

3. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные [Текст] / Под ред. А.Г. Качкаевой. – М., 2010. – 200 с.

4. Карпенко, И.И. Типологические характеристики интернет-радио [Текст] / И. И. Карпенко // Журналист. Социальные коммуникации. – 2011. – № 2. – С. 84–96.

5. Радио Аскиза: группа // Сайт социальной сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. – URL: <http://vk.com/clubradioaskiza> (дата доступа: 21.09.2015).

6. Радио Аскиза: сайт [Электронный ресурс]. – URL: <http://радиоаскиза.рф/> (дата доступа: 21.09.2015).

7. Список радиостанций: Абакан // Сайт guzei.com [Электронный ресурс]. – URL: [http://guzei.com/radio/station/?region\\_id=377](http://guzei.com/radio/station/?region_id=377) (дата доступа: 21.09.2015).

## **УДК 070**

**Э. Пономарева,**  
*студент*

**А. Шарафутдинова,**  
*студент*

**В. Матвейчук,**  
*студент*

*Южно-Уральского государственного университета  
г. Челябинск, Россия*

© Э. Пономарева

© А. Шарафутдинова

© В. Матвейчук

### **ДЕЛОВАЯ ИГРА «АКУЛЫ PERA» КАК ФОРМА ОБУЧЕНИЯ В МУЛЬТИМЕДИЙНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ**

*Аннотация.* В работе рассматриваются проблемы обучения мультимедийной журналистике в современной образовательной среде. Анализируется опыт конкретного креативного образовательного проекта, реализуемого на факультете журналистики ЮУрГУ – деловой игры «Акулы PeRa».

*Ключевые слова:* мультимедийная журналистика, креативный образовательный проект, деловая игра.

*Abstract.* The paper considers the problems of teaching multimedia journalism in modern educational environment. Analyzes the experience of a particular creative educational project, which is implemented at the Faculty of Journalism SUSU — business game "Акулы PeRa».

*Keywords:* multimedia journalism, creative educational project, business game.

В современном обществе, как известно, невозможно обойтись без информационных технологий. Без них сложно представить существующую действительность: количество различных телеканалов, радиостанций, печатной продукции увеличивается с каждым днем. Одна из важнейших задач всех СМИ – своевременно и точно предоставить людям актуальную информацию, раскрывающую те или иные проблемы, существующие в мире, быть конкурентоспособными в борьбе за своего зрителя, читателя, слушателя. Но чтобы грамотно выполнить данную задачу, человек, работающий в сфере журналистики, должен быть компетентным и образованным, владеть различными способами анализа, моделирования и трансляции информации посредством существующих сегодня коммуникационных каналов. С другой стороны, нарастающий поток информации актуализирует и другую проблему: чем является информация сегодня – собственно информацией или скорее пиаром и рекламой? Какими навыками, сведениями и ресурсами должен обладать современный специалист в области СМИ, чтобы быть востребованным и найти свою профессиональную нишу? Что продуктивнее и выгоднее, что обеспечивает успешную карьеру: безусловный талант и лидерские качества или умение работать в команде; способность зацепиться за очень спорную, дискуссионную проблему или умение разобраться, казалось бы, в будничном, но оттого не менее насущном? Какая интонация ближе целевой аудитории: взвинченно-нервная или спокойная и вдумчивая? И задумываться об этом надо, разумеется, не после получения диплома о высшем образовании и даже не тогда, когда стал студентом, а гораздо раньше – на этапе формирования профессиональных представлений, в момент выбора профессии.

В разрешении этих вопросов студентам факультета журналистики Южно-Уральского государственного университета помогают такие интерактивные образовательные формы, как деловая игра. Деловая игра «Акулы PeRa» восемь лет назад возникла как учебный профориентационный проект в рамках совместной курсовой работы фило-

логов и будущих специалистов в области PR. ставшая ежегодным мероприятием на факультете журналистики ЮУрГУ, сегодня она позволяет студентам и школьникам Челябинска получить опыт, необходимый для создания качественных информационных материалов, а также познакомиться с производственным циклом создания газеты: от замысла – до воплощения.

