

Назарова Татьяна Владимировна

канд. филол. наук, доцент

Институт филологии

и межкультурной коммуникации

ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет»

г. Волгоград, Волгоградская область

DOI 10.21661/r-113260

ТЕХНОЛОГИЯ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «РЕГИОНАЛЬНЫЕ СМИ»

Аннотация: в статье представлено место спецкурса «СМИ Волгоградской области» в системе университетского образования по направлению «Журналистика». В работе описана модульная структура изучения дисциплины, обоснована необходимость освоения студентами ряда методов исследования журналистики, а также представлен алгоритм анализа профильных характеристик СМИ.

Ключевые слова: концепция издания, коммуникативная стратегия, типологический анализ, контент-анализ, элементы дискурс-анализа.

Спецкурс «СМИ Волгоградской области» в ВолГУ преподается в первом семестре первого курса параллельно с общими теоретическими курсами «Основы теории журналистики» и «Введение в профессию». Это облегчает усвоение сложных теоретических понятий (виды и типы систем журналистики, системообразующие факторы, концепции свободы журналистики, социальная миссия и функции журналистики, модель издания, информационная политика, коммуникативная стратегия и др.), наполняя их конкретным содержанием. Повышают мотивацию изучения курса два фактора: большинство выпускников университета начнут свою профессиональную деятельность в районных, городских или областных СМИ; уже на первом курсе начинаются производственные практики, и для того, чтобы создать произведение, которое может быть принято редакцией, студентам необходимо в первую очередь представлять профильные характеристики издания, в которое оно предназначено.

Спецкурс состоит из трех модулей, теоретического, исследовательского и творческого. Первый включает лекции по истории местной прессы, начиная с XIX века, и типологии современных СМИ. Исторический экскурс имеет не только познавательные, но и воспитательные задачи формирования ценностей патриотизма. Обращается внимание студентов на то, что социалистическая система журналистики западными исследователями не относится к типу авторитарной, она рассматривается отдельно как смешанный тип, имеющий признаки системы журналистики социальной ответственности [1, с. 10–11]. При изучении советских периодических изданий внимание студентов фокусируется на вырабатываемых в этот период формах взаимодействия прессы с аудиторией и приемах организационно-массовой работы в связи с их использованием теоретиками при создании стандартов гражданской журналистики в начале XXI века.

В первом модуле студенты знакомятся и с методом типологического анализа СМИ. Студентами самостоятельно изучаются работы ведущих теоретиков журналистики А.И. Аكوпова, Е.А. Корнилова, В.В. Тулупова, М.В. Шкондина, отражающие различное понимание типоформирующих признаков. Обсуждение проводится в форме коллоквиума, результаты студенты представляют в виде презентаций, перед ними ставится задача – создать обобщающий алгоритм типологического анализа. Заключительное задание предполагает его применение. Студентам дается задание классифицировать печатные СМИ области по основным типологическим признакам: характер аудитории, целевое назначение и характер передаваемой информации. По характеру аудитории выделяются:

1. Издания территориальных общностей: областные – «Волгоградская правда», «Областные вести», «Интер», «Крестьянская жизнь», городские – «Городские вести», «Вечерний Волгоград», «Волжская правда», «Наш город», районные – «Диалог» (Камышинского района), «Донской вестник» (Иловлинского района), «Придонские вести» (Октябрьского района) и др.

2. Издания, адресуемые этническим и этноконфессиональным общностям: «Лусаворич» (учредитель «Армянская Апостольская церковь Св. Георгия»),

«Шофар Поволжья» (учредитель Волгоградская еврейская религиозная община), «Казачий круг» (Газета донских казаков Волгоградской области).

3. Издания для различных возрастных групп: для молодежи – «Зона риска», для подростков – «Новая улица», для детей – «Простокваша» и т. д.

4. Издания, адресуемые общественным группам, возникающим на основе разделения труда: «Экология и здоровье», «Новые деловые вести», «Мы и налоги», «Южный деловой вестник», «ЮрИнфо», «Волга и Дон», «Деловой Камышин» и др.

5. Издания для различных групп верующих: «Православное слово» (учредитель Волгоградская епархия Русской Православной церкви), «Духовная сокровищница» (учредитель Свято-Никольский приход г. Калач-на-Дону), «Верую» (учредитель Приход Св. Кирилла и Мефодия г. Волжского) и другие.

6. Выделяются издания для отдельных групп: политических партий и движений («Сталинградская трибуна» (газета компартии), «Колокол» (газета Волгоградского отделения Союза русского народа); издания общественных организаций (профсоюзных – «Волгоградские профсоюзы», молодежных – «За синей птицей», благотворительных – «Аленький цветочек», клубов по интересам – «Кошкин дом» и т. д.).

