ
ПРОЕКТОВ
НА ПРАКТИКЕ
В РАМКАХ
ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ПОДГОТОВКИ
СЛУЖАЩИХ
ПОЛИЦИИ
ПОСРЕДСТВОМ
ИСПОЛНЕНИЯ
ПРОЕКТОВ
НА ПРАКТИКЕ



- Обратиться ко всем значимым целевым аудиториям и провести мероприятия, соответствующие их уровню, профессиональным и личным интересам (научные, методические, творческие, спортивные и др.);
- провести мероприятия, способные стать драйверами развития взаимоотношений с перспективными целевыми аудиториями в будущем;
- воспитать молодое поколение на примерах богатой традициями и событиями истории факультета журналистики ВГУ;
- сформировать неповторимую атмосферу, подтверждающую статус ключевого образовательного учреждения в ЦЧР и в Воронеже, где готовятся и воспитываются кадры для творческих коммуникационных видов профессиональной деятельности.

Коммуникационная стратегия

Стратегия предполагает продвижение бренда журфака ВГУ, повышение узнаваемости и информированности целевых аудиторий (среди основных групп – абитуриенты и родители; студенты и выпускники; преподаватели родственных факультетов российских и зарубежных вузов; работники медиа городов и областей ЦЧР; общественность и чиновники Воронежа и Воронежской области).



Тактика, креативные решения

Тактические действия предполагают решение ценностно-ориентирующих задач, а также задач по дифференциации, выделению объекта продвижения в ряду реальных и потенциальных конкурентов: показ достижений воронежской научно-образовательной школы журналистики (шире – массовой коммуникации) по всем направлениям деятельности, принятой в вузах: образование, наука, издательская деятельность, общественная деятельность и др.

2.5. Научно-образовательная школа журналистики Воронежского государственного университета

Творческая специализация в классическом университете. Подготовка журналистов в Воронежском университете началась в 1940 г., когда был создан факультет журналистики. Факультет журналистики Воронежского государственного университета в настоящее время базируется в Воронежской и Белгородской областях¹. Для будущих журналистов был прописан специальная курс: «Газетное дело, включающий в себя сведения по оформлению газетных полос; по проблематике и методам публикации. Защита на факультете вел структурных областей газеты «Коммуна» и «Молодой комсомолец», а также представителей сектора богата в материалах, издательского отдела службы с практической работой наместной. Официально же подготовка журналистских кадров в ВГУ началась осенью 1961 г., когда по решению Министрства высшего и среднего образования на филологическом факультете было создано заочное отделение журналистики, принявшее первые 23 человек. Это был чрезвычайно смелый и ответственный шаг: по рейтингу ВГУ тех лет профессор Борис Иванович Микшаев оспаривал и решительности было не забывать. Университет в начале 60-х бурно развивался: открылись юридический факультет и факультет романо-германской филологии, философско-математический факультет был разделен на два – физический и механико-математический, появились новые специальности – «Геофизика», «Биофизика», «Химия полупроводников», «Техническая кибернетика» и др.

Специфика молодого отделения журналистики заключалась в том, что это была единственная творческая специализация в классическом университете, потребовавшая особой организации учебного процесса. Основы выдержки по созданию отделения легли на плечи замечательного ученого-педагога Валентину Вячеславовичу Ситенко и Георгия Владимировича

¹ Крючков Л. Э., Туркина В. В. Роль Воронежского государственного университета в развитии СМИ региона // Славянский мир: область и многообразие. Международная конференция научной конф. / отв. ред. Ю. А. Савицкий. Воронеж, 2003. С. 181–182.

Тактика, креативные решения

Перманентное – в течение года – информационное воздействие на целевые группы, в т.ч. использование различных информационных площадок (сайт ВГУ, сайт факультета журналистики, Youtube, учебная пресса, ДОД и др.) и прежде всего социальных сетей (Фейсбук, ВКонтакте, Одноклассники, Твиттер) для активизации реакции корпоративного сообщества (выпускники, партнеры и др.).



Тактика, креативные решения

Основная тональность мероприятий в юбилейный год (ТоУ) – ностальгическая, нота, которую мы уже давно проводим красной нитью в клипах. Это нашло отклик и у выпускников – они стали выкладывать старые фотографии, вспоминать и излагать истории (В. Чемодуров, Л. Луговская и др.). Выпускники 1996 г. даже завели отдельную беседу в WhatsApp, к которой сразу же присоединились наши иностранцы – некоторые уже дедушки и бабушки...

Чемодуров Виктор

9 ноября

К 60-летию Журналистского образования в ВГУ

ЧЕМ И КАК, ПОМИМО УЧЁБЫ, ЖИЛА ПЕРВАЯ ГРУППА ОЧНИКОВ
ЖУРФАКА? ВСПОМИНАЮТ СТУДЕНТКИ 1968 – 1973 годов.

ОЛЬГА СЕРГИЕНКО – г. Лысково Нижегородской области: «ВСЕ
ПЕЩЕРЫ ДИВНОГОРЬЯ БЫЛИ МОИМИ, НАС ХВАТАЛО НА ВСЕ!»
Ещё



и ещё 7



Людмила Sandler, Елена Бебчук и ещё 19

Поделиться: 1

Практические действия

- Установление мемориальной доски основателям факультета журналистики.
- Актуализация контента сайта журфака.
- Обновление баннеров на 2-м этаже и в конференц-зале.
- Подготовка видеопрофильмов (курсовых проектов) о журфаке.



В ПАМЯТЬ ОСНОВАТЕЛЕЙ ФАКУЛЬТЕТА ЖУРНАЛИСТИКИ ВГУ

НАША РАБОТА | 21 СЕНТЯБРЯ 2021 | МОСКВА



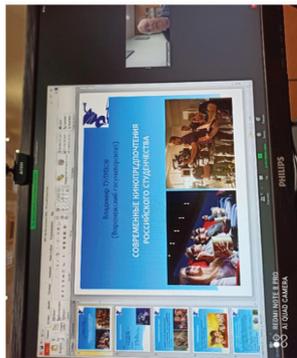
На днях состоялось 80-летие кафедры журналистики факультета журналистики Московского государственного университета на факультете журналистики была открыта мемориальная доска.

Она посвящена тем, кто стоял у истоков образования журфака ВГУ: доктору филологических наук, профессору Борису Владимировичу Анисиму, Борису Владимировичу Кривенко, профессору Владимирскому профессору и Ляпу Владимиру Прохому. В мемориальной доске также упомянуты имена выдающихся журналистов, выпускников факультета журналистики МГУ: Евгения Михайловича Мамы, Валентина Ивановича Губина, коллегий Мамына, Дмитрия Соколовых, профессора-преподавателя Игоря Громова. А также вступил работу – известному журналисту и учредителю Издательского Дома «Вестник».

К сожалению, в связи с переездом мемориальная доска находится в гараже и в области видимости посетителей нашей библиотеки – временно, она состоится 21 сентября 2021 года.

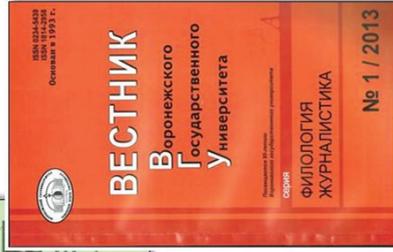
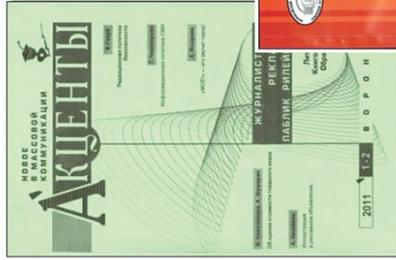
Практические действия

- Научно-практические конференции:
 - Международная майская – исследователей МК;
 - Всероссийская октябрьская – студентов и аспирантов;
 - Региональная декабрьская – секция Рождественских чтений.



Практические действия

- Журфак ВГУ, возглавляющий региональное Центральной и Центрально-Чернозёмной России, провёл учебно-методическое объединение по журналистике, провёл 21-е заседание с выпуском сборника материалов.
- Публикация статей о подготовке медиаспециалистов в ВГУ («Вестник ВГУ», «Акценты» – Воронеж, «Век информации» – Санкт-Петербург).



Практические действия

- Журфак ВГУ – организатор конкурса студентов «Медиаарт», по 4 номинациям: Учеба, Наука, Практика, Общественная деятельность.
- Конкурс проводился в 10-й раз; победители юбилейного конкурса получили дипломы лауреатов и денежные призы.



Практические действия

- Журнал ВГУ - организатор региональной Олимпиады старшеклассников по журналистике «Проходной балл»

Пять первых мест заняли семеро смелых

МАРИНА КИРВИЧЕНКО / 18.04.2020 / ИЖСКОСТИ



направление высшего образования журналистика и филология. Представили выступления победители

Поздравляем отличившихся участников Олимпиады старшеклассников по журналистике имени В.М. Лисовца в форме эссе-выступления конкурса «Проходной балл». В торжественной обстановке в Гостином дворе Московской области в рамках ИЖСКОСТИ (ИЖСКОСТИ) 2. Алена Евдокимова (ИЖСКОСТИ МОСШ №58, 3. Анастасия Лисова (ИЖСКОСТИ Новоусманский район).

четвертое место заняла Софья Плещина (ИЖСКОСТИ гимназия №79 им. Н.З. Подольникова, г.Лыткарино), а на пятом - Софья Тришкова (ИЖСКОСТИ гимназия №100 г.Воскресенск). В торжественной обстановке в Гостином дворе Московской области в рамках ИЖСКОСТИ (ИЖСКОСТИ) 2. Анастасия Лисова (ИЖСКОСТИ Новоусманский район).

