

## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### Общие сведения

1.	Кафедра	Филологии и медиакоммуникаций
2.	Направление подготовки	42.03.02. Журналистика
3.	Направленность	Медиа-рилейшнз
4.	Дисциплина (модуль)	Современная пресс-служба
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2022

### 1. Методические рекомендации по организации работы студентов во время проведения лекционных и практических занятий

#### 1.1 Методические рекомендации по организации работы студентов во время проведения лекционных занятий

В ходе лекционных занятий студенту необходимо вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание изучаемой дисциплины, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки, подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Рекомендуется активно задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

#### 1.2 Методические рекомендации по подготовке к семинарским (практическим) занятиям

В ходе подготовки к семинарским (практическим) занятиям следует изучить основную и дополнительную литературу, учесть рекомендации преподавателя и требования рабочей программы.

Можно подготовить свой конспект ответов по рассматриваемой тематике, подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на занятие. Следует продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной практикой. Можно дополнить список рекомендованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы.

#### 1.3 Методические рекомендации по составлению опорного конспекта

Опорный конспект – это развернутый план предстоящего ответа студента на теоретический вопрос. Он призван помочь студенту последовательно изложить тему, а преподавателю следить за логикой его ответа.

*Основные требования к содержанию опорного конспекта:*

1. Полнота – в конспекте должно быть отражено все содержание вопроса.
2. Логически обоснованная последовательность изложения.

*Основные требования к форме записи опорного конспекта:*

1. *Лаконичность.* Опорный конспект должен быть минимальным, чтобы его можно

было воспроизвести за 6 – 8 минут. По объему он должен составлять примерно один полный лист.

2. *Структурность*. Весь материал должен располагаться малыми логическими блоками, то есть должен содержать несколько отдельных пунктов, обозначенных номерами или строчными пробелами.

3. *Акцентирование*. Для лучшего запоминания основного смысла опорного конспекта, главную идею выделяют рамками различных цветов, различным шрифтом, различным расположением слов (по вертикали, по диагонали).

4. *Унификация*. При составлении опорного конспекта используются определённые аббревиатуры и условные знаки, часто повторяющиеся в курсе данного предмета (ВОВ, РФ и др.)

5. *Автономия*. Каждый малый блок (абзац) должен выражать законченную мысль и быть аккуратно оформлен (иметь привлекательный вид).

6. *Оригинальность*. Опорный конспект должен быть оригинален по форме, структуре, графическому исполнению, благодаря чему он лучше сохраняется в памяти. Он должен быть наглядным и понятным не только студенту, но и преподавателю.

7. *Взаимосвязь*. Текст опорного конспекта должен быть взаимосвязан с текстом источника, что так же влияет на усвоение материала.

*Примерный порядок составления опорного конспекта*

1. Первичное ознакомление с материалом изучаемой темы по тексту учебника, картам, дополнительной литературе.

2. Выделение главного в изучаемом материале, составление обычных кратких записей.

3. Подбор к данному тексту опорных сигналов в виде отдельных слов, определённых знаков, графиков, рисунков.

4. Продумывание схематического способа кодирования знаний, использование различного шрифта и т.д.

5. Составление опорного конспекта.

#### **1.4 Методические рекомендации по выполнению контрольной работы**

Контрольная работа должна содержать 6 частей:

1. Определение цели и задач, функций пресс-службы, партнеров (журналистов);

2. Создание проекта устава и штатного расписания пресс-службы;

3. Формулировка должностных обязанностей сотрудников пресс-службы;

4. Составление медиа-листа и краткого медиа-плана;

5. Составление списка возможных мероприятий для прессы (с инициированием информационных поводов);

6. Составление сценария PR-акции (чиновника/ бизнесмена) для прессы.

Необходимо представить список источников информации и нужные приложения.

Преподаватель оценивает объем, полноту раскрытия заявленной темы, степень проработанности, логику изложения информации студентом. В контрольной работе должны быть отражены все основные принципы и параметры работы современной пресс-службы.

#### **1.5 Методические рекомендации по выполнению кейс-задания**

**Требования к оформлению и представлению кейс-задания**

Презентация, или представление результатов анализа кейса, выступает очень важным элементом метода. При этом используются два вида презентаций: устная (публичная) и письменный отчет - презентация. Публичная (устная) презентация предполагает представление решений кейса группе. Устная презентация требует навыков публичного выступления, умения кратко, но четко и полно изложить информацию, убедительно обосновать предлагаемое решение, корректно отвечать на критику и возражения.

#### *Требования к устной презентации:*

- помните, что компьютерная презентация не предназначена для автономного использования, она должна лишь помогать докладчику во время его выступления, правильно расставлять акценты;
- не усложняйте презентацию и не перегружайте ее текстом, статистическими данными и графическими изображениями;
- не читайте текст на слайдах. Устная речь докладчика должна дополнять, описывать, но не пересказывать, представленную на слайдах информацию;
- дайте время аудитории ознакомиться с информацией каждого нового слайда, а уже после этого давать свои комментарии показанному на экране. В противном случае внимание слушателей будет рассеиваться;
- делайте перерывы. Не следует торопиться с демонстрацией последующего слайда. Позвольте слушателям подумать и усвоить информацию;
- предложите раздаточный материал в конце выступления, если это необходимо. Не делайте этого в начале или в середине доклада, т.к. все внимание должно быть приковано к вам и к экрану;
- обязательно отредактируйте презентацию перед выступлением после предварительного просмотра (репетиции).

#### *Требования к письменной презентации:*

Кейс-задание выполняется в текстовом редакторе Microsoft Word, формат листа А4. Кейс-задание должен иметь введение, основную часть (2-3 главы), заключение и список использованных источников (книги, журналы, газеты, интернет-публикации, электронные ресурсы и др.). Нумерация в кейс-задании выполняется со 2-ой страницы, внизу («от центра» или «справа»). Размер шрифта: основной – 14, сноски (внизу страницы в автоматическом режиме) – 12. Абзац (красная строка) – отступ – 1,25 см. Межстрочный интервал – полуторный. Объем кейс-задания – 5-10 страниц.

### **1.6 Методические рекомендации по подготовке реферата**

Реферат представляет собой:

- доклад на определенную тему, включающий обзор соответствующих литературных и других источников;
- изложение содержания научной работы, книги.

Таким образом, в традиционном “латинском” смысле реферат — это творческий доклад или изложение содержания научной работы. Именно в этом смысле реферат как творческая форма индивидуальной работы студента широко используется во всех гуманитарных науках.

Можно выделить, по крайней мере, следующие типы рефератов:

#### **I. «Реферат — научное исследование» (РНИ)**

«Реферат — научное исследование» — наиболее распространенный тип студенческой реферативной работы. Форма и содержание данного типа реферата творчески излагают содержание той или иной темы научного исследования. Темы предлагаются программой курса и творчески модифицируются в совместной работе преподавателя и студента в зависимости от знаний, интересов, способностей и возможностей студента, его склонности к научному поиску.

Определив тему реферата, например «История изучения Кольского Заполярья», автор исследования должен ограничить его предмет. Другими словами не описывать всё многообразие научных изысканий в данной области, а оговорить, что он рассматривает, к примеру, только деятельность отечественных краеведов и их основные труды. Творчески работающий студент может углубить или развить некоторые идеи разделяемой им точки зрения, существующей в науке, но может дать свою собственную оригинальную трактовку,

исходя от противного, т.е. отрицая существующие позиции и предлагая свою интерпретацию проблемы.

Творческий характер подобного типа реферата не столько в самостоятельном гуманитарном научном поиске студента (что очень трудно для первокурсника), сколько в его творческом интересе, самостоятельном выборе темы, том ракурсе изложения иногда общеизвестных положений, который может найти только самостоятельно мыслящий человек.

Выбор темы должен быть объяснен автором. Важную роль в подобном типе реферата играет обзор литературы и его указатель в конце работы. По списку литературы, её новизне и объёму можно всецело судить о знаниях, интересах и эрудиции автора, его желании серьезно осмыслить тему. Обзор литературы связывает автора с событиями сегодняшнего дня и позволяет ответить на вопрос — почему исследуется данная тема, что взволновало в ней автора, как он понимает актуальные проблемы сегодняшнего дня.

В «реферате — научном исследовании» обычно распространено широкое цитирование. В этом случае автор в конце страницы дает полное указание на цитируемую литературу. Если цитирование неправильно или небрежно оформлено, реферат вызывает большие сомнения в плане серьезности работы над ним.

Особым видом РНИ является так называемый «компенсаторный реферат». Это небольшая студенческая работа — отчёт по пропущенной или слабоизученной теме. В отличие от РНИ, реферат, компенсирующий незнание ранее изученного материала, может не носить творчески-поискового характера и иметь меньший объём. Оба типа реферата обычно оформляются либо в распечатанном машинописном тексте, либо в электронном варианте.

## **II. «Реферат-дискурс» (РД)**

«Реферат-дискурс» является особой формой РНИ, предполагающей все основные требования, которые предъявляются к студенческой работе и описаны выше. Особенностью (РД) — «реферата-дискурса» является форма изложения материала, представляющая собой подбор цитат различных мыслителей и ученых по данной теме. Понятие «дискурс», введенное в середине нашего века французскими структуралистами, и обозначает в самом общем виде «речь, беседу». Студент как бы беседует с великими мыслителями по данной проблеме, составляя свою хрестоматию по исследуемой проблеме.

В процессе работы он знакомится с трудами ученых. Для студента-первокурсника написание реферата-дискурса легче и полезнее постольку, поскольку он ещё не готов к серьезному научному поиску. Для него подобный «реферат-хрестоматия» — первый шаг в науке журналистике, за которым последуют более серьезные шаги через систему авторских комментариев, даваемых многими студентами в своих «рефератах-дискурсах».

Работы типа РД предполагают прочтение большого числа источников, что требует от студента хорошего знания литературы по целому ряду наук.

### **Структура реферата.**

Как и всякое научное исследование, реферат должен иметь чёткую структуру. В ней должны присутствовать следующие компоненты: титульный лист, оглавление, введение, историческая и теоретическая (при необходимости и практическая) части, заключение, список использованных источников. Во введении обосновывается актуальность выбранной темы, её новизна (при необходимости научная и практическая значимость), выделяется цель, ставятся задачи, объект и предмет творческого исследования (при необходимости указывается гипотеза); рассматриваются основные литературные источники. В исторической части освещается выбранная эпоха, интерпретируются основные характеристики проблемы, в теоретической — рассматриваются основные понятия и эволюция взглядов на данную проблему. В заключении на основании поставленной цели и экспонированных задач приводятся основные выводы, к которым в результате написания реферата пришёл студент (при наличии — гипотезы, приводится подтверждение или опровержение последней). В списке использованных источников указываются источники, с

которыми работал студент при написании реферата, они могут быть как литературные, так и интерактивные (электронные). Список использованных источников оформляется в соответствии с существующими библиографическими требованиями (см. выше).

### **Требования к оформлению и представлению реферата**

1. Реферат выполняется в текстовом редакторе Microsoft Word, формат листа А4.
2. Структура. Реферат должен иметь введение, основную часть (2-3 главы), заключение и список использованных источников (книги, журналы, газеты, интернет-публикации, электронные ресурсы и др.).
3. Страница. Нумерация выполняется со 2-ой страницы, внизу («от центра» или «справа»). Размер шрифта: основной – 14, сноски (внизу страницы в автоматическом режиме) – 12. Абзац (красная строка) – отступ – 1,25 см. Межстрочный интервал – полуторный.
4. Объем реферата – 0,5 печатного листа (20 тыс. знаков с пробелами).

### **1.7 Методические рекомендации по подготовке к сдаче зачета**

Подготовка к зачету способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к зачету, обучающийся ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете студент демонстрирует то, что он приобрел в процессе обучения.

В период подготовки к зачету обучающиеся вновь обращаются к учебно-методическому материалу и закрепляют знания. Подготовка к зачету включает в себя самостоятельную работу в течение всего периода обучения и непосредственную подготовку в дни, предшествующие зачету по темам разделам и темам учебных дисциплин, выносимым на зачет.

При подготовке к зачету обучающимся целесообразно использовать материалы лекций, учебно-методические комплексы, основную и дополнительную литературу.

Во время ответа на поставленные вопросы надо быть готовым к дополнительным или уточняющим вопросам. Дополнительные вопросы связаны, как правило, с неполным ответом. Уточняющие вопросы задаются, чтобы либо конкретизировать мысли студента, либо чтобы студент подкрепил те или иные теоретические положения практикой. Полный ответ на уточняющие вопросы лишь усиливает эффект общего ответа обучающегося.

## **2. Планы практических занятий**

### **Тема 1: Приемы связи пресс-службы со средствами массовой информации**

#### **План:**

1. Устные контакты.
2. Информационный пакет.
3. Пресс-конференции

#### **Вопросы для коллективного обсуждения:**

1. Каково назначение пресс-службы?
2. Какова разница между пресс-центром и пресс-службой?
3. Каковы обязанности пресс-секретаря?
4. Каковы приемы связи пресс-службы со СМИ?
5. Какова специфика интервью как метода работы пресс-службы?
6. Каков состав информационного пакета?
7. Для чего проводится пресс-конференция?

*Литература:* [2, с. 89-115]; [1, с. 32-41]; [3, с. 443-444]

#### **Задания для самостоятельной работы:**

1. Рассмотрите информационные и слабые информационные поводы. Сделайте вывод об особенностях работы пресс-службы в связи с этим.
2. Кейс-задание 1: Составьте свой пресс-релиз. См. образцы в [3, с. 443-444]
3. Кейс-задание 2: Сформулируйте свои рекомендации по совершенствованию пресс-службы одного из учреждения.

## **Тема 2: Пресс-службы в разных структурах**

### **План:**

1. Пресс-службы федеральных органов власти. Пресс-службы региональных и местных органов власти. Пресс-служба политической партии и выборы.
2. Пресс-службы в коммерческих структурах. Пресс-служба в корпорации. Пресс-служба в коммерческом банке: пресс-служба как инструмент внешних и внутренних банковских коммуникаций.
3. Пресс-службы в некоммерческих структурах. Фандрайзинг. Пресс-служба учреждения культуры.

### **Вопросы для коллективного обсуждения:**

1. В чем заключается разница между различными видами пресс-служб?
2. Как различается структура государственной и коммерческой пресс-службы?
3. Какова специфика работы пресс-службы учреждения культуры?

*Литература:* [2, с. 116-209]

### **Задание для самостоятельной работы:**

Познакомьтесь с материалами выпускной квалификационной работы студентки МАГУ Орловой В.П. (выпуск 2016 г.), выполненной под научным руководством профессора О.Н. Иванищевой. Сформулируйте свои рекомендации по совершенствованию пресс-службы этого учреждения.

### **Структура и функции пресс-центра Мурманского областного Дворца культуры и народного творчества им. С.М. Кирова**

Для того чтобы охарактеризовать работу пресс-центра ДК им. С.М.Кирова, мы провели экспертное интервью с Кухарской Оксаной Геннадьевной (заведующей отделом развития). Несмотря на то, что на сайте ДК им. С.М. Кирова есть колонка, которая называется «пресс-центр», именно сотрудники отдела развития выполняют функции пресс-центра. Свою работу отдел начал в 2006 году. На данный момент (май 2016 г. – О.И.) насчитывается 5 сотрудников отдела: заведующая отделом, пресс-секретарь, методисты по медиа-деятельности, методист по фандрайзингу. За каждым сотрудником закреплен ряд обязанностей. Таким образом, пресс-секретарь осуществляет работу со СМИ, методист по фандрайзингу занимается поиском партнеров и спонсоров на мероприятия, методисты по медиа-деятельности – работой с культурно-досуговыми учреждениями области и выездными гастрольными концертами, а заведующая отделом непосредственно занимается координацией работы, анализом, обобщением и документацией. В том числе и координацией работы пресс-секретаря. Во время нашего исследования мы предпринимали попытку провести интервью с пресс-секретарем ДК им. С.М. Кирова Викторией Мохнаткиной, но нам не удалось его провести, потому что специалист ссылаясь на нехватку времени, а потом и вовсе переадресовал наши вопросы своему непосредственному начальнику.

Работу отдела развития контролирует «Регламент медиа-деятельности», который мы взяли на сайте в разделе «Документы». Этот регламент устанавливает общие требования к осуществлению медиа-деятельности Мурманского областного Дворца культуры и народного творчества им. С.М. Кирова. Медиа-деятельность осуществляется в ДК им. С.М. Кирова с целью достоверного и оперативного информирования населения Мурманской области о деятельности КДУ и формирования позитивного общественного мнения об эффективности функционирования КДУ. Медиадеятельность включает в себя:

- анонсирование мероприятий и событий в сфере культуры Мурманской области (далее - анонс);
- информирование о результатах деятельности КДУ и проведенных мероприятиях в сфере культуры Мурманской области (далее – пресс-релиз);
- предоставление информации о достижениях коллективов художественной самодеятельности КДУ на Всероссийских и Международных фестивалях;
- информирование о юбилейных датах КДУ, руководителей учреждений, творческих работников, коллективов художественной самодеятельности;
- своевременное информирование об изменениях в справочной информации и данных о коллективах художественной самодеятельности учреждения.

В «Регламенте» дано четкое определение того, как должен выглядеть анонс и как пишется пресс-релиз, также указано, что ДК им. С.М. Кирова в ходе выполнения настоящего «Регламента» «обеспечивает бесперебойное функционирование официального сайта ДК им. С.М. Кирова, своевременное размещение анонсов и пресс-релизов мероприятий, оперативное обновление и поддержание в актуальном состоянии сведений о ДК им. С.М. Кирова.»

Для того чтобы охарактеризовать работу пресс-центра и оценить соответствие выполнения функций специалистов в соответствии с «Регламентом», нами был проанализирован сайт ДК им. С.М. Кирова. На данном этапе работы был проанализирован сайт на наличие информации о пресс-службе, доступности к пресс-релизам и информации СМИ о данной структуре.

Сам сайт <http://www.odkkirova.ru/> удобен в использовании. На главной странице можно увидеть меню, в котором расположен раздел «Пресс-центр». В этом разделе есть 4 подраздела: «Новости», «Пресс-релизы», «Новости КДУ», «СМИ о нас». Мы рассмотрели каждый подраздел.

В подразделе «Новости» расположены анонсы на ближайшие мероприятия. За выбранный нами период с 1 марта 2016 года по 24 мая 2016 года в ДК им. С.М. Кирова было проведено более 100 мероприятий. В основном это городские конкурсы, концерты, которые сопровождаются фотоотчетами, и мероприятия, которые проходят на базе ДК им. С.М. Кирова.

В подразделе «Пресс-релизы» предоставлена информация о крупных областных конкурсах, мероприятиях за данный период времени 26 пресс-релизов. Несмотря на то, что в подразделе «Новости» опубликовано достаточно большое количество мероприятий, которые проводились за этот период времени, пресс-релизы в мае практически отсутствуют.

На сайте существует раздел «Новости КДУ», в котором расположены афиши, анонс мероприятий областных КДУ.

В разделе «СМИ о нас» последнее обновление информации было 15 октября 2015 года. С 2012 года на сайте опубликовано всего 34 материала, когда СМИ освещали мероприятия ДК им. С.М. Кирова, что составляет меньше половины мероприятий, который проводятся за выбранный нами период. И «Регламент» предполагает выполнение функции размещение актуальной информации на Официальном сайте ДК им. С.М. Кирова.

Так как в настоящее время большим спросом пользуются социальные сети, мы рассмотрели группу ДК им. С.М. Кирова в социальной сети «В контакте»<sup>1</sup>. Группа существует с 2012 года. Нами был проанализирован контент группы. В группе размещаются анонсы мероприятий, перепосты из групп партнеров, а также видеосюжеты или упоминания СМИ о ДК им. С.М. Кирова. В группе за выбранный период времени нами было обнаружено около 30 материалов о мероприятиях, которые проходят в ДК им. С.М.

---

<sup>1</sup> Официальная группа в социальной сети «ВКонтакте» Мурманского областного Дворца культуры и народного творчества им. С.М. Кирова [сайт]. URL: <https://vk.com/odkkirova/>. (дата обращения: 25.05.2016)

Кирова, из которых 20 мероприятий проходили на его базе, но не были организованы сотрудниками ДК им. С.М. Кирова. В основном мероприятия освещает «Мурман ТВ», «ТВ-21». На базе ДК им. С.М. Кирова проводилась запись такой программы, как «Наше утро», а также новостные сюжеты о культурно-массовых мероприятиях в городе.

Мы проанализировали пресс-кит ДК им. С.М. Кирова, который сотрудники пресс-центра подготовили для журналистов. В состав пресс-кита входят пресс-релиз, бэкграундер, факт-лист, биографии спикеров, фотографии, иллюстрирующие историю вопроса, иногда досье проблемы. Пресс-кит от ДК им. С.М. Кирова содержит в себе только небольшие пресс-релизы-анонсы ближайших мероприятий. Получив такой пресс-кит, журналист не только не будет знать причину мероприятия, но и не совсем поймет, что он должен написать (отснять) в итоге. Одной из функций пресс-центра, о которой говорилось в первой главе нашего исследования, является подготовка и составление информационных материалов, пресс-релизов и других материалов, которые касаются деятельности организации. Как мы можем заметить из проанализированного материала, пресс-центр подготавливает информацию журналистам, но не делает это в должном качестве и в должном объеме. Как отмечает О.Г. Кухарская, пресс-центр ДК им. С.М. Кирова отправляет только анонсы один раз в неделю. Мы можем отметить, что независимо от масштабности мероприятия, журналист получает информацию только один раз. В потоке журналистской деятельности эта информация может «затеряться».

Нами было проанализировано более 100 пресс-релизов, которые расположены в подразделе «Пресс-релизы» на сайте. Основную массу всех пресс-релизов составляют пресс-релизы-новости, которые несут в себе информацию об уже случившемся мероприятии. В подразделе «Новости» расположены пресс-релизы-анонсы, в которых дана информация о том, когда будет мероприятие, где, кто примет участие и почему оно проводится. Обязательно в конце каждого пресс-релиза-анонса дан контактный телефон.

Главная задача пресс-центра ДК им. С.М. Кирова сделать так, чтобы созданная новость попала во все СМИ города Мурманск. Привлекать внимание СМИ можно путем рассылки пресс-релизов, что и делают сотрудники пресс-центра. Обязательным дополнением к пресс-релизу является бэкграундер, в котором будет изложена расширенная информация текущего характера.

Совместно со старшим преподавателем кафедры философии и социальных наук МАГУ Е.В. Филипповой мы разработали вопросы для экспертного интервью с представителем пресс-центра ДК им. С.М. Кирова на тему «Взаимодействие пресс-центра Мурманского областного Дворца культуры и народного творчества им. С.М. Кирова и региональных СМИ». Представителем пресс-центра ДК им. С.М. Кирова стала заведующая отделом развития Оксана Геннадьевна Кухарская.

Первая часть вопросов помогла нам понять структуру пресс-центра и функции каждого сотрудника. Отдел развития, в функционал которого входит и работа пресс-центра, образован в 2006 году. В отделе работает 5 сотрудников: заведующая отделом, пресс-секретарь, методисты по медиа-деятельности, методист по фандрайзингу. О.Г. Кухарская охарактеризовала обязанности каждого из сотрудников таким образом: пресс-секретарь выполняет работу со СМИ, методист по фандрайзингу занимается поиском партнёров и спонсоров на мероприятия, методисты по медиа-деятельности – работа с культурно-досуговыми учреждениями области и выездные гастрольные концерты, заведующая отделом – координация работы сотрудников, анализ проделанной работы, обобщение и работа с документацией.

Вторая часть вопросов была составлена с целью выявления методов взаимодействия пресс-центра с представителями региональных СМИ. Со слов О. Г. Кухарской каждый четверг в средства массовой информации отправляются анонсы о предстоящих мероприятиях на следующей неделе. На вопрос о том, как реагируют СМИ на анонсы, которые им приходят, Оксана Геннадьевна ответила лаконично: «положительно». О.Г. Кухарская также отметила, что сотрудники осуществляют ежедневный мониторинг

региональных средств массовой информации на наличие материалов о ДК им. С.М. Кирова, подготавливают еженедельный отчет, а также и ежемесячный. Как мы уже заметили, анализируя сайт, обновления информации в подразделе «СМИ о нас» не было с октября 2015. Заведующая отделом развития отмечает, что взаимодействие со СМИ «плотное, основанное на личных контактах, а также письменно и устно». На наш вопрос «С какими СМИ вы взаимодействуете?» мы получили ответ, что «со всеми СМИ города и области» происходит взаимодействие пресс-центра ДК им. С.М. Кирова. Анализируя сайт и официальную группу в социальной сети «ВКонтакте», мы отметили, что среди материалов СМИ чаще всего встречаются материалы телекомпаний «ТВ-21» и «Мурман ТВ». От других региональных СМИ материалов на сайте и в группе найдено не было.

Третья часть вопросов была составлена с целью понимания оценки пресс-центром своего взаимодействия со СМИ. Как оказалось, сотрудники ДК им. С.М. Кирова «в полной мере» удовлетворены своим взаимодействием с региональными СМИ. На взгляд О.Г. Кухарской региональные СМИ достаточно часто освещают мероприятия, которые проводятся в ДК им. С.М. Кирова. Для журналистов устраиваются специальные мероприятия такие как «ежегодный пресс-коктейль в канун дня рождения Дворца культуры, а также пресс-конференции по мере поступления и важности мероприятий». Выделяя наиболее эффективный способ оповещения аудитории о предстоящих мероприятиях, О.Г. Кухарская говорит, что «группа ВКонтакте, анонсы в СМИ, радиоэфир, розыгрыши билетов» являются наиболее эффективными.

Анализируя ответы представителя пресс-центра ДК им. С.М. Кирова, мы можем сделать вывод, что сотрудники оценивают свою работу на высоком уровне, взаимодействием со средствами массовой информации они удовлетворены. Сотрудниками проводится анализ публикаций в региональных СМИ относительно деятельности ДК им. С.М. Кирова и проводится еженедельная и ежемесячная отчетность о проделанной работе, а также ее анализ.

### **2.3. Взаимодействие пресс-центра Мурманского областного Дворца культуры и народного творчества им. С.М. Кирова и региональных СМИ**

Мы провели экспертное интервью с начальником отдела развития, в который входит исполнение обязанностей пресс-центра О.Г. Кухарской. По ее словам, пресс-центр ДК им. С.М. Кирова сотрудничает «со всеми СМИ» и «со всеми СМИ» налажен хороший контакт. Для изучения взаимодействия пресс-центра Мурманского областного Дворца культуры и народного творчества им. С.М. Кирова и региональных СМИ нами были выбраны три вида СМИ: телевидение, радио и печатное издание. Нами были выбраны разные виды СМИ для того, что выявить зависит ли от вида СМИ частота освещения культурно-массовых мероприятий, которые проводятся в ДК им. С.М. Кирова.

Для анализа взаимодействия пресс-центра с региональными телеканалами нами был выбран телеканал «Арктик-ТВ». Мы выбрали этот канал, потому что, когда мы анализировали сайт и группу ДК им. С.М. Кирова на предмет размещения видеосюжетов, мы сделали вывод, что материалы телеканалов «ТВ-21» и «Мурман ТВ» являются преобладающими. Видеосюжетов с телеканала «Арктик ТВ» нами обнаружено не было, несмотря на то, что О.Г. Кухарская утверждает, что со всеми СМИ города и области взаимодействие налажено, и ежедневно происходит мониторинг опубликованных материалов. Еще одним решающим фактором при выборе телеканала стало то, что, в отличие от «ТВ 21» и «Мурман ТВ», телеканал «Арктик ТВ» имеет 24 часовое вещание.

«Арктик-ТВ» – это мурманский городской общественно-политический канал, учредителями канала являются частные лица. Впервые вышел в эфир 31 мая 2008 года. Отличительной чертой «Арктик-ТВ» является собственное круглосуточное вещание – это единственный местный канал, который выходит в эфир 24 часа в сутки. Часть контента журналисты канала производят самостоятельно, обеспечивая региональную аудиторию уникальными авторскими передачами, которые отличаются жанровым разнообразием. Среди собственных продуктов «Арктик-ТВ» дискуссии об актуальных проблемах региона,

страны и мира, журналистские расследования, интервью с чиновниками и интерактивные беседы с аудиторией, детские передачи и даже астрологические прогнозы. Оставшееся эфирное время занято лицензионным контентом, который телекомпания выкупает у других каналов и медиахолдингов. Ежедневная аудитория телеканала составляет примерно 100 тыс. человек, потенциальный охват – около 200 тыс. человек.

Кроме того, важным отличием «Арктик-ТВ» от других телеканалов региона является его сопряженность с другими видами СМИ. Самые популярные телепрограммы канала, например, «Послевкусие» (дискуссии на актуальные региональные, федеральные и общемировые темы с вовлечением аудитории в процесс обсуждения проблемы), одновременно транслируется и на одной из местных радиостанций, «Большом радио», в том числе и онлайн. Таким образом, можно отметить, что «Арктик-ТВ», вводя в свою эфирную сетку кросс-медийные проекты, стремится соответствовать современному представлению о новых медиа и конвергентной журналистике.

О своих целях сотрудники «Арктик-ТВ» заявляют на официальном сайте телеканала: «Мы выполняем роль своеобразного коммуникатора между гражданами и властью и наоборот. Разными формами обмена мнениями доносим их до широкого круга граждан, причём способами быстрыми и целенаправленными. Мы помогаем людям ориентироваться в мире информации, воспитываем нашу аудиторию, управляем ею, лоббируя интересы определенных людей и слоёв общества»<sup>2</sup>.