Основными целями проекта являются: практическое овладение навыками, необходимыми журналисту, работающему в мультимедийной среде. Значимыми также являются взаимодействие между студентами всех кафедр факультета, между студентами челябинских вузов; обмен между ними профессиональными знаниями и навыками; привлечение внимания школьников к журналистике, а также привлечение будущих абитуриентов. Проект, методически и творчески разработанный кафедрой русского языка и литературы ЮУрГУ, ежегодно объединяет команды кафедр «Средства массовой информации», «Массовая коммуникация», «Русский язык и литература», студенты других вузов учащих лицеев, гимназий и школ города Челябинска. Участники в процессе игры развивают навыки работы в команде, учатся грамотно распределять обязанности, чтобы успешно и своевременно справляться с заданиями.

Перед командами ставится непростая задача – в течение ограниченного периода времени создать полноценную первую полосу газеты на заданную тему и защитить свой выпуск перед членами жюри и зрителями. Участники распределяют обязанности внутри команды: выбираются главный редактор, корректор, корреспонденты, верстальщик и пресс-секретарь, фото- и видеокорреспондент. Подготовка материалов проводится под руководством организаторов проекта, которые в случае необходимости координируют действия команд и организуют для них необходимые мастер-классы (например, в деловой игре нынешнего года был проведен мастер-класс по верстке, на котором все желающие могли задать вопросы по оформлению первой полосы газеты).

Деловая игра проходит в несколько этапов. На первом этапе желающих принять участие в проекте знакомят с правилами и с темой предстоящей игры. При помощи жеребьевки определяется то, на какую аудиторию будет ориентирована будущая первая полоса печатного издания каждой из команд. Организаторы распределяют задания и предоставляют подробную информацию о требованиях.

Игра набирает темпы, ее содержание корректируется потребностями и вызовами времени и современного профессионального пространства. А потому формат деловой игры 2015 года был немного изменен: каждой команде предстояло осветить свою тему. Участники игры готовили первые полосы, посвященные таким актуальным проблемам, как миграция в Европе и России, строительство горно-обогатительного комбината, проведение тестов на наркотики в учебных заведениях. Команды никогда не выбирают тему самостоятельно, исходя из собственных предпочтений: для деловой игры организаторы сами выбирают наиболее актуальные проблемы, освещаемые в СМИ. Соответственно, за короткое время участникам проекта приходится максимально полно ознакомиться с материалом и освоить огромное количество новой информации.

На втором этапе работы команды продумывают дизайн первой полосы, концепцию издания и готовят необходимый материал: пишут статьи, берут интервью у экспертов, систематизируют существующие данные, чтобы всесторонне рассмотреть заданную тему. На этом этапе определяются основные элементы дизайна будущей первой полосы: название газеты, цветовое решение, логотип, фотографии и т. д. Корреспонденты встречаются с экспертами, работающими или непосредственно связанными со сферами, интересующими участников, для получения фактологической информации, более полного понимания освещаемой проблемы. Также участники готовят видеотчет о проделанной работе. Видеоролики и статьи отправляются на проверку организаторам.

Представить видеотчет о проделанной работе – одно из обязательных заданий для команд. Его выполнение позволяет участникам не только показать на самой игре то, как проходил процесс создания первой полосы, но и то, как сами участники воспринимают этот процесс. Поэтому для видеоролика нет определенных установленных рамок, команды могут в различных креативных формах продемонстрировать членам жюри и зрителям то, как они работали на первых этапах проекта.