Жюри оценивало выданные выступления школьников на тему «ИТОГИ СОВЕРШЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ», применяя такие критерии, как самостоятельность оценки и способность к их аргументации; подтверждение суждений примерами из практики современной журналистики; способность последовательно и логично выстраивать выступление; умение владеть речевыми приемами.

Второй тур конкурса будет сыгран в этом году на территории ИЖСКОСТИ (ИЖСКОСТИ) 2. Напомним, что итоги ИЖСКОСТИ 2020 будут опубликованы на официальном сайте ИЖСКОСТИ на

Робертос Каррера - президент Международного журналистского союза, 1995-2021 гг.

1995 - Александр Аким, Гомель, Беларусь

1996 - Александр Александрович Борзов, Омск, Омский областной университет

1997 - Карина Карина, Угандо, Омск, Карина Карина, Омск

1998 - Дарина Дарина, Омск, Дарина Дарина, Омск

1999 - Светлана Светлана, Омск, Светлана Светлана, Омск

2000 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2001 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2002 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2003 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2004 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2005 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2006 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2007 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2008 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2009 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2010 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2011 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2012 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2013 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2014 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2015 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2016 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2017 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2018 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2019 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2020 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2020 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2021 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2022 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2023 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2024 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2025 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2026 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2027 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2028 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2029 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2030 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2031 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2032 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2033 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2034 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2035 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2036 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2037 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2038 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2039 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2040 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2041 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2042 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2043 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2044 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2045 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2046 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2047 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2048 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2049 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2050 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2051 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2052 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2053 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2054 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2055 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2056 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2057 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2058 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2059 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2060 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2061 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2062 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2063 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2064 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2065 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2066 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2067 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2068 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2069 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2070 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2071 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2072 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2073 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2074 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2075 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2076 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2077 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2078 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2079 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2080 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2081 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2082 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2083 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2084 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2085 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2086 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2087 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2088 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2089 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2090 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2091 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2092 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2093 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2094 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2095 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2096 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2097 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2098 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2099 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск

2100 - Галина Галина, Омск, Галина Галина, Омск



Практические действия

- Журфак ВГУ – организатор регионального конкурса спортивных журналистов



Второй областной конкурс спортивных журналистов, посвящённый 60-летию журналистского образования в Воронежском государственном университете

Практические действия

- XXVII турнир по футболу среди журналистов ЦЧР



В четырнадцатый раз – призеры, в шестой раз – «бронзовые»

МАРИЯ КОТОВИЧ | 11.11.2017 | ФОТОСЪЕМКА



Команда журналистов ЦЧР не пропустила ни одного тура на мини-футболе среди журналистов ЦЧР имени Владимира Симоняка. Записано, что трижды «золотыми» по пяти раз – «серебряными» и «бронзовыми». И вот – 26-й турнир журналистов на уровне телеканала «Зеленый остров» в год 50-летия.

Нашим нашим работникам в турнире «сборной лиги» СМТ (СМТ) затем сыграли вничью 1:1 с командой Збонга, а в заключительной игре турнира «Зеленый остров» – «бронзовыми» завоевали. Это поражение стало оборотом жребия на третий матч, поскольку при равенстве очков командам стали определять по результату личной встречи. Тем не менее, обладательницей турнира продолжает оставаться команда «Зеленый остров».

Традиционные спонсоры – «Спутник» и авторский коллектив – «Деловые» Владимир Туртовский, Александр В. С. Записано и главный редактор «Литературной спортивной газеты» Евгений Архипович. На старте турнира присутствовали «Деловые» Владимир Симоняк, судья Викторина Катрич по футболу Анатолий Архипович, Притыкин, который является участником соревнований, что является в этом деле еще и командой, соревнуясь по мини-футболу, которые проводятся здесь, ежегодно по сей день.

https://www.presidentmedia.ru/news/4646494-turnir_dzazhurnistov.html

Практические действия

Всероссийский фестиваль медиатворчества молодёжи
«Жизнь в творческом полёте».

- Организация выставок (фотовыставка М.П. Вязового, выставка пейзажей В.В. Тулупова).
- Актуализация контента сайта журфака и создание персонального сайта декана.



A screenshot of the website for the Faculty of Journalism and Mass Communications of the Volgograd State University (VGU). The page is titled "Новости" (News) and features a "Новости" (News) section with a list of articles. The main article is titled "Итоги фестиваля: конкурс журфака ВГУ" (Festival results: VGU journalism faculty contest). Below the article title, there are several small photographs showing students participating in the festival. The website header includes the VGU logo and navigation links. The footer contains contact information for the faculty.

Практические действия

- Информация о юбилее на сайтах ВГУ и факультета журналистики, в соцсетях (ВКонтакте, Одноклассники, Фейсбук, Твиттер).
- Поздравления от выпускников.
- Фотоэкскурсии по журфаку
- Цикл интервью с выпускниками (студент ОЗО сделал в рамках практики), выставленный на сайте.



ВЫПУСКНИКИ



Практические действия

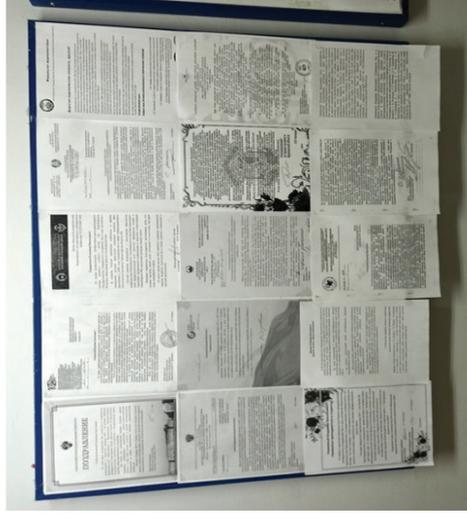
- Обновление экспозиции музея журфака.
- Оформление стендов об истории лаборатории учебного ТВ.
- Юбилейная онлайн-программа Дня факультета (включая песни декана).



Результаты

Основными показателями эффективности можно назвать следующие:

- Полученные телеграммы и поздравления от коллег из разных вузов (**1086**).
- Неиницированные тематические посты и публикации в СМИ и сетевых пабликах, личных аккаунтах. Пользовательский контент представляет собой базу инфопроводов для будущего контента (**190**).



Результаты



- Создание профильных групп, бесед и чатов выпускников в социальных сетях и мессенджерах (**формирование комьюнити**).
- Совокупный просмотр видео, приуроченных к юбилею, на официальном канале Youtube и сетевых пабликах (**3400**).
- Рост участников научных, методических и научно-практических конференций и других форматов деловых мероприятий (**370**).

КОММУНИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ





Факультет журналистики

Воронеж, ВГУ, 2023



ПРЕПОДАВАНИЕ ЯЗЫКОВЫХ ДИСЦИПЛИН

О роли изучения орфоэпического минимума в профессиональной подготовке журналиста: опыт факультета журналистики Воронежского государственного университета

На факультете журналистики Воронежского государственного университета традиционно уделяется большое внимание обучению нормам произношения и ударения. С середины 90-х годов издаются материалы – учебные и методические пособия, направленные на обучение студентов орфоэпии. Этот раздел языкознания выделен в отдельный практикум. Последнее издание учебного пособия «Орфоэпия» [1], опубликованного в 2018 году, включает в себя не только теоретический материал и практические задания, но и словарь, претерпевающий существенные изменения от издания к изданию как с точки зрения входящих в него слов, так и с точки зрения устоявшейся нормы произношения. В учебном пособии 2016 года для словаря отобрано 466 лексем, на основе которых составлен орфоэпический минимум из 250 слов.

Включённые в минимум лексемы были выявлены в результате наблюдений за речью носителей русского литературного языка, в том числе телеведущих центрального и местного телевидения, а также лиц, озвучивающих рекламные тексты. Преподавание русского языка показывает, что в повседневной речевой практике студентов отмечаются многочисленные ошибки как в произношении, так и в ударении, поэтому целенаправленная работа по изучению орфоэпического минимума является полезной для формирования нормативных произносительных навыков.

Предложенный студентам орфоэпический минимум складывается из пяти основных частей. Сюда входят:

1. Слова, имеющие допустимое вариативное ударение (а́вгустовский – допуст. августо́вский; нормирова́нный – допуст. нормиро́ванный). Необходимо сказать, что при составлении словника минимума лексемы намеренно давались без

помет, представленных в орфоэпических словарях. По нашим наблюдениям, студентам необходим точный и однозначный в нормативном отношении фонетический облик слова.

2. Слова с вариативным произношением (брю[н'э]т –! не рек. брю[нэ]т); (бу[тэ]рбрòд –! не рек. бу[т'э]рбрòд).

3. Формы слов с вариативным образованием (ездить – пов. н.: ёзди – ! неправ. ёздий; ехать – пов. н.: поезжай –! неправ. едь, ёхай, ежай).

4. Одинаковые по фонетическому составу слова с различным значением (завидно- с завистью, завидно- засветло; харàктёрный – типичный, харàктёрный– упрямый).

5. Трудные случаи ударения в глаголах и глагольных формах (занять – прош. зàнял, заняла, зàняло, зàняли; прич. действ. прош. зàнятый, зàнят, занята, деепр. заняв; ! не рек. заняло, зàнята, ! неправ. зàняла; неправ.з анял, -а, -о, -и, зàнятый, -нят, -а, -о, -ы; неправ. зàнявший, зàняв; неправ. заняты; грубо неправ. зàнять).

