

Иван Михайлович Печищев,  
г. Пермь, ПГНИУ, к.ф.н., доцент кафедры журналистики

### **«Alma mater»: успешный опыт создания университетской газеты**

На кафедре журналистики Пермского государственного национального исследовательского университета (ПГНИУ) в рамках дисциплины «Выпуск учебной газеты» ежегодно выходят в свет несколько изданий. Принципиальная установка кафедры в том, что студенты должны разработать модель нового издания, выносить его идею и воплотить её в жизнь. Так и появилась в свет в октябре 2010 года учебная газета «Alma mater».

#### **Создание газеты**

В работе со студентами автор полагался на опыт предыдущих лет преподавания данной дисциплины и собственный опыт создания печатных изданий. Студенты 2 курса вполне способны писать тексты, верстать, фотографировать и даже создать газету. Но задачей было создать новую, не похожую на традиционные студенческие издания, газету.

Как показывает опыт, если студенты в разработке газеты не проявляют особого творчества, их конечный результат вполне предсказуем: набор полос о прелестях (недостатках) студенческой жизни, сессии, поиске работы, проблемах с противоположным полом, новинках кино и т.д., и т.п. Типичный набор тем, типичные подходы к проблемам. Новая газета должна была стать иной.

После обсуждений в студенческой группе мы сформулировали некоторые подходы к созданию нового издания. Во-первых, новая газета должна быть серьёзной. В ней не должно быть лёгких тем, лёгких подходов.

Во-вторых, темы газеты должны касаться актуальных проблем всего университета. Кажется, что проблема поиска работы для студента – тоже тема, актуальная для всех студентов. Но это – отвлечённая проблема, имеющая мало общего с реальной жизнью университета. Газета должна была писать о том, что происходит в вузе, касается и студентов, и преподавателей.

В-третьих, газета должна иметь «взрослый» формат и оформление. Дело в том, что по техническим причинам учебные газеты на кафедре выпускались форматом А4 (А3 в развороте). Так их было проще множить на копировальной технике. А вот газету «взрослого» формата А3 размножить на А2 возможности не было. Но внешний вид был решающим в образе серьёзного издания, поэтому, отбросив все сомнения, редакция принялась работать над выпуском большого формата.

Название газеты появилось не сразу. Но, учитывая планируемую направленность газеты, студенты выбрали из многих название «Alma mater».

Первый номер «Alma mater» [см: 1] выходил в канун юбилея университета, и его наполнение было обусловлено этим событием. На страницах первого

выпуска – история университета с 1916 года до наших дней, воспоминания ветеранов, выпускников разных лет, архивные фотографии и материалы.

Редактором первого и всех последующих номеров стала Инна Савченко. Инне удалось собрать вокруг себя команду равнодушных авторов, а иногда – привлекать корреспондентов «на раз». Инна стала и верстальщиком издания. На ходу осваивая Adobe InDesign, она добилась неплохих успехов в вёрстке и дизайне.

### **Новая идея**

Первый выпуск «Alma mater» был представлен как *«учебная газета студентов специальности “Журналистика”»*. В следующих выпусках редакция последовательно уходила от этого статуса. Так, во втором выпуске пропало слово «Учебная» как «несерьёзное», а начиная с третьего выпуска, «Alma mater» позиционировала себя как *«газета студентов Пермского государственного университета»*.

Новый статус стал шагом к расширению газеты: и в тематике, и в распространении. Студентам было важно выйти за пределы кафедры, факультета и писать сразу для всего университета. