

В связи с неоднородным уровнем подготовленности поступивших в вуз студентов возникает необходимость в дифференцированном подходе к их обучению. И прежде всего это касается работы с информационными ресурсами. Специалисты библиотеки проводят индивидуальные консультации по их использованию в течение всего учебного года.

Предоставляя доступ к широкому кругу качественных информационных ресурсов, ИИЦ–НБ УрГПУ является одним из важнейших источников профессиональных знаний для студентов. Проведение занятий в рамках курса «Информационная культура» способствует повышению степени развития компетентности студентов до уровня, необходимого не только для успешного осуществления учебно-научной деятельности в рамках вузовского обучения, но и для их дальнейшей профессиональной и общественной жизни.

УДК 37.091.8:070-027.562

Приводятся аргументы в пользу организации печатных изданий в российских школах на примере анализа анкетирования школьников. Предложены наиболее эффективные организационные формы редакций школьных газет и журналов.

Ключевые слова: среднее образование, школьные издания, медийная деятельность, подростки, самореализация подростков, школьные медиа.

С. В. Лебедева, канд. филол. наук

Гуманитарный университет, Екатеринбург

Современные школьные издания: перспективы развития

Процесс возрождения школьных (ученических) газет в России после их фактического запрета в советские годы происходил в конце 90-х годов прошлого века, когда вопрос влияния на них интернета еще практически не обсуждался. В некоторых изданиях периодически можно было встретить статьи на тему «Что такое интернет и как им пользоваться». В течение первого десятилетия XXI в. ситуация изменилась кардинально: интернет прочно вошел в жизнь школьников. При обсуждении перспектив развития печатных школьных изданий возникает закономерный вопрос: не исчезнут ли они (как и другие печатные СМИ) в ближайшее время? Однозначного ответа на него нет.

Исследователь А. А. Мирошниченко в книге «Когда умрут газеты» [1] высказывает мнение, что газеты умрут со сменой последнего газетного поколения. «Сейчас в активной поре поколение, еще получившее наследственную привычку к классической прессе. Опирируя размерностью этого поколения, мы вычислим точный срок жизни для газет и журналов», – отмечает он. И далее: «Наряду с технической отсталостью главным спонсором продления жизни для прессы является государство». Автор поясняет свою мысль: речь идет о необходимости обеспечивать граждан информацией в доступных формах, с одной стороны, с другой, – «поддержка (и тем самым сохранение) традиционных каналов информирования преследует политические цели.

Такими каналами легче управлять, нежели интернетом. Но есть и честный социальный заказ: многим людям, действительно, нужны газеты» [1].

Данные тезисы относятся к печатным средствам массовой информации вообще, но с определенной долей условности их можно отнести и к школьным печатным изданиям, определив причины, по которым говорить о смерти таких газет и журналов пока рано. Нет сомнения, что современные школьники, по крайней мере городские, выросли в эпоху интернета (в книге А. А. Мирошниченко речь идет о платежеспособном поколении, т. е. о взрослых людях). Однако их родители, тем более – бабушки и дедушки, принадлежат к тем группам населения, представители которых к печатным изданиям, во-первых, привыкли, во-вторых, возможно, не умеют или не желают потреблять новостную и аналитическую информацию из интернета, которому не доверяют. Утверждение, что традиционным изданием легче управлять, также логично транслируется на школьные газеты или журналы, особенно такие, которые выпускаются по заданию и под контролем школьной администрации.

Наконец, именно школьные издания как медиаобразовательные проекты, по мнению исследователя И. А. Фатеевой [2], являются наиболее эффективной и перспективной педагогической медиаобразовательной технологией. Таким образом, в образовательных учреждениях существует социальный заказ, прежде всего на печатное издание, что подтверждено в федеральном государственном образовательном стандарте среднего (полного) общего образования и что не исключает развитие других школьных медиа.

Исследователь Е. В. Черникова, в прошлом журналист-практик, также считает очень полезным в эпоху интернета сотрудничество начинающего журналиста с небольшим печатным изданием, рассматривая такую деятельность с точки зрения самоопределения человека в обстановке «мировой информационной суеты». В частности, она считает крайне полезной практику абитуриента или студента журфака в «бумажной» районной газете, в небольшом поселении, где почти все друг друга знают в лицо. «Увидеть своего адресата вживую, понять человека как такового, полюбить не виртуально – надо непременно. Польза в том, что начиная творческий путь в малом по тиражу и территории распространения или в *нишевом* по тематике издании, журналист может приучить себя к ощущению своей штучности, от этого – ныне дефицитного – ощущения невозможно отказаться как от своеобразного опыта свободы» [2]. Авторы школьного печатного издания сидят за одними партами со своими читателями, им, как и этим читателям, действительно интересно узнать, например, об увлечениях учителей. Именно такое начало медийной деятельности может дать юному корреспонденту ощущение важности узанной им и сообщенной всем информации. Оно может дать автору чувство истинной его самооценности, получить которое в его возрасте путем заявления о себе в виртуальном мире, наполненном никами и лукавством, – большой вопрос.