Представим список слов орфоэпического минимума, предназначенного для студентов факультета журналистики Воронежского государственного университета:

Августовский, агрономия, апокалипсис, апостроф, аранжировать, аранжированный, арахис, асимметрия, афера, афиняне, балованный, баловать, без умолку, безумолчный, бензопровод, биржевой, блюдо, блюда, боязнь, брелок, брелока, брю[нэ]т, бряцать, будущий, бутик, бутики, быстринà, бу[тэ]рбрòд, валовой, верба, вероисповедание, ве`черя, ви`зовый, волк, во`лка, волков, вор, вòра, вòров, временщик, втридорога, всенощная, вышеприведенный, галà-концерт, газопровод, гèнезис, гражданство, гренадёр, грубошёрстный, грушевый, гуру, гусеница, дерматин, диспансёр, добыча, дòгмат, дòгматы, дозвонисься, донельзя, досут, дрéвко, дремòта, ёздить – ёзди, ёмкость, ёмкостей, еретик, ехать – поезжай, жалюзй, завидно (с завистью), завидно (засветло), завсегдàтай, задòлго, задòлжник, заём, зàйма, заимобразно, закупоренный, занять – зàнял, заняла, зàняло, зàняли, заплёсневеть, запломбирòванный, запломбирòвать, звонить, звонйшь, звонят, злòба, знàмение, зубчатый, издавна, издрéвле, изобретèние,

иконопись, иноплемённый, инсульт, исковой, искони, исконный, искоса, искра, искус, исподволь, истеблишмент, истерия, каталог, катарсис, каучук, каучука, квартал, квотирование, кедровый, кичиться, кичливый, кладовая, клапан, клапанов, коклюш, костюмированный, красивый, красивее, кремёнь, кремня, купе, ку[пэ]йный, кухонный, легкоатлет, лечь – пов. н., ломота лубочный, местность, местностей, многожёнec, многожёнство, могущий, молòх, мытарство, мытарь, надòлго, назв`ать – назвал, назвала, назвало, намерев`аться, намерение, наносный, нач`ать – начал, начала, начало, начали, начатый, недоимка, недреманное око, некролог, непревзойдённый, нефтепровод, новорождённый, нувориш, обесп`ечение, облегчённый, облегчить, оглушённый, оговорённый, озлобленность, оп`ека, оптов`ый, осведомить, осведомлённый, осуждённый, отключить – отключишь, отключит, отключат, п`амятовать, п`амятуя, паралич, партёр, петербуржец, петербурженка, плацкарта, плодоносить, plombированный, plombировать, площадная брань, повременный, поодаль, поутру, похороны, похоронам, предложить – предложит, предложат, прибывший, прибыв, приговор, приданое, принудить, принуждённый, приняв, принявший, принятый, принять – принял, приняла, приняло, приняли, проведённый, простыня, мн. р. п. – простынь и простыней, радушный, ракушка, ревень, рефлексия, свёкла, сервировать, серебряник, силос, синекюра, сирота, сироты, скабрёзный, склад, склады, скòлько, скòльких, стòлько, стòльких, сливовый, совестливый, соглядатай, соглядатая, созыв, сосредоточение, средство, средства, столяр, таможня, танцовщик, танцовщица, теплопровод, торг, торги, торгов, торт, торта, торты, трубопровод, уведомить, уведомленный, углубить, углублённый, украинский, украинцы, укупоренный, укупорь и укупори, умерший, умно, факсимиле, феерия, феерический, феномен, фетиш, филистер, характерный (типичный), характерный (упрямый), хворост, ходатай, ходатайство, ходатайствовать, хозяйева, холодность, христианин, христианина, черпать, чистильщик, шелковица, шерстка, ши[н'э]ль, щавель, эксперт, экспертный, эллин, эллинский, эпи[д'э]мия, эпилепсия, эскòрт, юрисконсульт, юриспру[д'э]нция, яровый, ясли, яслей.

Следует отметить, что выбор объясняется следующими причинами.

1. Абсолютное большинство лексем орфоэпического минимума (за исключением нескольких слов) выявлено в двух наиболее авторитетных современных словарях, как правило, в одинаковой трактовке. Мы использовали следующие издания: Иванова Т. Ф.[2] (далее – СИ) и Еськова Н. А.[3] (далее – СЕ). Так, в орфоэпическом минимуме представлено 155 слов, имеющих различные запретительные пометы в СЕ, и 115 лексем - в СИ. Важно, что при этом данные слова имеют одинаковое рекомендуемое ударение и произношение. 38 лексем отмечено в обоих словарях без каких-либо помет также с одинаковым ударением и произношением. Несколько слов не представлено в анализируемых словарях: без у́молку, задолжник, заку́поренный, озло́бленность, уку́поренный, экспе́ртный (в СЕ); бути́к, зави́дно, квоти́рование, реве́нь, умно́ (в СИ). Перечисленные лексемы были проверены по орфографическому словарю Т. Ф. Ивановой, В. В. Лопатиной, И. В. Нечаевой, Л. К. Чельцовой (Москва, 2004 г.).

2. Слова орфоэпического минимума часто используются в эфире, что подтверждено контент-анализом. Из нового минимума была удалена часть слов, присутствующих в минимуме десятилетней давности, которые, во-первых, потеряли актуальность с точки зрения выбора произносительного варианта (аге́нт, алфави́т, апартаме́нты, а́тлас (собрание карт)и атла́с (материал), докуме́нт, меди́камeнт); во-вторых, редко употребляются в СМИ (Пото́мак (река в США), книгопродáвец); в третьих, за последнее десятилетие приобрели равноправные варианты произношения, отмеченные в рассматриваемых словарях союзом и (тeкстoвый (у филологов) и текстoвой, твoрoг и твoрoг и др.). В то же время в новый минимум были включены лексемы, отсутствующие в предыдущем и показавшие высокую частотность употребления (догмат, догматы, вероисповeдание, вeчeря, всeнощная, гуру́, нувoриш, скабрeзный и др.). В формировании последнего словника минимума принимали участие студенты и магистры, но, кроме этого, проводились экспери-

ментальные исследования в студенческих группах, осуществлялось выполнение курсовых работ по материалам новых орфоэпических словарей.

3. Большая часть слов орфоэпического минимума, как правило, наряду с нормативным имеет иной характер произношения, обозначенный в орфоэпических словарях как запретительный вариант (апока́липисис – ! неправ. апока́липисис, апо́стрòф – ! не рек. апо́сторф, балòванный – ! не рек. ба́лованный, брю[н'эт] – ! не рек. брю[нэ]т, бу[тэ]рбрòд – ! не рек. бу[т'э]рбрòд, всёно́шная – [шн], газопрòвод –! неправ. газопрòвод, кварта́л –! неправ. квàртал, углуби́ть –! неправ. углúбить, щавéль – ! неправ. щáвель, экспéрт – ! не рек. э́ксперт, юриспру[д'э]нция – ! неправ. юриспру[дэ]нция и т. п.), то есть произношение лексем и ударение представляет определённую трудность в выборе правильного варианта употребления.

Проведённое нами исследование показывает, что без обязательного заучивания подобранных для орфоэпического минимума слов и грамматических форм, эффективность работы по изучению орфоэпии оказывается низкой.

Е. М. Бебчук, М. Я. Запругаева

Литература

1. Бебчук Е. М. Орфоэпия: учебное пособие / Е. М. Бебчук, М. Я., Запругаева, Л. Л. Сандлер. – Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2016. – 130 с.
2. Иванова Т. Ф. Новый орфоэпический словарь русского языка. Произношение. Ударение. Грамматические формы / Т. Ф. Иванова. – 3-е изд., стереотип. – М.: Рус. яз. – Медиа, 2006. – 893 с.
3. Еськова Н. А. Орфоэпический словарь русского языка: произношение, ударение, грамматические формы: свыше 70 000 слов / Н. А. Еськова, С. Н. Борунова, В. Л. Воронцова; под ред. Н. А. Есковой. – 10-е изд., испр. и доп. – М.: АСТ, 2015. – 1008 с.

Формирование речевой компетенции иностранных студентов-журналистов

Выпускник факультета журналистики должен обладать набором необходимых компетенций для успешной профессиональной самореализации. Важнейшим показателем профессионализма будущего работника СМИ является речь, поскольку его деятельность напрямую связана с умением речевого взаимодействия с людьми.

Л. А. Петровская разработала понятие компетентности общения, которое является ключевым в разных видах коммуникации [1, с. 331].

«Речевая компетентность предполагает овладение всеми видами речевой деятельности и основами культуры устной и письменной речи, базовыми умениями и навыками использования языка в различных сферах и ситуациях общения; использования определенного количества языковых средств, закономерностей их функционирования для построения высказываний от простейшего выражения чувства до передачи нюансов интеллектуальной информации» [2, с. 132].

Иностранцы-первокурсники испытывают серьезные трудности при изучении профильных дисциплин из-за слабого знания русского языка. Ситуация меняется к лучшему, если «профильники» и «русисты» взаимодействуют. Так, темы «Функции журналистики», «Принципы журналистики», «Права и обязанности журналиста» («Основы журналистики») «поддержаны» освоением конструкций что + обязанность + кого-чего; что + входит в обязанности + кого-чего; что является обязанностью + кого-чего и др. на занятиях по русскому языку как иностранному. Для выражения нормативных отношений субъектов действия используются деонтические высказывания, включающие в свою структуру модальные предикаты долженствования должен, обязан, нужно, разрешено, необходимо и др., например: Журналисту необходимо уметь организовывать и планировать свою работу; Журналисту надо уметь отбирать существенную информацию.

Наряду с традиционными видами обучения для формирования и развития речевой компетентности в учебный процесс

включаются деловые и ролевые игры. Учебная деловая игра является «воссозданием контекста будущего труда» [2, с. 133]. Так, после контрольного письменного задания работа над ошибками проводится в жанре пресс-конференции. Студент, показавший лучший результат, выступает в роли эксперта, остальные – в роли «журналистов». Они задают эксперту вопросы: в соответствии с каким правилом исправлена та или иная ошибка в их работах. Оценивается «компетентность» эксперта, типовое разнообразие и грамотность вопросов, сформулированных «журналистами».

Эффективны полифункциональные задания с использованием музыки. Студенты прослушивают несколько фрагментов из всемирно известных музыкальных произведений и после каждого должны назвать страну, которой принадлежит мелодия, столицу, национальность и язык проживающих там людей. Иностранцы знают ответы на родном языке, но не могут озвучить нужную информацию на русском и справляются с заданием только коллективно или с помощью преподавателя.

Большинство учебников для иностранцев основано на стилистически нейтральной лексике, далекой от живой речи носителей русского языка.

В неадаптированных текстах СМИ широко используются разговорные и просторечные слова, молодежный сленг и уголовный жаргон, новейшая заимствованная лексика. В результате иностранным учащимся затруднительно правильное понимание материалов СМИ и полноценная коммуникация на русском языке. Чтобы решить эту проблему, преподаватель должен помочь студентам разобраться в стилистических особенностях текста, проанализировать и оценить тропы и фигуры в нем, научить понимать «скрытый» смысл наиболее употребительных фразеологических единиц.

Необходимо сосредоточить внимание преподавателя на поэтапном и постепенном освоении значения фразеологизма: от изучения словарных толкований слов, входящих во фразеологизм, перейти к этимологическому значению выражения, а затем – к современному пониманию его в языке. Выстраивая таким образом логику восприятия смысла, можно закрепить целые выраже-

ния в речи иностранцев. Этому способствует, например, задание по изучению фразеологизмов, характеризующих человека: внешность (глаз не оторвать, кожа да кости, не первой молодости, как в воду опущенный, от горшка два вершка и т. д.), характер и способности (душа нараспашку, не робкого десятка, семи пятей во лбу, восходящая звезда, ума палата, звезд с неба не хватает, третий калач, ни рыба ни мясо и др.), отношение человека к его работе (не покладая рук, засучив рукава, вкладывать душу, золотые руки, бить баклуши, до лампочки и др.). Неоценимую помощь в изучении фразеологии окажет работа Н. В. Баско «Русские фразеологизмы в ситуациях» [3].

Изучение фразеологии закрепляется в творческих заданиях: создать портретную зарисовку своего друга, близкого человека, соратника, используя подобные выражения; к предложенным преподавателем идиомам подобрать аналогичные из родного языка.

Приведем пример такого задания и выполнение его китайскими студентами.

1. Нет худа без добра = Старик с границы потерял лошадь, не к счастью ли это.

2. Убить двух зайцев (одним выстрелом) = Одной стрелой двух ястребов.

3. Язык мой – враг мой = Беда выходит изо рта.

4. Ни гроша за душой = В карманах пусто, будто вымыто.

5. Капля в море = Зернышко в море.

6. С миру по нитке – голому – рубашка = Собирают мех с подмышек (лисы), чтобы сшить шубу.

7. Не видеть дальше своего носа = Лягушка на дне колодца.

8. Лучше поздно, чем никогда = Чинить загон, когда овцы разбежались.

9. Метать бисер перед свиньями = Играть на цине перед быком

10. На языке – мед, а под языком – лед = Прячь нож внутри улыбки.

Особого внимания заслуживает технология журналистского творчества. Иностранцы учащиеся ее недооценивают. Изучив общую модель создания текста, на практике они успешно пользуются только шаблонами заметки и интервью. Шаблоны

других жанров им неизвестны, а ведь шаблон – это пошаговая инструкция для начинающих. Поэтому на занятиях по русскому языку отрабатываются навыки написания текстов по шаблонам А. А. Тертычного (фельетон, реплика, отчет, эссе), С. Г. Корконосенко (газетный и телевизионный репортаж), М. Н. Кима (очерк, статья) с использованием не-обходимых в каждом конкретном случае языковых ресурсов. Наиболее результативны именно эти жанровые модели.

Тренировочные приемы обучения сочетаются с проективными. Проекты могут быть индивидуальные и групповые (например, подготовка передачи для областного радио). При этом учитываются индивидуальные способности обучающихся. Научить студентов писать грамотные тексты – одна из главных задач обучения.

Итак, мы рассмотрели основные методы и приемы формирования речевой компетенции иностранных учащихся, позволяющие нам достичь следующих результатов: декодируем неадаптированные тексты СМИ, добиваясь эффективного восприятия информации; учим студентов результативно применять базовые умения и навыки использования языка в различных сферах общения в устной и письменной форме.

Т. А. Павлова.

Литература

1. Петровская Л. А. Компетентность в общении / Л. А. Петровская. – М.: МГУ, 1990.
2. Самохина Н. В. Деловая игра как средство развития речевой компетенции будущего специалиста-юриста / Н. В. Самохина // Формирование профессиональной компетенции специалистов в системе непрерывного образования: материалы Международной научно-практической конференции. – Воронеж, ВФ РАГС, 2008. – С. 132.
3. Баско Н. В. Русские фразеологизмы в ситуациях»: учебное пособие по русской фразеологии и развитию речи / Н. В. Баско. – М.: Русский язык. Курсы, 2015. – 160 с.

Из опыта преподавания дисциплины «Язык интернет-коммуникации» на факультете журналистики

Интернет – «это уникальная территория общения в реальном времени, открывающая перед пользователем невиданные ранее возможности...» [1, с. 4]. Однако реализация этих возможностей не может быть успешной без знания и понимания специфики интернет-коммуникации как особого явления в коммуникативном пространстве современного общества.

На факультете журналистики Воронежского государственного университета дисциплина «Язык интернет-коммуникации» с 2020 г. была включена в учебный план магистерской программы «СМИ и Интернет» (направление «Журналистика»), с 2022 г. студенты направления «Медиакоммуникации» (бакалавриат) знакомятся с разделом «Язык интернет-коммуникации» в рамках курса «Речевые практики в медиа».

Назовем задачи, которые мы ставим перед собой, приступая к изучению столь интересного феномена. Это:

- расширение и углубление знаний об Интернете как особой коммуникативной сфере, об условиях функционирования русского языка в интернет-пространстве;
- совершенствование навыков оптимального и стилистически целесообразного использования языковых средств в различных сферах интернет-общения, прежде всего – в ситуации профессиональной коммуникации;
- выработка умения критически оценивать собственные и чужие высказывания (тексты), создаваемые в ходе интернет-коммуникации, в аспекте соблюдения коммуникативных и языковых норм;
- совершенствование культуры общения в интернет-пространстве и воспитание чувства ответственности за собственное речевое поведение в Интернете.

Значимость реализации данных задач трудно переоценить, поскольку в современном мире знание особенностей интернет-коммуникации, норм культуры общения в интернет-пространстве, умение с профессиональной точки зрения (а не с точки

зрения рядового пользователя Интернета) оценивать тексты, создаваемые в ходе интернет-коммуникации, являются для медиаспециалиста профессиональной необходимостью.

Представим темы и вопросы, которые мы предлагаем для изучения.

Тема 1. Интернет как сфера функционирования языка

Интернет-коммуникация и ее основные характеристики. Условия функционирования русского языка и общие особенности языковых процессов в Интернете. Формирование в интернет-коммуникации письменной разновидности РР, обладающей характеристиками речи устной (письменной разговорной речи, или «электронной речи») (термин Е. В. Мариновой).

Тема 2. Системно-функциональные особенности русского языка в Интернете

Фонетико-графические новации в языке Интернета. Лексические особенности языка Интернета. Словообразовательные процессы в языке Интернета. Грамматика интернет-коммуникации.

Тема 3. Проблемы экологии языка в интернет-коммуникации
Нарушение нормы как ошибка и как проявление языковой игры в интернет-коммуникации. Антинорма, или Утомленные грамотой (о жаргоне «падонкафф», упячки и др.). О метаязыковой рефлексии пользователей Сети. Функция эмодзи, стикеров в виртуальной коммуникации и их влияние на культуру мышления и способность вербального выражения мыслей и эмоций.

Тема 4. Функциональные стили литературного языка в Интернете
Научный стиль. Официально-деловой стиль. Публицистический стиль и язык сетевых СМИ. Художественный стиль (сетература). Разговорный стиль (разговорная речь).

Тема 5. Языковая личность: специфика речевого поведения в виртуальном пространстве

Языковая личность в интернет-коммуникации: способы самопрезентации и речевого поведения. Этический аспект интернет-коммуникации. Нарушение правил сетевого поведения: троллинг, хейтинг, флуд, флейм и др. Формирование сетевого этикета. Специфика русского коммуникативного поведения в Интернете. Речевое поведение журналиста: мониторинг публикаций интернет-СМИ.

Тема 6. Языковая картина мира пользователей Интернета

Понятие о языковой картине мира. Лексические единицы, отражающие и формирующие языковую картину мира пользователей Интернета.

Как видим, в рамках курса рассматриваются не только системно-функциональные особенности русского языка в Интернете, но и проблемы экологии языка в виртуальном пространстве, вопросы самопрезентации и речевого поведения языковой личности в интернет-коммуникации. На занятиях мы рассуждаем о метаязыковой рефлексии пользователей Сети, изучаем функции эмодзи, стикеров в виртуальной коммуникации и их влияние на культуру мышления и способность вербального выражения мыслей и эмоций. К проблеме нарушения нормы в интернет-коммуникации подходим дифференцированно: нарушение нормы может быть как проявлением ошибки, так и реализацией игрового потенциала языка. В рамках вопроса «Антинорма, или Утомленные грамотой» обсуждаем такие спорные, с точки зрения исследователей, явления, как жаргон «падонкафф» (который уже стал неотъемлемой частью истории языка Интернета), упячки и т. п. Большое внимание уделяется этическому аспекту интернет-коммуникации, рассматриваются особенности русского коммуникативного поведения в Интернете. Изучение данных вопросов способствует не только профессиональному, но и личностному росту студентов – будущих профессионалов, способных выстраивать эффективную, бесконфликтную коммуникацию в интернет-пространстве, умеющих соблюдать этические нормы интернет-общения.

На занятиях обучающимся мы предлагаем следующие виды заданий, например: 1) проанализировать фрагмент интернет-текста, отметив его языковые особенности; 2) определить, какие категории, характерные для русского коммуникативного поведения, реализуются в данных интернет-текстах, отметить случаи нарушения норм сетевого этикета; 3) проанализировать тактики троллинга, которые использует интернет-пользователь, порекомендовать свои варианты выхода из конфликтной ситуации; 4) охарактеризовать способы самопрезентации и речевого поведения языковой личности в интернет-коммуникации; 5) найти и проанализировать языковые

единицы, характерные для языковой картины мира пользователей Сети (интернет-текст прилагается) и др. При этом можно использовать такие активные и интерактивные формы организации занятий, как круглый стол, ролевая игра (метод проигрывания ролей – инсценировки), решение ситуационных задач и др.

По окончании курса студенты представляют индивидуальные проекты (например, «Языковая игра в интернет-коммуникации» / «Художественный стиль в Интернете (сетература)» / «Речевой портрет известной личности в Интернете» / «Речевая агрессия в интернет-коммуникации» / «Жанр комментария в Интернете» / «Интернет-жаргонизмы: значение и употребление» и др.). Презентация проектов осуществляется с использованием мультимедийных средств и сопровождается обсуждением в группе (можно назначить рецензентов из числа студентов). Отметками «отлично» и «хорошо» оцениваются проекты, имеющие исследовательский, а не реферативный характер [2].

Безусловно, изучение языка интернет-коммуникации во всем многообразии его средств, в динамике его живого развития со всеми его актуальными процессами и проблемами представляется делом интересным и сложным (сложным в том числе и вследствие его быстрой динамики). Не менее трудно научиться оптимальному и стилистически целесообразному использованию языковых средств в различных сферах интернет-общения. Надеемся, что наш курс поможет студентам в решении данных задач, а также будет способствовать воспитанию чувства ответственности за собственное речевое поведение в Интернете (как профессионала и как рядового пользователя), ведь творцами современной виртуальной реальности являемся мы сами и именно от нас зависит, какой будет эта реальность.

Е. А. Рязских

Литература

1. Сидорова М. Ю. Интернет-лингвистика: русский язык. Межличностное общение / М. Ю. Сидорова. – М.: 1989.ру, 2006. – 193 с.
2. Рязских Е. А. О преподавании дисциплины «Язык интернет-коммуникации» в вузе / Е. А. Рязских // Коммуникация в современном мире: материалы Международной научно-практической конференции исследователей и преподавателей массовой коммуникации. – Воронеж, 2021. – Ч. 2. – С. 84–86.

Стилистический анализ текстов публицистики: проблема создания алгоритма исследования

Стилистика жанров публицистики изучается в классических университетах в качестве основного, систематизирующего курса, необходимого для будущих специалистов в области медиакоммуникации. И основной проблемой является тот факт, что самые разные знания из области языкознания необходимо объединить в целостную систему, удобную для теоретического усвоения и практического применения.

В период дистанционного обучения мы столкнулись с необходимостью дать студентам четкие алгоритмы анализа публицистических текстов разных жанров во время их самостоятельной работы. В своей методике мы использовали разработки таких признанных ученых, как В. В. Виноградов, Э. Верлих, В. И. Коньков, Г. В. Матвеева, Г. Я. Солганик, И. Я. Чернухина.

В качестве рабочего понятия мы используем термин «текстовая категория» как типологический признак текста. Г. В. Матвеева считает: «Языковое воплощение каждой текстовой категории непременно отвечает экстралингвистической заданности конкретного текста и группы однотипных в этом плане текстов» [3, с. 10].

В основе нашей схемы-алгоритма анализа текстов, принадлежащих к разным жанрам публицистики, лежит понятие текстовой категории, к которым мы относим: образ автора (термин В. В. Виноградова), образы персонажей, образ пространства (с системой локальных указателей), образ времени (с системой темпоральных указателей) (термины И. Я. Чернухиной) [5, с. 42]. Для понимания структуры и содержания публикации также важно иметь представление о типах текстов и формах речи. Поскольку все тексты создаются в рамках функционального стиля публицистики, в анализ включаются все его маркированные лексико-фразеологические средства, а также приемы выразительности – тропы и фигуры. Перечисленные элементы анализа представляют дискурсивный подход в исследовании текстов публицистики.

Рассмотрим содержание каждого компонента из представленной схемы анализа.

1. Образ автора. Как известно, изложение информации от 1, 2 и 3 лица имеет свою модальность. Авторская модальность в публицистическом тексте проявляется в использовании разных групп вводных слов, конструкций и предложений, в вопросительных и восклицательных высказываниях, во вставных конструкциях. Помимо этого, в интервью, например, автор показывает свое присутствие за счет выполнения специфических ролей: интерпретатора информации, собеседника, наблюдателя или опосредованного участника. Так, сообщение от 1-го лица предполагает использование местоимения Я и соответствующих форм глагола и передает эффект присутствия автора-очевидца событий, например, в репортаже или путевом очерке.

Г. Я. Солганик пишет: «Форма речи от 1-го лица наиболее проста, естественна, изначально. Говорящий – это я, собеседник – ты, он – тот, кто не участвует в речи. Все просто и ясно. Именно так начиналась вообще речь, имевшая на первых порах только устную форму. <...> Главная особенность I типа речи – совпадение производителя речи и я говорящего [4, с. 93]. Степень субъективности изложения при использовании I типа речи наивысшая.

II тип речи – высказывания, строящиеся от 2-го лица с местоимением ТЫ или ВЫ – редко встречается в публицистике, за исключением риторических приемов с обращением к аудитории: Вы не поверите, но пришли все!

III тип речи – высказывания от 3-го лица с местоимением ОН. Это показатель самого объективизированного способа изложения информации, например, в информационной заметке или в аналитической статье.

2. Образы персонажей. В текстах публицистики языковое выражение образов персонажей – героев публикаций – может быть представлено в разном объеме и с разной степенью выразительности: от нескольких ярких деталей в репортаже или корреспонденции до полных и объемных характеристик героев в интервью-зарисовке или портретном очерке.

3. Образ пространства. Локальные указатели имеют свою специфику отражения в медийных текстах. От прямых номина-

ций в информационной заметке или корреспонденции (В Москве, в районе станции метро Красные ворота) до расширения или сужения пространства в очерках или эссе.

3. Образ времени. Темпоральные указатели (даты, время года, суток, наречия, предлоги и союзы со значением времени) могут выполнять номинативную функцию, а художественные детали, артефакты эпохи создают картину времени, выполняя выразительную функцию в публицистическом тексте.

4. Типы текстов. Э. Верлих выделяет следующие типы текстов:

1) дескриптивные (описательные) – тексты о явлениях и изменениях в пространстве; 2) нарративные (повествовательные) – тексты о явлениях и изменениях во времени; 3) объяснительные – тексты о понятийных представлениях говорящего; 4) аргументативные – тексты о концептуальном содержании высказывания говорящего; 5) инструктивные – например, тексты законов. [1, с. 87-88.] Принято выделять 3 основные типа текста – описание, повествование и рассуждение, но, как показывает практика, инструктивные тексты также широко используются в таких жанрах, как аналитическая статья или журналистское расследование. По мнению В. И. Конькова, в газетном тексте можно найти и другие речевые действия, такие как: информационное сообщение, директива, призыв, обращение, оценка, метатекст [2, с. 22]. Но, с точки зрения частотности употребления, эти типы текстов следует отнести к факультативным.

5. Типы речи: речь автора и чужая речь, к которой относится прямая речь персонажей, косвенная и несобственно-прямая речь. Полную характеристику стилистических особенностей каждого типа чужой речи мы находим у Г. Я Солганика: «В публицистике ... прямая речь людей, участников событий, усиливает эффект достоверности, документальности. Поэтому прямая речь – неперенный компонент многих публицистических жанров» [4, с. 113]. Косвенная речь – универсальное средство для точной передачи информации третьего лица, персонажа без сохранения языковых особенностей. Напротив, несобственно-прямая речь выполняет яркие стилистические функции, при этом голос персонажа звучит явственно и оформляется целым предложением.

Диалогическая речь, включаемая авторами в текст, выполняет сразу несколько важных функций: диалог повышает достоверность информации, меняет план рассказчика, создает динамизм повествования, содержит яркие оценки события.

6. Средства речевой выразительности: фигуры и тропы; элементы других функциональных стилей (научные термины, канцеляризм, высокая, устаревшая лексика) и внестилевые элементы (жаргонизмы, просторечия, диалектизмы, инвективная лексика).

