

JOURNALISM EDUCATION

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2020.77.6>

UDC 070.431.2:378.4

Newspaper and Magazine Production: Mass Media Activities and a Training Course

Oleksa Pidlutsky,

PhD (Economy), Associate Professor,
Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv,
36/1 Illienka st., Kyiv, 04119, Ukraine

Corresponding author's e-mail address: pidlutsky@ukr.net

ABSTRACT

The article summarizes the experience of teaching of the course “Newspaper and Magazine Production” at the Institute of Journalism of Taras Shevchenko National University of Kyiv and gives an assessment of effectiveness of various educational tasks in order to acquire competencies by the students that are required for successful work in print media. The today's higher education institutions around the world, and in Ukraine in particular, are shifting the emphasis from providing purely theoretical knowledge to practical competencies gained by the students for their successful practical implementation in various fields of activities. It entirely concerns to future journalists' training.

The practice of training of future journalists of newspapers and magazines at the Institute of Journalism convincingly shows that the most effective form of training of such media professionals is a long-term business game, when educational editorial offices are set up, the result of which is to produce the pilot issues of newspapers and magazines. In this case, the scope of theoretical education is minimized, and the students learn in practice to choose the segment of information market, to develop the concept of the edition, to establish an editorial office with all structural units necessary for its effective functioning, to write and to prepare for publication the journalistic materials and eventually to reach the final result – the pilot issues of newspapers and magazines.

KEYWORDS: newspaper and magazine production; business game; educational editorial office; concept of edition; editorial office structure; a pilot issue of print edition.

Газетно-журнальне виробництво: діяльність медіа і навчальний курс

Підлуцький Олексій Георгійович, Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кандидат економічних наук, доцент

Резюме

Стаття узагальнює досвід викладання курсу «Газетно-журнальне виробництво» в Інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка і дає оцінку ефективності різних навчальних завдань для здобуття студентами компетенцій, необхідних для успішної роботи в друкованій пресі.

Сучасна вища школа в усьому світі, і в Україні зокрема, переміщує акцент підготовки із здобуття суто теоретичних знань на отримання студентами компетенцій, необхідних для успішної практичної роботи в тих чи інших сферах діяльності. Повною мірою це стосується і підготовки майбутніх журналістів.

Практика підготовки майбутніх журналістів газет та журналів в Інституті журналістики переконливо свідчить, що найефективнішою формою навчання таких фахівців-медійників є тривала ділова гра, коли створюються навчальні редакції газет та журналів, результатом діяльності яких є випуск пілотних чисел відповідних видань. При цьому обсяг теоретичного навчання зводиться до мінімуму, а студенти на практиці вчаться обирати сегмент інформаційного ринку, розробляти концепцію видання, створювати редакцію з усіма структурними підрозділами, необхідними для її ефективного функціонування, писати і готувати до друку журналістські матеріали і врешті досягати кінцевого результату – випуску газет та журналів.

Ключові слова: газетно-журнальне виробництво; ділова гра; навчальна редакція; концепція видання; структура редакції; пілотний номер друкованого видання.

Пидлуцкий О. Г. Газетно-журнальное производство: деятельность масс-медиа и учебный курс

Статья обобщает опыт преподавания курса «Газетно-журнальное производство» в Институте журналистики Киевского национального университета имени Тараса Шевченко и дает оценку эффективности различных учебных заданий для получения студентами компетенций, необходимых для успешной работы в печатной прессе.

Современная высшая школа во всем мире, и в Украине в частности, перемещает акцент подготовки с чисто теоретических знаний на получение студентами компетенций, необходимых для успешной практической работы в тех или иных сферах деятельности. В полной мере это касается и подготовки будущих журналистов.

Практика подготовки будущих журналистов газет и журналов в Институте журналистики убедительно свидетельствует, что наиболее эффективной формой обучения таких специалистов-медийщиков является длительная деловая игра, когда создаются учебные редакции газет и журналов, результатом деятельности которых является выпуск пилотных номеров соответствующих изданий. При этом объем теоретического обучения сводится к минимуму, а студенты на практике учатся выбирать сегмент информационного рынка, разрабатывать концепцию издания, создавать редакцию со всеми структурными подразделениями, необходимыми для ее эффективного функционирования, писать и готовить к

печатати журналістські матеріали і в итоге досягати кінцевого результату – випуска газет і журналів.

Ключевые слова: газетно-журнальне виробництво; делова гра; навчальна редакція; концепція видання; структура редакції; пілотний номер друкованого видання.

1. Вступ

«У редакціях вища освіта з журналістики і досі не вельми в пошані» [1, с. 315], – стверджують німецькі теоретики і практики журналістики Вольф Шнайдер та Пауль-Йозеф Рауе. Звичайно, цей їхній висновок стосується в першу чергу західноєвропейського, зокрема німецького інформаційного простору, проте і в Україні спостерігаються схожі тенденції. Як свідчать спостереження автора статті, в редакціях провідних українських газет та журналів від третини до половини творчих працівників не мають вищої журналістської освіти, натомість здобували в університетах найрізноманітніші фахи – від філології та історії до органічної хімії та ядерної фізики. «Наскільки мені відомо, ніхто до цього часу не намагався установити, звідки беруться журналісти, – писав ще 1937 року чеський письменник та журналіст Карел Чапек, який сам, до речі, закінчив філософський факультет університету. – Правда, існує інститут журналістики, але я ще не зустрічав журналіста, який би вийшов звідти. Зате я встановив, що кожний журналіст колись був медиком, інженером, юристом, літератором, співробітником експортної палати або ще чим-небудь, і з тих або інших причин залишив попередню професію» [2, с. 6]. Відтак згадані тенденції виникли вже дуже давно.

«Тридцять п'ять років я пропрацював у газеті “Айріш Таймс” і тридцять з них мені довелося бути наставником журналістів-новачків, переучувати їх після університету відповідно до реальних вимог випуску газети, – сказав авторові Майкл Фолі, керівник програми підготовки журналістів у Дублінському інституті технологій, який керівництво Бі-Бі-Сі вважає найкращим центром підготовки журналістів на Британських островах. – Відтак, коли мене запросили працювати до Інституту, я вирішив відразу навчати майбутніх журналістів тільки тому, що реально знадобиться їм при роботі в редакції газети чи журналу, в теле- чи радіостудії. Звести до мінімуму всю теорію і давати їм тільки практичні навички, максимально наблизити навчальний процес до умов, які вони матимуть на майбутньому робочому місці, вчити “вояка” у мирний час тільки тому, що справді буде потрібно йому на “полі бою”». Такий підхід суголосний переконанням автора статті, який теж має 19 років стажу роботи головним редактором, заступником головного редактора та редактора галузевого відділу загальнонаціональних українських газет і журналів. І ця стаття є спробою узагальнити авторський досвід викладання курсу «Газетно-журнальне виробництво» в Інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

2. Теоретичне підґрунтя

Українські вчені В. В. Різун, В. Ф. Іванов, Б. В. Потятиник, І. Л. Михайлин, В. І. Ільченко, А. З. Москаленко та багато інших досліджували різні аспекти підготовки майбутніх журналістів друкованої преси відповідно до вимог сучасного життя. Ця проблематика привертає також пильну увагу науковців у цілому світі. Зокрема, внесок у цей сегмент дослідження інформаційної сфери зробили М. Вуароль, Ш. Рус-Моль, З. Вайшенберг, Р. Дж. Каппон, І. Аньєс, Д. Рендол, В. Шнайдер та П-Й Рауе.