«Нужны ли, на твой взгляд, печатные школьные (подростковые) издания?», – так звучал первый вопрос в анкете для школьников – участников XV

областных юнкорских сборов «Хорошая погода», прошедших в августе 2015 г. в детском лагере «Чайка» возле Березовского Свердловской области. В анкетировании приняли участие 80 ребят в возрасте от 13 до 17 лет. Ответы на данный вопрос были положительными, так как дети так или иначе были причастны к работе школьных медиа. И хотя анкетирование было «открытым», готовых ответов не предлагалось, ребята могли отдать предпочтение сайту или школьному телевидению, однако необходимость существования печатной школьной газеты никто из них не подверг сомнению. Напротив, многие сочли нужным аргументировать свои ответы, например, так: «она помогает быть услышанным», «сближает ребят», «помогает реализовать свои идеи», «можно попробовать себя в профессии журналиста».

Считается, что во всем мире угрозой печатным изданиям является отток рекламы в интернет. Школьные медиа не публикуют платную рекламу (в отличие от социальной), но в то же время некоторые средства на тиражирование изданий, безусловно, необходимы. Практически каждое школьное издание сегодня имеет электронный вариант, который размещается на собственном или общешкольном сайте. В дополнение к нему распечатывается несколько экземпляров на принтере. Однако при таком варианте оно доступно ограниченному кругу читателей. Неудивительно, что на второй вопрос анкеты «Что мешает организации и выпуску своих изданий в каждой школе?» пятая часть подростков ответила «Отсутствие средств». Руководители школьных изданий, присутствовавшие на сборах и принявшие участие в анкетировании, данную причину указали как основную (90 %). Между тем, обобщая опыт выпуска школьных газет и журналов в различных регионах России, можно выделить несколько источников их финансирования. В частности, такими источниками могут быть средства постоянных спонсоров школы, средства из попечительского совета школы, годовая подписка на газету или журнал, привлечение средств из специального фонда директора школы, предназначенного для поощрения педагогов, и т. д. Не случайно третьим по значимости моментом, мешающим выпускать школьные издания, дети указали отсутствие интереса к этому у администрации образовательного учреждения, так как директора школ, желающие иметь школьную газету, как правило, находят средства на выпуск тиража.

Изучение опыта четырех десятков школьных изданий Свердловской области и других регионов РФ (зарегистрированных на Портале школьной прессы России), показывает, что наиболее успешными являются те издания, которые существуют как продукт объединений дополнительного образования или элективных (факультативных) курсов. При подобной организационной форме редакций школьных газет и журналов их концепция продумана, занятия по журналистике проводятся регулярно, дети получают достаточно знаний и навыков для успешного выполнения журналистских заданий, выражения своей активной жизненной позиции, они эффективно самореализуются.

Во многих школах в настоящее время появляются медиахолдинги, в которые входит школьный сайт, печатное издание, школьная телевизионная

студия, в некоторых случаях – школьная радиостудия. Конечно, повседневным явлением они не стали, однако появление в последние годы сразу нескольких конкурсных площадок федерального значения для подобных медиахолдингов показывает, что их количество увеличивается. Новостной контент при этом из газеты нередко перемещается на сайт и в выпуски телевизионных новостей, а печатное издание специализируется на материалах аналитического, художественно-публицистического и даже чисто литературного характера – рецензиях, проблемных статьях, обзорах, эссе, рассказах и стихах учеников. Руководители выпускающих сегодня школьных изданий в ходе анкетирования, о котором уже упоминалось, практически единогласно отметили, что пишущие в газету юнкоры или уже сейчас сотрудничают с редакцией сайта, школьного телевидения или готовы этим заниматься при наличии технической возможности. Представляется, что школьные издания в ближайшие годы будут развиваться именно в этом направлении и постепенно будут становиться частью школьных медиахолдингов, оставаясь востребованными.

Библиографический список

1. Мирошниченко А. А. Когда умрут газеты / А. А. Мирошниченко. – Москва : Книжный мир, 2011. – 244 с.
2. Фатеева И. А. Медиаобразование: теоретические основы и опыт реализации / И. А. Фатеева. – Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2007. – 270 с.
3. Черникова Е. В. Основы творческой деятельности журналиста : учеб. пособие / Е. В. Черникова. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Школа издательского и медиабизнеса, 2012. – 414 с.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ. РЕСУРСЫ И СЕРВИСЫ

УДК 027.7:001.891

Освещен опыт работы библиотеки вуза культуры и искусств по продвижению публикационной активности преподавателей в информационно-аналитической системе Science Index на сайте РИНЦ. Сделаны выводы о целесообразности осуществления такого вида деятельности вузовскими библиотеками.

Ключевые слова: библиотеки вузов, наукометрические показатели, публикационная активность преподавателей.

И. А. Бачурина
НБ ЧГАКИ, Челябинск

Организация работы научной библиотеки вуза культуры по выявлению результатов публикационной активности преподавателей

Публикации преподавателей вузов являются одним из важных критериев результативности научно-исследовательской деятельности вуза. В России с 2009 г. появилось как минимум 6 нормативных документов, в которых приведены конкретные параметры оценки эффективности научной работы. Перечислим некоторые из них: