

УДК 378

## ГАЗЕТА В ВУЗЕ: И СФЕРА ЖУРНАЛИСТИКИ, И СФЕРА PR

В. В. Тулупов

*Воронежский государственный университет*

Поступила в редакцию 3 февраля 2010 г.

**Аннотация:** рассматриваются требования, предъявляемые к многотиражным газетам, а также рассказывается о конкурсе вузовских многотиражных газет, проводимом в Воронеже.

**Ключевые слова:** газета, вуз, компоненты многотиражной газеты, конкурс.

**Abstract:** the article studies the requirements for a large-circulation newspaper, tells us about a contest of university newspapers which is held in Voronezh.

**Key words:** newspaper, institution of higher education, large-circulation newspaper components, contest.

В одном из недавно вышедших учебных пособий прочитал: «Завершающим звеном региональной печати является низовая печать (пресса трудовых коллективов, или так называемая многотиражная). Несмотря на заверения исследователей журналистики о ее полной бесперспективности в условиях информационного рынка, она продолжает существовать». Более того, добавлю: численно увеличивается, иногда расширяя сферу влияния за пределы своего предприятия, учреждения, организации (иногда, к сожалению, и традиционные общественно-политические СМИ дрейфуют в сторону корпоративного типа).

Сохранилась у нас и система вузовских многотиражных газет. В России есть и такие, которые выросли до полновесных четырех-, восьмиполосников, выходят два раза в месяц или даже еженедельно. Вот и на Совете ректоров вузов Воронежской области решили провести конкурс своих газет, поручив его организацию факультету журналистики ВГУ. Прежде всего, важно было представить общую картину выпуска этих изданий; во-вторых, обобщить опыт лидеров; в-третьих, морально поддержать редакции «вузовок», многие из которых испытывают проблемы в том числе профессионального характера.

Среди почти сорока университетов и институтов Воронежской области большая часть — негосударственные, или коммерческие, вузы. Выпускать «многотиражки» решились не во всех, а в тех, где они выходят, лишь единицы редакторов и корреспондентов имеют специальное образование. Поэтому, и это показал конкурс, большинство

изданий представляют собой, по сути, стенные газеты, разве что сверстанные на компьютере и размноженные тиражом до 1000 экземпляров...

Как размышляют ректоры? Есть вуз — должен быть свой печатный орган. Правильный вывод. Но каковы цели будущей газеты? Для кого и для чего она будет издаваться? Для ректората? Для ППС и УВП? Для обучающихся? Казалось бы, ответ очевиден: для тех, для других и для третьих. Но в жизни все куда сложнее...

Многотиражная газета — особый тип издания. Специфична и вузовская печать: целевую аудиторию составляют преподаватели и сотрудники, студенты и аспиранты, реже — абитуриенты и учителя школ; в качестве учредителя могут выступать трудовой коллектив, администрация, профкомы, Ученый совет; тематика и проблематика связаны в основном с жизнью вуза; ареал распространения также ограничивается трудовым и обучающимся коллективами; тираж — до 1000 экземпляров; периодичность — ежемесячная; распространение — бесплатное или за минимальную плату; объем — от двух до четырех полос малого формата. Штаты вузовских общественно-политических периодических изданий по-прежнему небольшие, хотя этот недостаток можно легко компенсировать привлечением широкого актива: читатель многотиражной газеты нередко — либо автор, либо источник информации... В последние годы редакции оснастились компьютерными комплексами, и все допечатные процессы берут на себя; иногда и печать тиража осуществляют собственными силами.

Какие же задачи ставит перед собою газета означенного типа? Во-первых, широкое и опера-

© Тулупов В. В., 2010

тивное информирование об учебной, научной и общественной деятельности вуза. Во-вторых, коллективное решение проблем, которые неизбежно возникают в жизни многотысячного коллектива.

Эти две задачи и определяют разновидности многотиражных изданий.

Одни газеты в основном представляют текущие новости и события вуза, филиалов, факультетов, подразделений, специальности и специализации, научные направления, информируют о международных контактах, объясняют философию и политику руководства для работающих и обучающихся, а также в какой-то степени — для абитуриентов (российских и иностранных) и работодателей будущих выпускников, рассказывают о лучших людях. Решая преимущественно задачи по связям с общественностью, такие газеты являются по сути *внутренними корпоративными изданиями* (нюслеттер — одно из наиболее распространенных средств PR), выражают прежде всего корпоративную точку зрения, не имеют конкурентов и реализуют различные функции. Видя свою главную функцию в наиболее полном информировании о своей деятельности обучающихся, родителей, учителей школ, работодателей, власти, партнеров и СМИ и будучи своеобразной «визитной карточкой» вуза, эти газеты нацелены на стимулирование корпоративного духа трудового коллектива, позволяющего почувствовать причастность к стратегическим решениям, на формирование положительного имиджа руководства.

Другие газеты, помимо перечисленного, берут на себя *функции общественной трибуны*, т.е. отражая событийную картину вузовской жизни, стремятся дать объективный анализ проблем с целью их разрешения. Думается, нередко конфликты между учредителями и редакциями возникают именно по причине того, что первые ориентируются на цели паблик рилейшнз, вторые — на цели журналистики. Действительно, нюслеттеры предполагают реализацию функций информирования, открытости, представительства, диалогичности и профессионализации, но они, по определению, не покрывают журналистики, нацеленной на контроль, конструктивную критику и т.п.

В каких же изданиях заинтересованы вузы? Видимо, и в тех, и в других, причем вторая разновидность — *собственно многотиражная газета* — в состоянии решать и корпоративные задачи. Если же говорить о демократизме, искони присутствующем в высшей школе, классическим университетам прежде всего, то его гарантом и должна выступать ответственная общественно-политическая газета, естественно (по Закону о СМИ!), свободная от цензуры. Тем более, в состав учредителей все

чаще входят редакционные коллективы, трудовые коллективы в целом (или профкомы преподавателей и сотрудников, студентов, которым делегированы определенные полномочия), а не только администрация вуза.

Многотиражные газеты вузов изначально обладают рядом преимуществ. Приближенность к аудитории «обрекает их на успех» (даже слабая в содержательном плане газета, как правило, прочитывается: все-таки интересно узнать, что происходит в администрации, на соседних факультетах); есть огромный потенциал в авторском активе (среди университетских преподавателей были, есть и будут те, кому не чужд дар популяризаторства); любой вуз — это «город в городе», в котором обязательно происходит что-то интересное (в учебе, в науке, в общественной жизни), а «цикличность жизни» вуза заведомо облегчает тематическое планирование. Наконец, редакции могут заниматься только творческой стороной дела, поскольку финансовые заботы берет на себя учредитель и издатель.

Так что если говорить о производственно-творческих резервах многотиражных газет университетов, институтов и академий, то их немало.

Следует организовать выпуск на основе комплексных моделей газет, состоящих из организационной, тематической и оформительской компонент. Вузовскую газету достаточно легко выпускать на основе перспективного и тактического планирования, т.е. сетевого графика, увязанного с планами вуза, ежегодно осуществляющего набор и выпуск студентов, организующего учебный процесс — семестры, сессии, научно-исследовательскую работу — симпозиумы, конференции, издательскую деятельность и др.

Необходимо постоянно расширять и углублять тематику публикаций. Вот только несколько проблем, актуальных для высшей школы: *экономическая самостоятельность вуза; многоуровневая система образования; организация эффективной научно-исследовательской деятельности; поиск и открытие новых специальностей и специализаций; качество подготовки студентов; воспитательная работа; связь с производством; здоровье, быт студентов, организация их досуга; жизнь общественных организаций* и др.

Важно понимать, что роль редактора «многотиражки» изменилась — сегодня он должен быть не только пишущим журналистом, но и организатором, управленцем, отвечающим за расширение авторского актива, налаживание обратной связи, отслеживающим действенность публикаций, отвечающим за качество издания в целом. Повы-

шение ответственности журналистов (имеются в виду как этические, так и сугубо профессиональные стандарты) — также забота редактора нового типа. Естественно, и руководству вузов следует стимулировать деятельность журналистов, в том числе и материально, не мешать редакции излишней опекой, которая зачастую смахивает на цензурирование. Если редактор вузовской газеты станет значимой, общественной фигурой, а газета — инструментом общественного мнения, которое только и является «четвертой властью» в подлинно демократическом обществе, имидж вуза, его руководства в том числе, лишь выиграет.

В 2008 г. проводился первый конкурс корпоративных изданий вузов Воронежа и области. В состав жюри вошли: *Тулупов Владимир Васильевич*, доктор филологических наук, профессор, декан факультета журналистики Воронежского государственного университета — председатель жюри; *Дьякова Лариса Николаевна*, кандидат филологических наук, преподаватель кафедры телевизионной и радиожурналистики Воронежского государственного университета, секретарь первичной организации факультета журналистики Воронежского отделения Союза журналистов РФ; *Зеленин Юрий Григорьевич*, начальник отдела профессионального образования главного управления образования Воронежской области; *Кройчик Лев Ефремович*, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой истории журналистики Воронежского государственного университета; *Плещева Ирина Владимировна*, студентка 5-го курса факультета журналистики Воронежского государственного университета, член комиссии Общественной палаты РФ по коммуникациям, информационной политике и свободе слова в средствах массовой информации; *Соловьев Алексей Иванович*, заместитель генерального директора ООО «Редакция газеты «Коммуна» по рекламе; *Фролов Вадим Николаевич*, доктор технических наук, профессор, президент Воронежского государственного технического университета.