Бурхливі зміни, що відбуваються останніми роками у суспільстві в цілому і в сфері масової комунікації зокрема, поява і блискавичний розвиток інтернет-видань і онлайн-журналістики висувають принципово нові вимоги до журналістів друкованої преси, працівників редакцій газет і журналів. Газетам, щоб вижити треба «відфільтровувати відпо-

відне, важливе, позбавлятися інформаційного сміття, бути дороговказом у хаосі (який сіє інтернет)» [1, с. 255]. Адже «всяке хороше письмо ... зрозуміле, воно спонукає й розважає» [3, с. 184]. Водночас «новини є та залишаються основою журналізму – навіть в епоху інтернету» [4, с. 17]. Це вимагає своєю чергою докорінних змін у системі підготовки цих фахівців у вищій школі, нових методів навчання, перенесення наголосу із теоретичної підготовки на здобуття студентами практичних навичок.

3. Методи дослідження

При написанні цієї статті використовувалися загальнонаукові і прикладні методи дослідження. При збиранні фактологічної інформації автор послуговувався емпіричними методами, перш за все методом спостереження та методом інтерв'ю. Обробляючи фактологічний матеріал і формулюючи висновки, автор використовував методи аналізу та синтезу.

4. Результати й обговорення

Курс «Газетно-журнальне виробництво» викладається в I семестрі II курсу бакалаврату для студентів спеціальності «Журналістика». Із 180 годин виділених на нього – 84 години лабораторних занять, 90 – самостійної роботи і лише 6 годин лекцій. Всі лекції проводяться на самому початку семестру, найчастіше протягом одного навчального дня. Тут студенти отримують загальні відомості про вибір цільового сегменту інформаційного ринку при створенні чи перепрофілюванні друкованого видання, концепцію газети та журналу, структуру редакції, поточне та перспективне планування роботи редакції та взаємодію її різних структурних підрозділів, основні вимоги до вибору теми і написання журналістського матеріалу. Лекції читаються для всього потоку, чисельність якого складає близько 120 студентів. На цьому суто теоретичне навчання закінчується і надалі протягом семестру вивчення курсу здійснюється в підгрупах чисельністю близько 15 осіб кожна у формі тривалої ділової гри, умови якої наближені до реальної роботи в редакції друкованих медіа настільки, наскільки це взагалі можливо. Протягом семестру студенти кожної підгрупи повинні випустити пілотні числа двох друкованих видань – газети та журналу. Таким чином курс складається з двох модулів. При цьому студенти самостійно визначають, яке видання – газету чи журнал, вони робитимуть спочатку, а яке – пізніше. Теми матеріалів для першого видання (перший модуль) мають бути затверджені до 15 вересня, готові тексти рекомендовані до друку до 10 жовтня. Пілотний номер видання має бути здане викладачеві не пізніше 1 листопада.

Теми матеріалів для другого видання (другий модуль) повинні бути затверджені до 15 листопада, тексти рекомендовані до друку до 10 грудня. Готове видання має бути здане викладачеві не пізніше 25 грудня.

Якщо студент не затвердив вчасно тему одного чи двох матеріалів і/чи не здав вчасно текст, який визнано придатним для видання, цей матеріал пізніше не приймається, студент відстороняється від участі в колективному навчальному проєкті і для допуску до іспиту має виконати індивідуальний навчальний проєкт. І навіть при успішному виконанні цього проєкту такий студент, як правило, не може отримати оцінку вище задовільної.

На першому груповому занятті студенти вирішують, газету чи журнал вони робитимуть спершу. Крім того, визначається тематика першого видання, створюється у першому наближенні його концепція. Викладач жодним чином не нав'язує студентам тематику, а також цільову аудиторію. Відтак різні групи студентів обирають різні цільові аудиторії і абсолютно різні тематичні спеціалізації для своїх навчальних видань. Серед найбільш вдалих видань протягом кількох останніх років можна назвати феміністський журнал WOW, видання для підлітків «ШоЦе», перший український еротично-просвітницький

журнал «Наголо», газету подорожей «Паралелі та меридіани», журнал особистостей «Родом з UA», студентську газету «Кампус».

На тому ж першому занятті обирається керівний склад навчальної редакції: головний редактор, його заступник та відповідальний секретар. У більшості випадків бажаючих посісти ці керівні посади більше, ніж самих посад, і між претендентами виникає конкуренція, часом досить гостра, попри попередження викладача, що керівники навчальної редакції (так само як і справжньої) будуть змушені працювати більше та інтенсивніше, ніж рядові журналісти. Керівники редакції обираються прямим відкритим голосуванням всіх студентів групи – працівників навчальної редакції, за необхідності – в два тури. При цьому викладач жодним чином не втручається в процес виборів, ніяк не дає зрозуміти, хто зі студентів видається йому найбільш придатним для керівництва редакцією. Це дає студентам змогу обрати редактором, його заступником та відповідальним секретарем саме тих одногрупників, які користуються найбільшою повагою та авторитетом у студентському колективі, що сприяє успішному створенню якісних навчальних видань. Забігаючи наперед відзначимо, що в середині семестру, при переході до випуску другого видання обов'язково відбувається повна зміна керівного складу редакції – ті, хто займав ці посади під час виконання першого модулю, не мають більше права виставляти свої кандидатури. Це дозволяє здобути відповідні організаційно-керівні навички більшій кількості студентів. В ідеалі, звичайно, в ролі головного редактора і відповідального секретаря мав би побувати кожний студент, проте досягнення цього в рамках одного навчального курсу, що викладається протягом одного семестру, не видається можливим.

Взагалі, протягом всієї ділової гри викладач усіляко підкреслює, що при випуску як газети, так і журналу він не є керівником проекту, а лише консультантом. Усі рішення студенти приймають самостійно, а викладач має лише дорадчий голос і дає їм поради. Відтак видання буде таким і тільки таким, яким його створять самі студенти, а викладач не нав'язує їм якісь підходи і знання, а навпаки «просто ділиться» зі студентами інформацією, яку вони самі визначають як необхідну для досягнення певних цілей, що поставили перед собою. Адже «українська журналістика має сильне публіцистичне крило і розвивалася в контексті публіцистичного дискурсу» [5, с. 112]. І тільки при підбитті підсумків виконання першого і другого модулів викладач оцінює роботу навчальної редакції в цілому за кінцевим результатом – друкованим виданням, яке стало плодом роботи редакції, і визначає (втім з урахуванням думки керівного складу редакції) індивідуальний трудовий внесок кожного студента, що відбивається у відповідній кількості балів. Завдяки цьому студенти у більшості випадків сприймають випуск навчальних видань не як чергове формальне завдання, яке слід виконати з найменшими витратами часу та енергії, а як можливість творчої самореалізації і здобуття конкретних кваліфікацій, які придатуться в майбутньому професійному житті. Так, наприкінці I семестру 2019/20 навчального року редакторка студентського журналу здала викладачеві пілотне число видання за півгодини до дед-лайну. Побіжно переглянувши в її присутності журнал (докладний аналіз займає щонайменше 8 годин) викладач зауважив, що на перший погляд видання вишло достатньо якісним. «Це не дивно, – гордо відповіла студентка. – Адже я не спала останніх 40 годин». Кілька разів студентські групи власним коштом друкували по 30-40 примірників своїх навчальних видань, з тим, щоб кожний студент мав по два примірники в своєму розпорядженні – ці видання сприймалися як щось таке, чим можна пишатися і навіть показати майбутнім роботодавцям як доказ своєї професійної спроможності. Хоча навчальна програма вимагає від підгрупи здати тільки по два примірники навчального видання.