Телеканал формально считается независимым, существует в основном за счет рекламы. Коммерческий источник финансирования в мировой практике является гарантом относительной свободы от тотального контроля властных структур. Однако в то же время наличие рекламы, в особенности, ее избыток, может отпугнуть зрителя. Кроме того, важно подобрать рекламную информацию, подходящую под позицию канала и контекст телепрограмм.

Несмотря на наличие уникальных авторских программ, наиболее значительную часть эфира занимают новостные программы. Выпуски новостей на телеканале «Арктик-ТВ» отличаются, прежде всего, тематическим разнообразием. Сюжеты о культурных событиях в регионе встречаются почти в каждом выпуске. Журналисты «Арктик-ТВ» оперативно освещают актуальные для региона темы и откликаются на обращения жителей Мурманска о насущных проблемах. Следует отметить, что телеканал обладает 24 эфирным временем, что позволяет освещать события больше и не задумываясь о том, что сюжет не войдет в эфирное время.

Совместно с Е.В. Филипповой нами был разработан список вопросов к представителю региональных СМИ на тему «Взаимодействие пресс-центра Мурманского областного Дворца культуры и народного творчества им. С.М. Кирова и региональных СМИ». Представителем СМИ от телеканала «Арктик ТВ» выступила корреспондент и ведущая программы «Новости» Екатерина Гладышевская.

В своем интервью Е. Гладышевская прямо говорит, что взаимодействие с пресс-центром существует, но не такое частое. Интерес у журналистов телеканала вызывают мероприятия, которые проводятся на базе ДК им. С. М. Кирова, а не те, которые организуют сотрудники ДК им. С.М. Кирова.

«Например, выступления столичных гостей (певцов, актёров) или тематические вечера с участием первых лиц города и области, приуроченные к определённой дате, пресс-конференции (например, губернатора Марины Ковтун в конце прошлого года)».

Е. Гладышевская отмечает, что именно шеф-редактор принимает решение, после получения пресс-релиза, насколько это мероприятие интересно и есть ли свободные съемочные группы. Иногда корреспонденты телеканала используют ДК им. С.М. Кирова,

---

<sup>2</sup> Официальный сайт телеканала «Арктик-ТВ» [Электронный ресурс]: <http://arctic-tv.ru/>. Режим доступа: 22.05.2016

чтобы записать интервью в стенах учреждения или получить экспертное мнение сотрудника по определённому вопросу для развернутого сюжета с участием специалистов из других структур. В целом Е. Гладышевская считает, что главный вопрос освещения культурно-массовых мероприятий заключается в «интересе. Новые спектакли – интересно, новые идеи и новые воплощения – интересно, уникальные голоса, умения, постановки – интересно. Очередное выступление ансамбля, скажем, «Ягодка» или конкурс красоты среди, например, старшеклассниц – не интересно, уж извините. Сделают «вкусно», камера придет, а иначе предпочтут другое мероприятие – трудовой ресурс на телеканалах тоже ведь ограничен».

Мы проанализировали сайт телеканала «Арктик-ТВ». За период времени с 1 марта по 25 мая 2016 года сотрудниками телеканала было подготовлено 9 видеосюжетов, в которых упоминалось об Мурманском областном Дворце культуры и народного творчества им. С.М. Кирова. См. таблицу:

Сюжет	Дата выхода в эфир
«Образ современной женщины «рисовали» Мурманск и Петербург.»	2 марта 2016 год
«Северяне познавали «Дерево любви» и боролись со страхом»	3 марта 2016 год
«Встречаем весну с КВНовскими улыбками и задором»	4 марта 2016 год
«Стартовал сезон Региональной Мурманской лиги КВН»	9 марта 2014 год
«Мурманск готовится принять Всероссийский фестиваль «Сияние Севера»»	17 марта 2016 год
««Танец оленёнка» очаровал народное жюри»	31 марта 2016 год
«Самая красивая и творческая мама Заполярья»	25 апреля 2016 год
«У Мурманской региональной лиги КВН начались летние каникулы»	4 мая 2016 год
«Делегации городов-героев посетили знаковые и значимые для Заполярья места»	10 мая 2016 год

В нашей таблице мы видим, что большинство мероприятий проходит на базе ДК им. С.М. Кирова, но не организовано сотрудниками. При анализе Официального сайта и группы в «ВКонтакте» видеосюжеты с телеканала «Арктик-ТВ» мы не обнаружили. Таким образом мы можем сделать вывод, что отслеживание материалов на телеканале «Арктик-ТВ» сотрудниками пресс-центра не проводится и информация не обновляется ни на сайте, ни в группе.

Второй вид СМИ, который был нами выбран, – это газета «Мурманский вестник». Нами была выбрана данная газета, потому что «Мурманский вестник» является одной из ведущих газет Мурманской области, выходит ежедневно (6 раз в неделю в печатном виде, 1 раз – в электронном формате). А тематика включает в себя освещение культурных мероприятий города и области.

«Мурманский вестник» — периодическое издание Мурманской области, посвященное проблемам политической, общественной и культурной жизни. Издается с 22 января 1991 года и является официальным печатным органом региона. Тираж газеты – 6000 экземпляров. С 13 июля 2006 года учредителями являлись правительство Мурманской области и Мурманская областная дума.<sup>3</sup> С 19 апреля 2016 года редакция газеты «Мурманский вестник» переведена в подчинение Министерства по внутренней политике и массовым коммуникациям Мурманской области. Газета позиционирует свою политическую

<sup>3</sup>Официальный сайт газеты «Мурманский вестник» [Электронный ресурс]: <http://www.mvestnik.ru/>. Дата обращения 25.05.2016

принадлежность как нейтральную. «Мурманский вестник» - ежедневная газета, выходит 6 раз в неделю в печатном варианте и 1 раз, в воскресенье, в виде онлайн-издания. В каждом выпуске «Мурманского вестника» встречаются перепечатанные материалы областных газет, таких как «Кольский никель», «Заполярная руда» и «Западная Лица». Тематика газеты – это освещение общественной, политической и экономической жизни Мурманска и Мурманской области, культурных и спортивных событий в городе и регионе. Существуют тематические разделы, в которых есть раздел «Культура».