7. Элементы композиции текста. В анализ речевой структуры текста включается анализ всех компонентов его композиции: заголовков, подзаголовков, лид и др.). В данном пункте исследуется вид заголовка, соотношение его с подзаголовком и всем текстом.

8. Приемы создания комического. При анализе речевой структуры жанра «фельетон» необходимо определить, за счет каких авторских приемов создается комический образ: каламбур, стилевой контраст, гипербола, пародия на что-либо, аллегория, ирония, сатира, гротеск. Особый интерес представляет форма, в которой создается фельетон, поэтому важно отметить особенности композиции фельетона.

Соединение анализа текстовых категорий с функционально-стилистической наполненностью и учет экстралингвистических факторов, к которым мы относим тематику публикации, целеполагание, учет аудитории, формат издания, регион его распространения и др., позволяют дать полное представление о тексте, созданном медиаспециалистом.

Л. Л. Сандлер

Литература

1. Верлих Э. Цит. по: Солганик Г. Я. *Стилистика текста: учеб. пособие* / Г. Я. Солганик. – М.: Флинта, Наука, 1997. – 256 с.
2. Коньков В. И. *Речевая структура газетных жанров: учеб. пособие* / В. И. Коньков. – СПб.: Роза мира, 2004. – 221 с.
3. Матвеева Г. В. *Функциональные стили в аспекте текстовых категорий: Синхронно-сопоставительный очерк* / Г. В. Матвеева. – Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1990. – 172 с.
4. Солганик Г. Я. *Стилистика текста: учеб. пособие* / Г. Я. Солганик. – М.: Флинта, Наука, 1997. – 256 с.
5. Чернухина И. Я. *Элементы организации художественного прозаического текста* / И. Я. Чернухина. – Воронеж: Изд-во Воронежского университета, 1984. – 116 с.

Преподавание дисциплины «Язык рекламы» на факультете журналистики Воронежского государственного университета

В конце 1980-х на страницах газет, в телеэфире стала распространяться коммерческая реклама. Факультет журналистики Воронежского государственного университета своевременно отреагировал на потребности складывающегося рынка массовой коммуникации, введя в учебный план специальности «Журналистика» курс «Реклама в прессе». Впоследствии в рамках данной специальности появилась специализация «Реклама и паблик рилейшнз», предлагавшая студентам изучение дисциплины «Язык и стиль рекламы». Данная дисциплина позже стала основной в учебных планах новой специальности «Реклама» (1998 г.), а затем и нового направления 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

На кафедре стилистики и литературного редактирования факультета журналистики с начала 1990-х разработчиком курса «Язык и стиль рекламы» являлась канд. фил. наук, доцент А. М. Шишлянникова. Было очевидно, что в эпоху становления новой российской государственности и развития рыночной экономики изучение языка рекламы будет весьма перспективным научным направлением. На тот момент не существовало учебных или учебно-методических пособий по языку и стилю рекламы, кроме пособия для вузов «Язык рекламных текстов» (по специальности «Журналистика»), написанного Д. Э. Розенталем и Н. Н. Кохтевым (1981 г.) [1]. Пособие знакомило с принципами составления социалистической рекламы, с требованиями, предъявляемыми к языку и стилю рекламных текстов; подчеркивался классовый характер рекламы, давалось четкое отличие социалистической рекламы от капиталистической. В 1991 г. вышло учебно-методическое пособие проф. Н. Н. Кохтева «Стилистика рекламы» [2]. Однако этих работ было недостаточно для полноценного освоения студентами дисциплины «Язык и стиль рекламы».

А. М. Шишлянниковой были опубликованы научные работы, связанные с исследованием языка рекламы: языковых средств

позитивной оценки рекламируемого объекта в газетной рекламе [3]; языковых экспрессивных средств в газетной рекламе [4]; афоризмов и выражения афористического типа в газетной рекламе [5]; каламбура в рекламных текстах [6]; особенностей использования эмоционально-оценочной лексики в медицинской рекламе [7]; использования национально-культурных факторов в современной российской рекламе [8]; словесных товарных знаков в российской рекламе [9]; «своего» и «чужого» в российской рекламе [10]; места рекламного стиля в системе функциональных стилей [11]; алогизмов в рекламе [12]; аргументации и языкового манипулирования в рекламе [13]; отражения уровня культуры общества в зеркале современной рекламы [14]; вербальных и визуальных составляющих юмора в телерекламе [15] и др. Эти работы, основывавшиеся на анализе большого объема уникального материала – текстов российской рекламы, обладали теоретической и практической значимостью и отличались научной новизной. Результаты анализа данного практического материала вошли в лекционный курс по дисциплине «Язык и стиль рекламы» и в учебное пособие «Реклама: история, теория, практика», в которое была включена глава «Язык и стиль рекламы», написанная А. М. Шишлянниковой [16].

Издательство факультета также выпустило учебные пособия А. М. Шишлянниковой «Коммуникативное воздействие и языковое манипулирование в рекламе» и «Языковые средства привлечения внимания и создания интереса к рекламному сообщению».

Учебное пособие «Языковые средства привлечения внимания и создания интереса к рекламному сообщению» ставит целью изучение различных стилистических приемов и языковых единиц, использующихся на таких этапах психологического воздействия рекламы, как внимание и интерес. В пособии рассматриваются аттрактивные и интересоформирующие языковые средства: ключевая лексика рекламы, тропы, стилистические фигуры, прецедентные тексты, звукопись, языковая игра и др. [17].

Учебное пособие «Коммуникативное воздействие и языковое манипулирование в рекламе» дает студентам представление о коммуникативном воздействии и языковом манипулировании,

которые используются на таком этапе психологического воздействия рекламы, как желание. Пособие знакомит с основными приемами того и другого, а также прививает практические навыки анализа и оценки этих приемов в рекламных текстах. Данное пособие отличается от имеющихся учебников по языку рекламы тем, что включает в себя практические задания по наиболее сложным проблемам языкового манипулирования (в частности, по способам языкового манипулирования). Примеры для практикума взяты автором из современной рекламы. Предлагаемые задания снабжены ответами, что позволяет студентам выполнять упражнения не только под руководством преподавателя, но и самостоятельно с последующей самопроверкой [18].

Подготовлено к изданию и скоро выйдет в свет учебное пособие А. М. Шишлянниковой «Язык и стиль рекламы», в котором комплексно и полно рассматривается феномен рекламного стиля. Пособие призвано сформировать у студентов целостное представление о системе языковых и стилистических приемов, позволяющих создавать качественный рекламный текст, а также выработать необходимые знания, умения и навыки по использованию в рекламном продукте оптимальных языковых и стилистических ресурсов и по редактированию текстов.

В первом разделе пособия «Рекламный стиль в системе функциональных стилей современного русского языка» автор определяет место рекламного стиля в системе функциональных стилей русского языка и дает определение и общие признаки рекламного стиля. Известно, что сложность в преподавании и изучении дисциплин, связанных с языком и стилем рекламы, обусловлена дискуссионностью научных подходов к указанным аспектам рекламного творчества [19]. В связи с многочисленностью функций, а также разнообразием языковых средств и приемов в ее арсенале рекламу рассматривают как самостоятельный речевой стиль, разновидность публицистического стиля и даже считают отдельным жанром [20]. А. М. Шишлянникова придерживается точки зрения Е. С. Карамурзы: «Характер функционирования рекламы в нынешних российских средствах массовой коммуникации уже позволяет делать выводы относительно сложившихся функционально-стилистиче-

ских особенностей ее текстов на фоне других стилевых разновидностей русского языка» [21]. А. М. Шишлянникова обосновывает выделение рекламного стиля наряду с другими в системе функциональных стилей современного русского языка: «Основанием для классификации функциональных стилей в русском языке и главным стилеобразующим фактором для каждого функционального стиля является та сфера общественной жизни, где данный стиль применяется. Для научного стиля это сфера науки, для официально-делового стиля – сфера права, для газетно-публицистического – сфера политики и общественной жизни, для литературно-художественного – сфера искусства, для религиозно-проповеднического – религиозная сфера, для разговорного – сфера быта и, наконец, для рекламного стиля – это, прежде всего, область рыночных, торговых, экономических отношений. Вторым важным фактором, влияющим на формирование стиля, выступают те функции языка, которые реализуются в данном стиле. Для научного и официально-делового стилей это функция сообщения, для газетно-публицистического это функции сообщения и воздействия (информационная и воздействующая), для художественно-литературного – эстетическая функция, для религиозно-проповеднического – воздействующая, для устно-разговорного – функция общения. Для рекламного стиля такими функциями являются функция сообщения (информировать потребителя о товарах и услугах) и воздействия (побудить купить товар или воспользоваться услугой). Рекламный стиль, как и другие функциональные стили языка, характеризуется особенностями в отборе, сочетании и употреблении языковых средств – в первую очередь, лексико-фразеологических и синтаксических. Он обладает своей собственной образностью и выразительностью. В нем используются особые приемы убеждения, языкового манипулирования, языковой игры, что делает стиль рекламы неповторимым. И если даже этот стиль заимствует у других функциональных стилей – газетно-публицистического, литературно-художественного, научного – отдельные формы, жанры, языковые средства, то они организуются здесь иначе и подчиняются иным целям и задачам».

Второй раздел пособия «Использование единиц разных языковых уровней в рекламе» рассматривает единицы лексическо-

го уровня (включая ключевую лексику рекламы), морфологического и синтаксического уровня в рекламных текстах.