Студенти при вивченні цього курсу здобувають не лише навички вибору актуальної теми та підготовки якісного журналістського матеріалу, а й вчать ефективно працювати в команді. Буде чи не буде навчальне видання даної студентської підгрупи якісним та

креативним залежить у першу чергу від того, чи вдасться викладачеві на першому і другому практичних заняттях визначити лідерів думок серед студентів групи і переконати їх, що навчальне видання треба робити не аби як, з мінімальними зусиллями, позаяк «все одно його наклад два примірники і ніхто його не читатиме», а з найвищою самовіддачею. У більшості випадків, коли це вдасться, така неформальна ініціативна група очолює навчальну редакцію і здійснює (з допомогою викладача) потужний психологічний тиск на своїх колег, змушуючи практично всіх їх працювати максимально інтенсивно. Втім, часом такої мети досягнути не вдається і тоді навчальне видання такої групи виходить малоцікавим, нагадуючи не професійне медіа, а «дитячу творчість».

Викладання цього курсу в кожній групі здійснюють одночасно три-чотири викладачі. Крім викладача кафедри періодичної преси, який виконує більшу частину навантаження, організовує та координує весь процес у межах цього курсу, зі студентами працює також викладач верстки, що допомагає студентам створити оригінал-макети і зверстати навчальні видання, а також фахівець з кафедри мови та стилістики, який оцінює грамотність підготовлених студентами журналістських матеріалів і допомагає їм довести якість тих матеріалів з цього погляду до професійного рівня.

Більша частина лабораторних занять присвячується:

- проведенню «редакційних планірок», на яких затверджуються теми журналістських матеріалів, визначаються їх обсяги, жанри, кути подачі інформації, підбирається необхідна інфографіка;
- обговоренню та публічному критичному розбору студентами матеріалів для навчального видання, а також уже написаних матеріалів, підбирається необхідна інфографіка.

При цьому студенти на конкретних прикладах отримують інформацію про правила та прийоми написання журналістських матеріалів різних жанрів, у першу чергу інформаційних.

5. Висновки

Практика викладання курсу «Газетно-журнальне виробництво» в Інституті журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка переконливо свідчить, що найефективнішою формою навчання майбутніх журналістів друкованої преси є ділова гра, максимально наближена до умов роботи реальних редакцій газет та журналів. Саме така форма навчання дозволяє мотивувати переважну більшість студентів на найінтенсивнішу роботу та найповніше використання свого творчого потенціалу. Випускаючи навчальні газети та журнали, студенти отримують практичні навички роботи в редакціях друкованих медіа, вчаться обирати цільову аудиторію та розробляти концепцію видання, починають глибше розуміти завдання ту функції керівників видань та рядових журналістів, створюють журналістські тексти, максимально наближені до реальних публікацій у газетах та журналах.

References

1. Schneider, W. & Raue, P.-J. (2000), *New Guide to Journalism and Online Journalism [Das Neue Handbuch des Journalismus und des Online-Journalismus]*, Free Press Center, Kyiv, 358 p.
2. Čapek, K. (2010), "Jak se dělají noviny", *Jak Se Co Dělá*, Olympia, Praha, 124 s.
3. Rendall, D. (2007), *The Universal Journalist*, K. I. S., Kyiv, 288 p.
4. Weischenberg, S. (2004), *News Journalism [Nachrichten-Journalismus]*, Academy of Ukrainian Press, Kyiv, 262 p.
5. Rizun, V. (2008), *Theory of Mass Communication*, Prosvita, Kyiv, 260 p.

Submitted 30.04.2020

Список літератури

1. Шнайдер В., Рауе П.-Й. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики. Київ : Центр вільної преси, 2000. 358 с.
2. Šarek K. Jak se dělají noviny / Jak se co dělá. Praha : Olympia, 2010. 124 s.
3. Рендол Д. Універсальний журналіст. Київ : «К. І. С.», 2007. 288 с.
4. Вайшенберг З. Новинна журналістика. Київ : Академія української преси, 2004. 262 с.
5. Різун В. Теорія масової комунікації. Київ : Просвіта, 2008. 260 с.

Надійшла до редколегії 30.04.2020.