Нами было проведено экспертное интервью с корреспондентом газеты «Мурманский вестник» Анной Вихровой.

Со слов А. Вихровой взаимодействие с сотрудниками пресс-центра ДК им. С.М. Кирова налажено «причем, у нас есть несколько корреспондентов, которые чаще остальных пишут о культуре, поэтому в пресс-службе ДК знают, к кому из журналистов можно обратиться напрямую. Обратная связь тоже налажена». Мы проанализировали количество материалов, которые были опубликованы о мероприятиях, которые проводятся в ДК им. С.М. Кирова за период с 1 марта по 25 мая. За этот период времени в афишах были анонсированы мероприятия ДК им. С.М. Кирова 24 раза, а материалов, в которых упоминается про ДК им. С.М. Кирова 27 публикаций. См. таблицу:

Дата публикации	Название материала
01.03.2016	Молодые люди с ограниченными возможностями здоровья соревновались в рыцарстве
02.03.2016	В Мурманске прошел областной открытый конкурс ансамблей бального танца «Февральские вьюги»
04.03.2016	В Мурманске подведены итоги городских конкурсов педагогического мастерства
05.03.2016	В Мурманске стартует второй сезон Региональной лиги КВН
06.03.2016	В фестивале региональной Мурманской лиги КВН примут участие 20 команд региона и СЗФО
10.03.2016	Сезон для находчивых открыт
11.03.2016	В Мурманске стартовал областной конкурс «Звездные барышни - 2016»
12.03.2016	В Мурманске пройдет областной семинар для режиссеров и руководителей театральных и цирковых коллективов
13.03.2016	В Мурманске «Звездные барышни» проявили себя отчаянными домохозяйками
15.03.2016	В Мурманске прошел конкурс среди девушек с ограниченными возможностями здоровья
18.03.2016	Завтра - финал областного конкурса «Звездные барышни»
21.03.2016	В конкурсе «Звездные барышни» Лина Верба стала лучшей в номинации «Мисс восхищение»
25.03.2016	Сегодня в ДК С.М. Кирова соберутся работники культуры Мурманской области
28.03.2016	3 апреля стартует традиционная акция «Славься, Мурманская область!»
29.03.2016	Сияй, Мурманск!
08.04.2016	Завтра в Мурманске выберут Очаровашку - 2016
12.04.2016	Софья Щербакова из Колы завоевала титул «Очаровашки - 2016»
12.04.2016	В Мурманске вручили «Золотой ключик» лучшим театрам
14.04.2016	В Мурманске состоится фестиваль творчества детей и подростков «Возьмемся за руки, друзья!»
18.04.2016	В Мурманске прошел фестиваль творчества детей и подростков с ограниченными возможностями здоровья
24.04.2016	Для мурманских школьников пройдет урок-игра «Живая память»
25.04.2016	В Мурманске подведут итоги XIX Международного конкурса «Отсюда начинается Россия»
26.04.2016	В Мурманске подвели итоги конкурса детской рукописной книги «Отсюда начинается Россия»
05.05.2016	В Мурманске подвели итоги акции «Детство - территория добра и порядка»
06.05.2016	Вице-губернатор Алексей Тюкавин: «Память о подвиге Поколения Победителей священна для каждого из нас»
14.05.2016	В Мурманской области в 2015 году стало на 569 многодетных семей больше
17.05.2016	В Мурманске прошла акция «Молодая семья»

Были опубликованы и материалы о крупных региональных выставках, концертах,

вокальных и танцевальных конкурсах, юбилейных и благотворительных вечерах. За период времени с 1 марта по 25 мая 2016 года в газете и на сайте «Мурманского вестника» были опубликованы материалы о «Рыцарском турнире» (организован сотрудниками ДК им. С.М. Кирова), освещен открытый конкурс ансамблей бального танца «Февральские вьюги», были размещены материалы о проведении региональной лиги КВН (на базе ДК им. С.М. Кирова).

В отличие от Е. Гладышевской, корреспондент газеты «Мурманский вестник» не сказала в своем интервью то, что именно редактор решает, будет освещено это событие или нет: «Нередко мы игнорируем ряд приглашений на определенные события, потому что это просто не наш формат (рядовые концерты, викторины, танцевальные вечера). Но в целом пишем о культурных мероприятиях довольно часто».

Таким образом, газета «Мурманский вестник» публикует чаще анонсы мероприятий, но не пост-релизы. В отличие от «Арктик-ТВ» журналистам из газеты «Мурманский вестник» «важна не столько тема, сколько масштаб мероприятий, их уникальность, значимость. К примеру, встреча губернатора с ветеранами в честь Дня Победы, пресс-конференции губернатора, встречи с известными артистами, приезжающими в нашу область с концертами, финалы крупнейших региональных конкурсов, большие областные фестивали», а для журналистов «Арктик-ТВ» важны острые события «социалка и политика».

Третий вид СМИ, который нами был выбран, – это радио. Из региональных радиостанций только 2 имеют свое 24-часовое эфирное время – это «Power Hit» и «Большое радио». Нами была выбрана радиостанция «Большое радио», потому что, в отличие от «Power Hit», на радиостанции «Большое радио» существует ряд программ, которые напрямую связаны с культурными событиями города Мурманска, примером такой программы может стать «Большие кактусы», которую ведет Л.Л. Иванова.

«Большое радио» - это мурманская радиостанция FM-диапазона, покрывающая своим вещанием Мурманск, Североморск, Колу, Мурмаши, Верхнетуломский, города: ЗАТО Александровск, Мончегорск, Оленегорск, Заполярный и восточную часть Северной Норвегии. На радиостанции организовано 24 часа собственного вещания. Радио ориентировано на мыслящую аудиторию. «Большое Радио» – это авторские программы, talk-shows, интерактивное общение со слушателями, текущая актуальная информация, тщательно отобранная музыка<sup>4</sup>. Так же, как и «Арктик-ТВ», радиостанция имеет 24 часа собственного вещания. В основном это развлекательные программы, новостные выпуски и музыкальный эфир.