Участие в конкурсе приняли газеты Воронежского института высоких технологий, Воронежского государственного университета, Воронежского государственного аграрного университета, Воронежского института МВД России, Воронежской государственной медицинской академии, Воронежского государственного технического университета, Воронежского государственного педагогического университета, Центрального филиала Российской академии правосудия, Воронежского института Федеральной службы исполнения наказаний Российской Федерации и Воронежского высшего военного авиационного инженерного училища.

В соответствии с Положением о конкурсе определены победители в шести номинациях:

— в основной номинации «Лучшая вузовская газета» победителем определена газета «Учитель» (ВГПУ);

— в номинации «Лучшая информационная служба» победила газета «Воронежский университет» (ВГУ);

— в номинации «Лучший дизайн» — «Учитель» (ВГПУ);

— в номинации «Лучший материал о человеке» — газета «Политехник» (ВГТУ) за материал Лидии Бельчевой «Два юбилея декана Пачевского» и другие материалы соответствующего характера;

— в номинации «Лучший материал о студенческой жизни» — газета «Медицинские кадры» (ВГМА) за материал Дарьи Уткиной «Согреты нашими сердцами» и другие материалы соответствующего характера;

— в номинации «Лучший дебют» — газета «Известия Воронежского института МВД России (ВИ МВД).

Победители конкурса были награждены дипломами победителей в соответствующих номинациях и памятным подарками, другие соискатели — дипломами участников конкурса.

При подведении итогов все высказались за организацию обучающих семинаров; первый семинар, включивший вопросы менеджмента, жанровых тенденций и языка СМИ, был проведен на факультете журналистики ВГУ летом 2009 г.

Главный редактор «Учителя», победителя конкурса, Ирина Ромак, выпускница факультета журналистики ВГУ, начинающий преподаватель на родном факультете, рассказала о том, что богатая история газеты, издающейся с 1931 г., с одной стороны, облегчает работу, а с другой — делает ее невероятно сложной: ведь «часть нашей аудитории — преподаватели и ветераны вуза — помнит, каким был «Учитель» еще в 60—70-х гг. XX в. Надо соответствовать. Сохранять традиции. И при этом звучать современно и неформально. Как? Через действие.

Если оценивать информационную насыщенность «Учителя», то окажется, что большинство событий из жизни ВГПУ нашли свое отражение на страницах газеты, несмотря на объем издания (от 4 до 8 полос) и периодичность (всего один раз в месяц). Через освещение различных конкурсов, слетов и сборов мы пропагандируем активную жизненную позицию. Героями публикаций и как следствие героями своей микрогруппы (в отдельных случаях — всего вузовского сообщества) становятся студенты (преподаватели, выпускники),

которые совершили ПОСТУПОК: победили в конкурсе вожатых, приняли участие в международной образовательной программе, организовали и провели общероссийскую конференцию или принесли на могилу неизвестного солдата цветы не по принуждению, а просто так, от души. Естественно, что в конце каждой такой заметки мы не приписываем: «Молодец, Маша Иванова. Все берите с нее пример». Почему? Мы убеждены, что образец хорошего поступка создается и без нотаций.

...Еще один аспект, который позволяет вузовской газете занять свое, и отнюдь не последнее, место в системе духовно-нравственного воспитания личности. Речь идет о студенческом активе — внештатных корреспондентах, благодаря которым «Учитель» с 2006 г. становится победителем как региональных, так и всероссийских конкурсов молодежной и вузовской прессы, хотя, напомним, по своей типологии и не относится к этой нише. Труд корреспондента (для некоторых это хобби уже превратилось в профессию) — это лучший способ формирования активной гражданской позиции, толерантности и гуманистического мировоззрения».

*Воронежский государственный университет*

*Тулупов В. В., доктор филологических наук, профессор, декан факультета журналистики*

В Конкурсе-2009 состав участников расширился: жюри рассмотрело также подшивки газет Воронежского института ГПС МЧС России («Воронежский брендмейстер»), Воронежской государственной лесотехнической академии («За лесные кадры»), Воронежской государственной технологической академии («За науку»), Воронежской государственной лесотехнической академии («Охота и рыболовство»), Воронежского государственного архитектурно-строительного университета («Строитель»).

Победителем в основной номинации «Лучшая вузовская газета», как и год назад, стала газета «Учитель» (ВГПУ); в номинации «Лучшая информационная служба» — газета «ВИВаТ» (ВИВТ) и газета «Известия Воронежского института МВД России» (ВИМВД); в номинации «Лучшие материалы о студенческой жизни» — газета «Строитель» (ВГАСУ); в номинации «Лучшие материалы о людях» — газета «Воронежский университет» (ВГУ) и газета «За лесные кадры» (ВГЛА); в номинации «Наиболее активное привлечение преподавателей и студентов в качестве внештатных сотрудников» — газета «Патриот» (ВВВАИУ); в номинации «Лучший дебют» — газета «За науку» (ВГТА).

*Voronezh State University*

*Tulupov V. V., Doctor of Philology, Professor, Dean of the Journalism Faculty*