Третий раздел пособия « Использование языковых средств на разных этапах психологического воздействия рекламы» построен на описании различных языковых единиц, приемов и средств, применяющихся в соответствии со схемой AIDA и призванных привлечь внимание потребителя, заинтересовать его и вызвать желание купить товар или воспользоваться услугой: тропов, стилистических фигур, языковой игры разных типов, прецедентных текстов, коммуникативного воздействия, языкового манипулирования и др.

Четвертый раздел учебного пособия «Вербальная часть рекламы» рассматривает структурные части рекламного текста – зачин, заголовок, эхо-фразу, основную часть, слоган, а также дает представление о требованиях, предъявляемых к словесному товарному знаку.

В разделе учебного пособия «Аудитория и длина текста» представлены рекомендации по объему рекламных текстов: какой длины должен быть рекламный текст, чтобы его читали потенциальные потребители товаров и услуг?

Шестой раздел пособия «Стили и формы рекламы» рассказывает о жанрах рекламы, типах рекламы по эмоциональному тону (нейтральная, мягкая и жесткая реклама). Особое внимание уделяется явлениям шока и эпатажа в рекламе, речевой агрессии в рекламе.

Большой теоретической значимостью обладает уникальное содержание седьмого раздела – «Национальная составляющая в рекламе», где говорится об основных чертах русского национального характера и их отражении в рекламе, о ценностных ориентациях россиян и их отражении в современной рекламе, об использовании элементов русской национальной культуры в рекламе.

Восьмой раздел пособия дает представление о типичных ошибках в рекламных текстах: орфографических, пунктуационных, речевых лексических, речевых морфологических, речевых синтаксических и стилистических, в том числе лингвоэтических.

Лингвоэтические нарушения в рекламных текстах становятся отдельным предметом исследования преподавателей секции

стилистики и литературного редактирования кафедры электронных СМИ и речевой коммуникации факультета журналистики. Лингвоэтика, как известно, рассматривает языковые способы выражения морально-этических отклонений в жизни общества [22]. Студенты должны помнить о том, что роль рекламы в жизни современного общества огромна. Реклама выполняет ввиду массовости ее распространения и воспитательную функцию, и функцию формирования ценностных ориентиров. Некоторые ученые сравнивают рекламу по силе воздействия на массовое сознание с искусством, религией и мифами. Функции рекламы не ограничиваются продвижением товаров и услуг. Действительно, рекламе нужно только продавать, но для этой цели рекламисты используют средства, имеющие следствием то, реклама продвигает идеи, пропагандирует определенные ценности, диктует поведенческие установки [23]. Как и миф, реклама предлагает простые модели поведения и разъяснение устойчивых жизненных ситуаций, обеспечивая людей готовым руководством к организации собственной жизнедеятельности. Сегодня смело можно утверждать, что «в формировании стиля потребительского поведения субъектов общества потребления одним из важнейших каналов является реклама. Рекламное сообщение модифицируется в социальные нормы и ценности и превращается в институт социализации. Реклама является не просто информационным сообщением о товаре, а одним из механизмов и средств социализации личности» [24]. Поэтому нарушение норм лингвоэтики в рекламных текстах крайне опасно. На практических занятиях по дисциплине «Язык рекламы» студенты рассматривают и анализируют примеры рекламных текстов, содержащих речевые единицы, нарушающие лингвоэтические нормы: речевую агрессию, немотивированное использование языковой игры, травестирование (грубая вульгаризация явлений, которые считаются заслуживающими глубокого уважения), подмену понятий, немотивированную эксплуатацию сексуальных мотивов, использование инвективной, обценной лексики и определенного типа жаргонизмов (слов криминального жаргона и жаргона наркоманов) и др. Студенты должны помнить, что игнорирование того факта,

что реклама выполняет воспитательную, социализирующую функцию, представляется крайне опасным. Необходимо обязательно учитывать языковые механизмы воздействия рекламного текста на потребителя [25].

Таким образом, секция стилистики и литературного редактирования кафедры электронных СМИ и речевой коммуникации факультета журналистики ставит и успешно решает следующие задачи при освоении обучающимися дисциплины «Язык рекламы»:

- знакомство со стилевыми чертами рекламного функционального стиля;
- анализ разноуровневых языковых ресурсов, используемых в рекламе;
- рассмотрение языковых и стилистических приемов, применяемых на разных этапах психологического воздействия рекламного сообщения;
- знакомство с языковыми особенностями рекламных слоганов, заголовков, словесных товарных знаков;
- формирование умений по языковому оформлению авторских рекламных текстов;
- выработка навыков анализа, оценки и исправления рекламных текстов.

И. В. Хорошунова.

Литература

1. Розенталь Д. Э., Кохтев Н. Н. Язык рекламных текстов: учеб. пособие для вузов. М.: Высш. школа, 1981.
2. Кохтев Н. Н. Стилистика рекламы : Учеб.-метод. пособие для студентов фак. и отд-ний журналистики гос. ун-тов / Н. Н. Кохтев; Науч.-метод. каб. по заоч. и веч. обучению МГУ им. М. В. Ломоносова. - Москва : Изд-во МГУ, 1991. - 91 с.
3. Шишлянникова А. М. Языковые средства позитивной оценки рекламируемого объекта в газетной рекламе / А.М. Шишлянникова // Современные СМИ: истоки, концепции, поэтика: Тез. докл. науч. конф. — Воронеж, 1994 .— С. 31-33 .
4. Шишлянникова А. М. Языковые экспрессивные средства в газетной рекламе / А.М. Шишлянникова // Российская журналистика: смена приоритетов: Тез. науч.- практ. конф. — Воронеж, 1995 .
5. Шишлянникова А. М. Афоризмы и выражения афористического типа в газетной рекламе / А.М. Шишлянникова // Оптимизация средств

массовой информации : Тез.науч.-практ.конф.,13-17мая 1996г. — Воронеж, 1996 .— С. 66-69 .

6. Шишлянникова А. М. Каламбур в рекламных текстах / А.М. Шишлянникова // Журналистика конца XX столетия : уроки и перспективы : материалы науч.-практ. конф. — Воронеж, 1998 .— С. 160-162

7. Шишлянникова А. М. Особенности использования эмоционально-оценочной лексики в медицинской рекламе / А.М. Шишлянникова // Журналистика в 1998 году : тез. науч.-практ. конф. — М., 1999 .

8. Шишлянникова А. М. Использование национально-культурных факторов в современной российской рекламе / А.М. Шишлянникова // Язык и национальное сознание .— Воронеж, 1999 .— Вып. 2. - С. 203 .

9. Шишлянникова А. М. Словесные товарные знаки в российской рекламе // Журналистика - Реклама - Связи с общественностью : материалы науч.-практ. конф. — Воронеж, 2000 .— С. 206-208

10. Шишлянникова А. М. «Свое» и «чужое» в российской рекламе / Шишлянникова А.М. // Журналистика в 2000 году : реалии и прогнозы развития : тез. науч.-практ. конф. — М., 2001 .— Ч. 5. - С. 41-42 .

11. Шишлянникова А. М. О месте рекламного стиля в системе функциональных стилей / Шишлянникова А.М. // Коммуникация в современном мире: Материалы Всерос. науч.- практ. конф. — Воронеж, 2002 .— С. 111-116 .

12. Шишлянникова А. М. Алогизмы в рекламе / Шишлянникова А.М. // Журналистика в 2001 году: СМИ и вызовы нового века .— М., 2002 .— Ч. 10. - С. 29-30 .

13. Шишлянникова А. М. Аргументация и языковое манипулирование в рекламе / А.М.Шишлянникова // Коммуникация в современном мире : материалы Всерос. науч.-практ. конф. — Воронеж, 2006 .— С. 220-222 .

14. Шишлянникова А. М. Отражение уровня культуры общества в зеркале современной рекламы / А.М. Шишлянникова // Средства массовой информации в современном мире : Петербургские чтения : тезисы межвуз. науч.-практ. конф., 21-22 апреля 2010 г., СПб. — СПб, 2010 .— С. 231-232 .

15. Шишлянникова А. М. Вербальные и визуальные составляющие юмора в телерекламе / А.М. Шишлянникова // Журналистика в 2009 году: трансформация систем СМИ в современном мире : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 9-11 февраля 2010 г. — М., 2010 .— С. 475-476 .

16. Шишлянникова А. М. Язык и стиль рекламы / А.М. Шишлянникова // Реклама: история, теория, практика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика». Т.2. — Воронеж, 2010 .— Т.2. - 58-87 .

17. Шишлянникова А. М. Языковые средства привлечения внимания и создания интереса к рекламному сообщению : учебное пособие / А.М. Шишлянникова .— Воронеж, 2011 .— 40 с.

18. Коммуникативное воздействие и языковое манипулирование в рекламе : пособие по специальностям 021400 (030601) «Журналистика» - ДС.Ф. 02.5 «Язык рекламы»; 350700 (070700)» Реклама» - ДС.Ф. 03.1.3 «Разработка рекламного продукта»; 3504000 (030602) «Связи с общественностью» - ДС.Р.02 «Разработка рекламного продукта» / сост. А.М. Шишляникова .— Воронеж : Тип.лаб. фак. журналистики ВГУ, 2007 .— 50 с.

19. Гордеева Е. Ю. Язык и стиль рекламы» как вузовская дисциплина / Е. Ю. Гордеева // Знак: проблемное поле медиаобразования. – Вып.4. – с. 86-91.

20. Кара-Мурза, Е. С. Реклама: жанр, функциональный стиль, дискурс? / Е. С. Кара-Мурза. – Текст : непосредственный // Стереотипность и творчество в тексте: сб. науч. трудов / под ред. М. П. Котюровой. – Пермь : Пермский государственный национальный исследовательский университет. – 2010. – С. 220–231.