По характеру информации выстраивается классификация выходящих в области универсальных («Волгоградская правда», «Вечерний Волгоград», Городские вести» и т. д.) и специализированных изданий («Нефтяник», «Волжский трубник», «Градостроитель», «Зодчий», «Трансинфо», «Моя земля», «Крестьянская жизнь», «Мичуринец» и др.). По этому типологическому параметру студентам предлагается дифференцировать издания на содержащие преимущественно событийную, аналитическую, художественно-публицистическую информацию; классифицировать издания по типу творчества (публицистические, научные, литературные). Дается задание выдвинуть гипотезу о целевом назначении изданий, учитывая характер учредителя (субъекты политической, экономической, общественной, научной, литературной деятельности). В результате у студентов складывается представление о системе СМИ области.

Второй модуль имеет исследовательский характер, включает изучение и применение при самостоятельном исследовании универсальных и специализированных волгоградских газет методов типолого-функционального анализа, контент-анализа, элементов дискурс-анализа. Сложность изучения универсальных изданий заключена в том, что все они адресованы одной и той же аудиторной группе – всем субъектам информационных отношений области, отражают все основные сферы деятельности, используют все основные жанры. Эти издания длительное время находятся в одном сегменте информационного поля, но находят своего читателя. Это значит, что каждое сумело сформировать отличную от других информационную политику, но ее особенности выявляются не на уровне типолого-функционального анализа, а при более детальном наблюдении над характером информации и формами функционирования газет. Наиболее значимым методологическим принципом, используемым при выполнении заданий, становится анализ коммуникативных стратегий изданий. Следует учитывать, что в настоящий момент все отечественные издания декларируют задачу развития диалогической стратегии. Но формы организации диалога остаются узким местом и в теории, и в практике журналистики. Система заданий имеет целью помочь студентам эмпирическим путем наблюдений и анализа выборок из нескольких номеров выявить реально используемые приемы организации информационного участия граждан. С одной стороны, их можно будет использовать в дальнейшем в практике собственной работы, с другой – они помогут определить профильные характеристики изданий.

Студентам предлагается ряд заданий для анализа концепции газеты.

Задание 1. Составьте «паспорт» издания. Укажите: тип издания (универсальная или специализированная, городская или областная), периодичность; формат; объем (количество полос); тираж; адрес редакции; имя главного редактора; данные учредителя.

Задание 2. Определите концепцию первой полосы, какие темы, как правило (просмотрите 3–5 номеров), выносятся на эту страницу? Как это характеризует задачи издания?

Задание 3. Выпишите постоянные рубрики, укажите их место и объем.

Задание 4. Опишите тематическую модель издания и коммуникативные задачи материалов. Оформите в виде таблицы:

4.1. В первой графе укажите название материала, автора, номер газеты, жанр и объем произведения. Во второй графе – главные тезисы материалов, в третьей – субъекты деятельности (чья деятельность представлена), в четвертой – субъекты речи (кто сообщает информацию или чья речь передана, отметьте способ репрезентации «чужой» речи), в пятой графе – коммуникативные задачи материала (информировать, оценить ситуацию, поставить проблему, привлечь внимание общественности к негативным или позитивным явлениям, проанализировать проблему или ситуацию, предложить решение, объяснить действия власти, прогнозировать развитие событий, пропагандировать определенные ценности и т. д.).

4.2. Классифицируйте произведения по темам: политика (по подтемам: международная, государственная, региональная, городская), экономика (по подтемам: с/х, промышленность, торговля, инвестиции и т. д.), социальная сфера (по подтемам: социальная политика государства или местной власти, ЖКХ, благоустройство города, проблемы труда, пенсии, социальная поддержка, благотворительность, здравоохранение, образование, воспитание, справочная информация, если она имеет значение при решении социальных проблем, нравственная проблематика), культура. Информация о спорте, справочные и развлекательные материалы не анализировать, только указать количество и процент занимаемой площади от общего объема газеты.

Задание 5. Проанализируйте материалы каждой темы отдельно по плану:

5.1.1. каким событиям уделено наибольшее внимание (по объему материалов)?

5.1.2. Чья деятельность описана в большей мере (подсчитайте, сколько раз в центре внимания издания оказались представители власти, коммерческих структур, общественных организаций, рядовые граждане)?

5.1.3. Какой характер информирования преобладает: описательность, аналитичность, комментирование?

5.1.4. Какая оценка событий превалирует – позитивная или негативная?

5.1.5. Чья точка зрения преобладает (проанализируйте субъекты речи)?

5.1.6. Какие цели чаще всего ставятся авторами материалов?

Задание 6. Сопоставьте полученные данные о материалах четырех основных тем и сделайте выводы в целом по газете:

6.1. Какие темы доминируют: политика, экономика, социальная сфера, культура? Или тематика сбалансирована? Сделайте вывод о тематической модели издания.

6.2. Что преобладает в номере: описательность, аналитика, комментирование, постановка проблем или предложения путей их решения? Сделайте вывод о характере информирования.

6.3. Кто чаще является основным субъектом действия и речи, о чем это свидетельствует? Опишите, какими способами вводится «чужая» речь в журналистский текст. Чьи интересы представляет газета?

6.4. Какие основные цели ставит редакция? Как стремится повлиять на общественное сознание, на какие последствия – социальные действия городского населения рассчитывает?

6.5. Какого реального эффекта достигает номер газеты: каким читателю видится образ города (представьте, что вы никогда не были в Волгограде); образ власти, как читатель может оценить ее деятельность; как оценивается деятельность бизнеса; общественных организаций; какими представляются горожане, их жизнь, интересы, потребности, социальная активность?

6.6. Кому адресована газета? Составьте портрет постоянного читателя.

6.7. К какому типу можно отнести издание? Назовите основные типологические признаки.

6.8. Какие коммуникативные стратегии используются? Какая преобладает?

Задание 7. Определите, насколько тематика газеты соотносится с реальными информационными потребностями горожан. Учитывайте свое мнение, проведите мини-опрос десяти родственников и знакомых. Предложите свою тематическую модель номера (представьте, что вы – редактор, разделяющий идеологию гражданской журналистики).

Особое значение для овладения методами изучения профильных характеристик СМИ имеет то, что вся группа учащихся анализирует один и тот же номер газеты. Результаты самостоятельной исследовательской работы студентов обсуждаются на семинарах в форме дискуссии. На эти семинары приглашаются журналисты, работающие в анализируемом СМИ. Сопоставление результатов коллективного исследования и редакционного сетевого графика, представлений редакции о профиле своего издания полезно для обеих сторон. Студенты выясняют интенции авторов, журналисты видят, насколько содержание газеты реально соответствует программным установкам.

Наибольшую сложность для выполнения представляют задания, в которых требуется определить основные субъекты информационного внимания газеты, формы организации диалога, коммуникативные задачи материалов. В помощь студентам читаются две лекции, в которых представлен анализ других волгоградских СМИ, проделанный преподавателем [2–6], студентам предоставляется возможность деятельности по аналогии.

В течение модуля студенты успевают проанализировать одну газету, учредителем которой является областное или городское правительство; одну независимую газету; универсальное информационно-развлекательное издание, например, «КП в Волгограде», одно специализированное издание.

Третий модуль включает выполнение ряда творческих заданий. Организуется деловая игра «Редакция городской газеты». Студенты делятся на группы, каждая определяет тип издания, цели, концепцию, название, тематическую и композиционную модель. Внутри группы студенты распределяются по тематическим «отделам редакции», которые готовят материалы для своей страницы. Для подготовки материалов студенты используют сообщения информационных

агентств, сведения из других СМИ. Поскольку всем рекомендуется использовать технологии социальной журналистики и со стандартами этого профиля студенты знакомятся в ходе параллельного изучения дисциплины «Введение в профессию», учащиеся способны трансформировать сообщения других СМИ и дополнять их собственными наблюдениями и сведениями, полученными из интервью и опросов рядовых горожан. Некоторые студенческие материалы включают мнения экспертов, если удастся организовать интервью с университетскими преподавателями, специализирующимися в области социологии, политологии, экономики, экологии.

Такое изучение дисциплины не только формирует представления о системе областных СМИ и позволяет овладеть рядом методов исследования журналистики, но и помогает студентам выбрать газету и начать внештатное сотрудничество, уже имея собственные идеи и предложения. Первокурсники начинают систематически отслеживать различные формы разработки заинтересовавших их тем в ряде изданий, включая федеральные, создавая собственные «банки данных», что способствует их ранней специализации. Изучение СМИ Волгоградской области по желанию студентов нередко продолжается в рамках работы спецсеминара и завершается выпускной квалификационной работой исследовательского или творческого характера.

Список литературы

1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции [Текст] / Г.П. Бакулев. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 176 с.
2. Назарова Т.В. Типологические особенности локальных газет Волгоградской области [Текст] / Т.В. Назарова // Вестн. Волгоградск. ун-та. Сер. 8: Литературоведение. Журналистика. – 2004. – №1. – С. 114–118.
3. Назарова Т.В. Профили городских газет [Текст] / Т.В. Назарова // Зарубежная и российская журналистика: актуальные проблемы и перспективы развития: Материалы Международной науч.-практ. конф. – Волгоград, 2005. –
4. С. 83–90.

5. Назарова Т.В. Социальная проблематика в городских газетах [Текст] / Т.В. Назарова // Вестн. Волгоградск. ун-та. Сер. 8: Литературоведение. Журналистика. – 2007. – №1. – С. 122–126.

6. Назарова Т.В. Пути оптимизации взаимодействия прессы и общества [Текст] / Т.В. Назарова // Вестн. Волгоградск. ун-та. Сер. 8: Литературоведение. Журналистика. – 2010. – №1. – С. 82–89.

7. Назарова Т.В. Продвижение ценности социальной активности в муниципальной газете [Текст] / Т.В. Назарова // Вестн. Волгоградск. ун-та. Сер. 8: Литературоведение. Журналистика. – 2014. – №1. – С. 63–68.