На третьем этапе каждая команда защищает готовые первые полосы и видеотчеты непосредственно на самой игре. Данный этап проходит в формате пресс-конференции. Жюри и зрители оценивают дизайн газет, содержание статей и выступления главных редакторов и пресс-секретарей. Представителям каждой из команд задаются вопросы об их понимании освещенной проблемы, об оформлении пер-

вой полосы и содержания статьи. Ознакомившись с первыми полосами, жюри выставляют командам баллы за каждый пункт и подсчитывают результаты. Каждой из команд предоставляется возможность проанализировать первую полосу команд-соперников. Во время игры также проводятся опросы по заданным темам с целью определить, что думают будущие журналисты, зрители, члены жюри об актуальных проблемах в СМИ.

Членами жюри являются профессионалы высокого класса, компетентные в вопросах стилистики речи, орфографии и пунктуации, разбирающиеся в правилах верстки и ориентирующиеся в фактологической стороне освещаемых проблем. Поэтому в деловой игре 2015 года, посвященной «Горячим темам в СМИ», членами жюри стали: Татьяна Федоровна Семьян, д.ф.н., профессор кафедры русского языка и литературы; верстальщик газеты «Технополис» Татьяна Валерьевна Зябко; поэт Янис Грантс; Инна Юрьевна Гейзер, майор полиции, начальник пресс-службы УФС РФ по контролю за оборотом наркотиков по Челябинской области; Сергей Егорович Денисов, профессор, заведующий кафедрой «Водоснабжение и водоотведение».

Уникальность данного проекта в том, что он практически полностью воссоздает атмосферу производственного процесса. Каждый участник является настоящим журналистом, задача которого — изучить определенную проблему всесторонне, представить ее читателю максимально объективно. Каждая команда — это настоящая редакция газеты, в которой от того, насколько четко разграничены обязанности и насколько каждый успевает сделать свою работу в определенный срок, зависит весь дальнейший успех. Сам формат пресс-конференции представляет собой демонстрацию участниками полученных ими знаний и навыков в журналистской сфере, их способность уже сейчас работать со словом.

Участникам предоставлена возможность увидеть процесс создания печатных СМИ и стать частью этого процесса. Данный проект способствует развитию у студентов и школьников навыков работы с информацией в качестве профессионального журналиста. Кроме того, участники деловой игры в течение всего времени учатся командной работе, развивают в себе чувство ответственности и пунктуальность, что является необходимыми профессиональными качествами хорошего журналиста. Горячие обсуждения, соперничество мобилизуют каждого из участников, но в то же время не лишают удовольствия от работы, ощущения себя в пусть искусственно смоделированной, но

профессиональной ситуации, где каждый должен быть на своем месте и в то же время отвечать за всю команду, за успех игры в целом. А потому по окончании очередной игры остается атмосфера общего профессионального праздника, ощущение тесного профессионального сообщества, понимание того, чем ты владеешь не в полной мере и какие мультимедийные платформы, программы тебе предстоит изучить. Все эти перспективные направления деятельности реализуются впоследствии на учебных дисциплинах, входящих в профессиональный цикл филолога («Филологическое обеспечение журналистики», «Жанры журналистики», «Творческая мастерская журналиста», «Текст в условиях конвергенции» и др.). Эти задачи решаются также в рамках учебной практики, площадкой для проведения которой выступает мультимедийный холдинг ЮУрГУ, в который входят действующая студенческая телерадиокомпания ЮУрГУ-ТВ, осуществляющая круглосуточное вещание, 360-ти градусный мультимедийный ньюсрум, университетская газета «Технополис».

**УДК 070**

**А. Ржанов,**

*магистрант*

*Мордовского государственного университета*

*имени Н.П. Огарева*

*г. Саранск, Россия*

© А.Ржанов

*Научный руководитель –*

*профессор*

**П.Ф. Потапов**

## **РЕКЛАМНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК В ФОРМАТЕ ЭКРАННОЙ КУЛЬТУРЫ**

*Аннотация.* В статье анализируется понятие экранная культура через призму рекламной коммуникации

*Ключевые слова:* экранная культура, подача информации, телевидение, реклама, зрительный образ.

*Abstract.* The article analyzes the notion of screen culture through the prism of advertising communication.

*Keywords:* screen culture, presentation, TV, advertising, visual image.