21. Кара-Мурза Е. С. О бедной рекламе замолвите слово / Е. С. Кара-Мурза // Журналистика и культура русской речи. – Москва, 1997. – Вып. 3. – С. 65.

22. Бессарабова Н. Д. Лингвэтика, или еще раз об этическом аспекте культуры речи в современных СМИ и рекламы / Н. Д. Бессарабова // Журналистика и культура русской речи. — 2011. — № 58. — С.55-62.

23. Добросклонская Т. Г. Язык средств массовой информации: учебное пособие / Т. Г. Добросклонская. - М.: КДУ, 2014. - С.73.

24. Логачева С. М. Социализирующая функция рекламы / С. М. Логачева // Проблемы массовой коммуникации: Материалы Всероссийской научно-практической конференции / под общ.ред. В.В. Тулупова. — Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2009. — Часть II. — С. 102-104.

25. Хорошунова И. В. Нормативный и лингвэтический аспекты изучения рекламных текстов / И. В. Хорошунова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. - № 4. - 2014. – С. 81-85.

Говорят журналисты
(из книги Виталия Мухина «Слово не воробей»)

Перлы заштатные...

– Марианна Вертинская и в свои пятьдесят пять выглядит на все сто.

– Караваны в триста лошадей приходили сюда через непроходимые горные тропы...

– Чили и Аргентина договорились о сооружении туннеля под Анданами.

– Почему в заголовке вашей статьи написано «Дорогая Чебурашка», а не «дорогой?».

– Потому что Чебурашки бывают разные...

– Скажите, «алаверды» – это фамилия такая?

– Каждый актер хочет подставить дочери или сыну красную дорожку.

– Напомним, что в октябре после пробы манты на Дальнем Востоке...

– Патриарху был вручен орден Хосе Мартини.

– Сразу после сотворения мира – детективы Татьяны Устиновой.

– Как твои впечатления?

– Очень слишком замечательные!

...и спортивные

– Провоцирует Кержаков греков: троих накрутил и засунул между ног.

– Валентин Иванов молчит. Даже я это слышу.

– О чём думают защитники? Не спешите с выводами.

– Англома – очень жёсткий защитник, и никого без контакта от себя не отпустит.

– Несмотря на хорошую погоду, многие болельщики предпочли переждать дождь дома.

– Приятно, что команды... я закончу свой диалог.

– Одна нога у Гонсалеса, но какая!

– Рывок делает Ривалдо – чуть не однокоренные слова получились.

– Сейчас ловля мяча была не очень убедительной.

– Элистинский защитник пристроился сзади к Лоськову, но у него ничего не получилось.

– А впереди лихие ребята-кавалеристы Муту и Креспо – им только подноси...

– Страдает слегка Морьентес, прихрамывает...

– Вот Тихонов бежит за мячом, подбегает к вратарю и овладевает им.

– Мяч обогнул ворота на полкорпуса приличной лошади.

– Судья не должен позволять себя гладить – не мужское это дело.

– Большая толпа в центре обороны: там можно и заблудиться, и ошибиться.

– Навстречу выходит Игорь Акинфеев, обладающий нечеловеческой психикой для такого молодого игрока.

– Ай-яй-яй-яй-яй! Вы со мной согласны?

– Потянул мышцу задней поверхности бедра Феррара – он страдает...

– Были в матче и пенальти, и единоборства, и эйсы – это из тенниса, и сэйвы – о, какие слова я знаю!

– С мячом немцы. В данном случае – француз.

– Мяч прилетел к Саласу с плоховитого левого фланга.

– Перуцци бросается в ноги, и уже на земле понял, кого ему надо было опасаться.

– В момент удара Филимонов дотянулся до мяча длинной ногой.

– Что бы о нас не говорили, нас смотрят.

– Защитник датчан поднял ногу, и атака голландцев захлебнулась.

– Герасименко уже на левом защитнике работает...

– Я понимаю, что левая нога у него родная, но тут надо было довериться правой.

– Длинноногий Англома достал мяч, находящийся в трёх метрах от него.

– Мы уже можем сказать, что Патрик Ключверт будет убежать.

- Я разбираю эпизод без всякого предвзятого настроения.
- Судья блестяще сыграл, а публика ни черта не понимает...
- Плачет от счастья главный тренер шведов... Нет, это просто кто-то из помощников попал ему пальцем в глаз.
- Сколько ударов было по воротам, и все они приходились в эту толпу. И не дальше.
- Маминов, используя ногу Сергея Гашкина, выбил мяч за боковую.
- До начала матча пять минут, счёт по-прежнему 0:0.
- Из уважения к телезрителям я позволю себе ещё раз назвать составы команд.
- И вот игрок стоит там с мячом и пытается вылезти из этой ситуации. А все стоят и смотрят: вылезет или не вылезет?
- И мяч, преодолев последнее препятствие между ног вратаря, влетает-таки в ворота.
- Этот свитер у него счастливый: он его уже пятнадцать сезонов носит, не снимая!
- Слушайте, что они там делают в обороне? Если они хотят добавить веселья, то я с этим не согласен.
- Из-за радости, что забил гол такому сильному и грозному сопернику, Баджо повесился на воротах...
- Виалли выкатился за боковую линию вместе с ногами соперника.
- Хули Лопес бьёт по воротам... Хули – это его имя!

– До ворот 16 метров и сантиметров 15 ещё, я думаю...

– Полиции придётся потрудиться, чтобы обеспечить москвичам тихий и безбедный выход с трибун. Вполне возможно, что их будут бить и бить больно.

– В одном из эпизодов вратарь умело действовал ладонью, локтем и даже пятой точкой.

– С мячом спартаковец, перед ним защитник. Спартаковский форвард нащупал изъян между ног противника и быстро им воспользовался – да-а-а, спартаковская школа.

– Онопко получает мяч в центре поля. Вся его фигура как будто говорит: «Кому бы дать?!».

Наши авторы

Е. М. Бебчук, кандидат филологических наук, доцент кафедры электронных СМИ и речевой коммуникации Воронежского государственного университета, замдекана по учебной работе.

М. Я. Запругаева, кандидат филологических наук, доцент кафедры электронных СМИ и речевой коммуникации Воронежского государственного университета.

Е. В. Курасова, кандидат филологических наук, доцент кафедры электронных СМИ и речевой коммуникации Воронежского государственного университета.

Т. А. Павлова, старший преподаватель кафедры электронных СМИ и речевой коммуникации Воронежского государственного университета.

Е. А. Рязских, кандидат филологических наук, доцент кафедры электронных СМИ и речевой коммуникации Воронежского государственного университета.

Л. Л. Сандлер, кандидат филологических наук, доцент кафедры электронных СМИ и речевой коммуникации Воронежского государственного университета.

В. В. Тулунов, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой связей с общественностью, рекламы и дизайна, декан факультета журналистики Воронежского государственного университета.

Е. В. Тюрина, кандидат филологических наук, преподаватель кафедры журналистики и литературы Воронежского государственного университета, ответственный за организацию практической подготовки.

И. В. Хорошунова, кандидат филологических наук, доцент кафедры электронных СМИ и речевой коммуникации Воронежского государственного университета, замдекана по работе с магистратурой.

М. И. Цуканова, кандидат филологических наук, доцент кафедры электронных СМИ и речевой коммуникации Воронежского государственного университета, замдекана по воспитательной и социальной работе.

Оглавление

<i>Е. М. Бебчук</i> От составителя.....	4
---	---

ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ СРЕДА•

<i>В. В. Тулунов</i> Профессиональное воспитание – через традиции факультетской жизни.....	5
<i>Е. В. Тюрина</i> Практическая подготовка: реализация воспитательной функции во время прохождения практики в профильных организациях.....	16
<i>М. И. Цуканова</i> Воспитательная работа на факультете журналистики ВГУ: традиции и инновации (из опыта работы замдекана).....	20
Приложение 1 ПОЛОЖЕНИЕ о медиакоммуникационном центре факультета журналистики ВГУ.....	30
Приложение 2.....	34

ПРЕПОДАВАНИЕ ЯЗЫКОВЫХ ДИСЦИПЛИН

<i>Е. М. Бебчук, М. Я. Запругаева</i> О роли изучения орфоэпического минимума в профессиональной подготовке журналиста: опыт факультета журналистики Воронежского государственного университета.....	66
<i>Т. А. Павлова</i> Формирование речевой компетенции иностранных студентов-журналистов.....	71
<i>Е. А. Ряжских</i> Из опыта преподавания дисциплины «Язык интернет-коммуникации» на факультете журналистики.....	75
<i>Л. Л. Сандлер</i> Стилистический анализ текстов публицистики: проблема создания алгоритма исследования.....	79
<i>И. В. Хорошунова</i> Преподавание дисциплины «Язык рекламы» на факультете журналистики Воронежского государственного университета.....	83
Приложение 3 Говорят журналисты(из книги Виталия Мухина «Слово не воробей».....	92
Наши авторы.....	97

Научно-методическое издание

УМО-РЕГИОН
Выпуск 23
под ред. Е.М. Бибчук

Компьютерная верстка: П. И. Новиков

Подписано в печать 3.11.23 Гарнитура Minion Pro
Бумага офсетная. Печать офсетная.
Усл. п. л. 2,85 Тираж 100 экз.

Воронежский государственный университет
Факультет журналистики
394068, Воронеж, Хользунова, 40-а
Тел. (473) 274-52-71 E-mail: bechuk@jour.vsu.ru

Отпечатано в типографической лаборатории факультета
журналистики ВГУ