Нами было проведено экспертное интервью на тему «Освещение культурно-массовых мероприятий в региональных СМИ и взаимодействие с пресс-центром Мурманского областного Дворца культуры и народного творчества им. С.М. Кирова» с журналистом радиостанции «Большое радио» Лидией Одарченко. По словам Л. Одарченко взаимодействие с пресс-центром ДК им. С.М. Кирова налажено, и ежедневно в выпусках программы «Новости» происходит анонсирование мероприятий, которые проходят в ДК. Предпочтение, конечно же, как музыкальная станция отдается концертам и известным гостям из столицы.

Во время прохождения преддипломной практики на базе радиостанции «Большое радио» нами было отмечено, что действительно каждый день в эфире проходит анонс мероприятий, которые проводятся в ДК им. С.М. Кирова. Стоит отметить, что, как и в газете «Мурманский вестник» сотрудники «Большого радио» афишируют события, но не публикуют отчеты о проведенных мероприятиях. Несмотря на то, что в сетке вещания

---

<sup>4</sup> Официальный сайт радиостанции «Большое радио» [сайт]. URL: <http://big-radio.ru/>. (дата обращения: 25.05.2016)

предусмотрены программы, в которых происходит обсуждение мероприятий, которые проходили в городе за неделю.

Для того чтобы понять, как происходит освещение культурно массовых мероприятий в городе Мурманск, мы составили вопросы для экспертного интервью с Ольгой Александровной Феофановой, которая является журналистом и уже 12 лет занимается работой с культурными мероприятиями.

По мнению О.А. Феофановой, культурно-массовые мероприятия освещаются не в полной мере. В основном, если появляется информация, то обычно в виде коротких анонсов, без последующего рассказа о том, как прошло мероприятие. О.А. Феофанова отмечает, что она имеет опыт сотрудничества с ДК им. С.М. Кирова «опыт сотрудничества заключался в информационной поддержке областного Дворца культуры (размещение анонсов, репортажи)».

При проведении интервью не раз упоминалось о том, что пресс-центр ДК им. С.М. Кирова и в целом сотрудники закрыты и неохотно идут на контакт, а функциональность для улучшения взаимодействия ограничивается «простой рассылкой афиши; нет информации, специально подготовленной для журналистов, нет стремления наладить с ними контакт, заинтересовать их».

О.А. Феофанова считает, что сотрудники пресс-центра не должны лениться в своей работе найти индивидуальный подход к каждому журналисту, а сотрудники ДК им. С.М. Кирова уходить от проведения рядовых мероприятий к организации качественных информационных событий.

### **Выводы**

В данной работе был проведен анализ деятельности Мурманского областного Дворца культуры и народного творчества им. С.М. Кирова и его пресс-центра. В ходе нашего исследования мы выявили, что ежемесячно сотрудниками ДК им. С.М. Кирова проводится более 30 мероприятий (как минимум 1 мероприятие в день). Основную массу составляют конкурсы, концерты, межрегиональные фестивали, всероссийские фестивали. Целевая аудитория ДК им. С.М. Кирова – от дошкольников до людей пенсионного возраста. Главными задачами пресс-центра, которые перед сотрудниками ставит администрация ДК им. С.М. Кирова являются оперативное информирование о мероприятиях общественность, бесперебойное функционирование официального сайта Дворца культуры; своевременное размещение анонсов и пресс-релизов мероприятий КДУ.

В нашей работе мы проанализировали официальный сайт Мурманского областного Дворца культуры и народного творчества им. С.М. Кирова, а именно раздел «Пресс-центр». Проанализировав сайт, мы сделали вывод, что мониторинг средств массовой информации не проводится, потому что последнее обновление в разделе «СМИ о нас» проводилось в октябре 2015 года.

На втором этапе нашего исследования мы провели интервью с заведующей отделом развития О.Г. Кухарской, которая уверяет нас в том, что взаимодействие налажено со всеми СМИ г. Мурманск. Мы предпринимали попытки связаться с пресс-секретарем ДК им. С.М. Кирова, но получали отказ и перенаправление всех вопросов заведующей отдела по развитию.

На третьем этапе нашего исследования мы провели экспертное интервью с представителями 3 видов СМИ (телевидение, радио, печатные издания). И провели исследование материалов региональных средств массовой информации на предмет освещения мероприятий, которые проводятся в ДК им. С.М. Кирова за период с 1 марта по 25 мая 2016 год. В ходе исследования была проанализирована роль данных СМИ в освещении мероприятий, а также дана краткая характеристика материалов на принадлежность к мероприятиям, которые организуются непосредственно сотрудниками ДК им. С.М. Кирова.

В результате анализа материалов на сайте телеканала «Арктик-ТВ» было

установлено, что каждый день на телеканале освещаются культурно-массовые события. За выбранный нами период, события ДК им. С.М. Кирова освещались 9 раз, из них только 6 мероприятий организовывались сотрудниками ДК им. С.М. Кирова. Проанализировав материалы Официального сайта газеты «Мурманский вестник» и радиостанции «Большое радио» нами было установлено, что в основном события появляются в информационном поле в виде коротких анонсов, без последующего рассказа о том, как это было.

Несмотря на то, что нами были обнаружены материалы о деятельности ДК им. С.М. Кирова, нам не удалось обнаружить данные видеосюжеты или ссылки на материалы ни на Официальном сайте Мурманского областного Дворца культуры и народного творчества им. С.М. Кирова, ни в Официальной группе в «ВКонтакте».

Таким образом, мы можем сделать вывод, что сотрудники пресс-центра не выполняют свои обязанности в полной мере, что может оказывать влияние на имидж организации. Информация для журналистов содержит поверхностный характер, не позволяет в полной мере заинтересовать журналиста. В ходе экспертных интервью с корреспондентами исследуемых СМИ было установлено, что одни редакции в приоритет ставят социальные проблемы и политику, а другие стремятся к освещению масштабных мероприятий. Со стороны пресс-центра проблема заключается в отсутствии коммуникативного менеджмента, то есть, продуманной стратегии диалога-сотрудничества со СМИ. В основном, деятельность пресс-центра сводится к простой рассылке афиши; нет информации, специально подготовленной для журналистов, нет стремления наладить с ними контакт, заинтересовать их.