

СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ ПОСРЕДСТВОМ РАБОТЫ В РЕДАКЦИИ ПЕЧАТНОГО СМИ НА БАЗЕ ВУЗА ФКИС (НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛА «ЭКСТРЕМАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА»)



ДУБИНИН

Александр Сергеевич

Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК), Москва
Старший преподаватель кафедры филологии и спортивной журналистики

DUBININ Alexander

Russian State University of Physical Culture, Sport, Youth and Tourism (GTSOLIFK), Moscow

Senior Lecturer, Department of Philology and sports journalism

Ключевые слова: специалист по рекламе и связям с общественностью в сфере физической культуры; практика в редакции журнала «Экстремальная деятельность человека».

Аннотация. Статья посвящена проблеме подготовки будущих специалистов направления «Реклама и связи с общественностью» на базе редакции вузовского СМИ (Журнал «Экстремальная деятельность человека»). Авторы рассматривают возможные педагогические технологии, формирующие профессиональную культуру будущего специалиста.

SPECIFICS OF FORMATION OF PROFESSIONAL CULTURE AT SPECIALISTS IN ADVERTISING AND PUBLIC RELATIONS BY MEANS OF WORK IN EDITION PRINTING MASS MEDIA ON THE BASIS OF SPORTS HIGHER EDUCATION INSTITUTION (ON THE EXAMPLE OF «THE HUMAN EXTREME ACTIVITY» MAGAZINE)

Keywords: specialists of Public relations, practice in the editorial staff of «Extreme human activity».

Abstract. The article is devoted to the problem of training of future specialists in the direction of «Public relations» on the basis of the wording of University media (Magazine «Extreme human activities»). The authors consider the possible pedagogical technologies that will form the professional culture of the future specialist.

Актуальность темы. Последнее десятилетие двадцатого века в России ознаменовалось мощным, скачкообразным развитием экстремальных видов спорта и, как следствие, открытием спортивных секций и клубов и, конечно же, направлений подготовки в вузах ФКиС. Экстремальная деятельность человека, как и любой другой вид деятельности, нуждается в постоянном обмене информацией, опытом между специалистами, тренерами, инструкторами, спортсменами, занимающимися и т.д. Для решения этой задачи руководителя ряда физкультурно-спортивных организаций создают собственные печатные и интернет-СМИ.

Практически каждое крупное высшее учебное заведение в сфере физической культуры и спорта

стремится организовывать и развивать собственное медиапространство, издавая вузовские научные журналы, сборники, вестники и интернет-сайты. Печатные научные издания успешно функционируют во многих вузах физической культуры и спорта: Российском государственном университете физической культуры, спорта, молодежи и туризма (журналы «Теория и практика прикладных и экстремальных видов спорта», «Спортивный психолог», «Теория и практика физической культуры»), Кубанском государственном университете физической культуры и спорта (журнал «Физическая культура, спорт – наука и практика»), Национальном государственном университете имени П.Ф. Лесгафта

(журнал «Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта») и т.д.

Цель исследования – разработать и обосновать, что внедрение внеаудиторной практики на базе редакции журнала «Экстремальная деятельность человека» будет способствовать формированию профессиональной культуры студентов направления подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Гипотеза исследования основывается на предположениях о том, что новые методики и интерактивные педагогические технологии (в частности внеаудиторная учебно-профессиональная практика на базе журнала вузовского СМИ) при внедрении в образовательный процесс будут способствовать формированию профессиональной культуры у будущих специалистов по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Обсуждение результатов. Как и СМИ других вузов, научно-методические издания спортивных высших учебных заведений имеют свою определенную специфику. В первую очередь, особенно научного-спортивного университетского издания определяются сферой и спецификой деятельности направления кафедры, на базе которой издается научно-методический журнал (однако, бывают и многопрофильные (универсальные) издания, например «Теория и практика физической культуры»). Но мы в исследовании будем описывать работу редакции именно узкоспециализированных СМИ. По своей структуре научно-методический журнал практически не отличается от других научных изданий: он также имеет рубрики, заголовки, фотоматериалы, иногда обзорные статьи и т.д.

Но есть и определенные особенности, которые отличают журнал спортивных вузов РФ от других:

- у научно-методического журнала есть свой специфический язык, который понятен аудитории, занимающейся или интересующейся конкретным видом спортивной деятельности;
- ведущими жанрами в таком журнале являются научные статьи и научные обзоры;
- научно-методический журнал рассказывает обо всех культивирующихся в рамках определенной области видах спорта, а также различных аспектах их функционирования.

Среди ключевых задач научно-методического издания главная, по мнению исследователей, – это публикация научных и практических достижений с целью обмена опытом в своем сообществе.

Поэтому основными направлениями деятельности редакции научно-методического издания являются:

- 1) информирование о научных достижениях коллектива вуза;
- 2) формирование научных интересов обучающихся в вузе;
- 3) обмен опытом с целью заимствования передовых технологий профессорско-преподавательским составом вуза.

Не стоит забывать, что научно-методическое издание не только является источником информации для внутренней аудитории (ППС, аспиранты, магистранты, студенты, соискатели и т.д.), но и может функционировать как область формирования необходимых знаний и умений у студентов направления подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Например:

- в редакции студенты могут работать в качестве сотрудников редакции (ответственный секретарь, в обязанности которого входит сбор материалов и фото, связь с авторами для уточнения деталей и т.д.);
- в структуре редакции существует несколько отделов (отдел распространения, отдел рекламы, отдел верстки и макетирования, пресс-отдел), в которых могут работать студенты специальности под руководством профессорско-преподавательского состава;
- редакция журнала регулярно принимает участие в научных выставках в рамках конференций, симпозиумов и т.д.

Таким образом, **первая специфическая особенность** научно-методического журнала заключается в том, что студенческая редакция со всеми ее отделами и функциями является идеальной многопрофильной площадкой, которую можно рассматривать как модель внутренней базы для практики студентов направления РиСО. В редакции журнала у студентов есть возможность в рамках непрерывной учебно-профессиональной практики получить первый практический опыт по будущей специальности в рамках сферы физической культуры и спорта. Одной из главных задач научно-методического журнала является информирование внешней аудитории о научно-практической деятельности руководства вуза, профессорско-преподавательского состава, студентов, аспирантов и докторантов. Эта работа особенно актуальна в период набора на кафедру магистрантов и аспирантов. Информационную стратегию, способствующую популяризации научной деятельности кафедры вуза ФКиС, по нашему мнению, могут готовить студенты направления «Реклама и связи с общественностью» под руководством преподавателей-практиков и приглашенных специалистов-работодателей.

Вторая специфическая особенность научно-методического журнала заключена в уникальности его аудиторий. Специализированное научно-практическое издание вызывает интерес у особой аудитории. С таким изданием, как правило, сотрудничают спортивные организации или фирмы, работающие в сфере ФКиС.

Перечислим целевые аудитории научно-методических журналов по «Экстремальной деятельности человека»: аспиранты, докторанты и соискатели научных степеней; профессорско-преподавательский состав профильных кафедр; спортсмены высокой квалификации по данным видам спорта (малая авиация и парашютный спорт, подводный спорт и дайвинг, прикладные единоборства, автомобильный и мотоциклетный спорт, горные виды спорта, стрелковые виды спорта); руководители спортивных министерств и департаментов, в поле зрения которых входит обязанность по развитию экстремальных видов деятельности; профильные общественные и коммерческие физкультурно-спортивные организации; вузы физической культуры; коммерческие организации, работающие в сфере спорта.

Третьей специфической особенностью научно-методического журнала является специфическое содержание редакционной (информационной) политики издания. Ее особенности продиктованы миссией издания, которая сводится к обмену научным опытом и консолидации научного сообщества, занимающегося экстремальными видами спорта.

Информация, публикуемая на страницах газеты, рассказывает о научных экспериментах и исследованиях обучающихся, профессорско-преподавательского состава и руководства. В журнале публикуются статьи коллег из других вузов и даже стран по соответствующей тематике. Студенты направления «РиСО» получают уникальную возможность прямо в университете, в рамках непрерывной учебно-профессиональной практики на базе редакции журнала, попробовать свои силы в реальных профессиональных условиях. Они могут готовить пресс-обзоры, анонсы статей, общаться с авторами, брать интервью. Эта работа, по нашему мнению, способствует формированию у обучающихся необходимых общих, профессиональных и специальных компетенций.

Перечисленные особенности устройства деятельности научно-практического издания вуза позволяют нам сделать выводы, что такая редакция идеально подходит для овладения профессиональными навыками, не покидая вуз, студентами направления

подготовки «Реклама и связи с общественностью» по трем критериям:

- 1) виды деятельности в редакции научного журнала;
- 2) работа с потенциальными аудиториями научного журнала;
- 3) содержание работы научного журнала.

1. Виды работы в корпоративном СМИ

Работая в редакции научно-методического журнала, студент может попробовать свои силы в двух трех видах деятельности, описанных в Федеральном государственном стандарте направления «Реклама и связи с общественностью»:

А. Коммуникативная деятельность научно-методического журнала невозможна без отдела по связям с общественностью. Задачами подразделения являются: информирование внешней аудитории (авторы научных статей, организаторы научных конференций и выставок, сотрудники электронных библиотек, члены ВАК РФ и т.д.) о деятельности редакции; создание позитивного имиджа журнала. Главный инструмент для решения вышеобозначенных задач – электронный сайт журнала и специально организуемая рассылка информации партнерам. Специально для сайта и информационной рассылки студенты готовят статьи, в которых рассказывают об издании и его авторах, готовят рекламные тексты и имиджевые статьи.

Б. Организационно-управленческая деятельность в редакции научного издания – сложный, многогранный процесс. Поэтому студенты могут попробовать себя на разных должностях: ответственный секретарь (собирает статьи и ведет переписку с автором), корреспондент сайта (пишет отчеты о научных конференциях, готовит интервью с организаторами и участниками), дизайнер-верстальщик (может принять участие в создании макета очередного номера) и т.д.

В. Проектная деятельность. В рамках деятельности в редакции студент может заявить собственный проект (например: продвижение журнала на выставке научных изданий спортивного профиля), разработать его, представить на суд редакционной коллегии, и, получив одобрение, попробовать его реализовать. Работая над собственной идеей, студент формирует в себе: творческие способности по генерированию идей для проекта, навыки подготовки документации и овладение методами реализации своей идеи. Кроме того, практически реализовав свою идею, студент получает ценный практический опыт, который он сможет применить во время практики с большим эффектом на более широкую аудиторию.



2. Работа с потенциальными аудиториями

Аудитория научного журнала – это аспиранты, докторанты, соискатели научных степеней и ученые, организаторы научных конференций и выставок, руководители спортивных государственных (министерства спорта, департаменты физической культуры и спорта), коммерческих (производители спортивного инвентаря) и общественных (спортивные союзы, федерации, ассоциации и фонды) организаций и спонсоры. Так, студенты еще в процессе обучения начинают знакомиться с представителями тех аудиторий, с которыми им предстоит взаимодействовать после окончания обучения во время исполнения трудовой деятельности.

3. Содержание работы научного журнала

Содержание работы научного журнала практически не отличается от трудовой деятельности других изданий. В редакции научного журнала у каждого сотрудника есть своя должность: редактор, корректор, ответственный секретарь, верстальщик и т.д. Каждой должности соответствует определенный функционал: *редактор* планирует номер, контролирует творческий процесс, проверяет материалы; *корректор* занимается вычиткой макета на предмет опечаток, неправильно расставленных знаков; *ответственный секретарь* ведет работу с авторами статей, собирает материалы; *верстальщик* разрабатывает дизайн, работает с макетом, готовит фото. В рамках подготовки номера для студентов фактически моделируется будущая профессиональная деятельность, в которую вовлекаются обучающиеся. Студенты участвуют в подготовке номера научного журнала, сопровождают выпуск публикациями на сайте, общаются с электронными библиотеками, агентствами по распространению, организаторами выставок спортивных научных изданий и т.д.

На основании вышеизложенного, можно сделать **выводы:**

1. Редакция научно-методического журнала, осуществляющего работу на базе вуза ФКиС, является идеальной платформой, моделирующей будущую профессиональную деятельность для студентов направления «Реклама и связи с общественностью», на базе которого может быть организована непрерывная учебно-профессиональная практика студентов для формирования у них профессиональной культуры.

2. В числе важнейших функций, выполняемых СМИ вуза, мы выделяем содействие творческой самореализации студентов направления подготовки РиССО, а также реализации их способностей. Тем самым, вузовские медиа-ресурсы выступают в качестве важнейших центров консолидации интересов молодежи.

Литература

1. Дзигуа Д.В. Формирование профессиональных компетенций специалистов по связям с общественностью в информационном пространстве вуза физической культуры: дис. ... канд. пед. наук / Дзигуа Д.В. – М.: РГУФКСИТ, 2008.
2. Дубинин А.С. Специфика формирования профессиональной культуры специалистов по связям с общественностью / А.С. Дубинин, И.Ю. Люлевич // Совершенствование подготовки кадров в области физической культуры и спорта в условиях модернизации профессионального образования в России: тезисы докладов IX Всероссийской научно-практической конференции (г. Москва, 31 марта - 2 апреля 2011г.). – М.: Физическая культура, 2011. – С. 174-176
3. Люлевич И.Ю. Проблемы и перспективы подготовки специалистов по PR в сфере ФКиС по стандартам III поколения / И.Ю. Люлевич // Спорт в системе социальных коммуникаций: материалы Всероссийской научно-практической междисциплинарной конференции. – М.: РГУФКСИТ, 2012. – С. 97-102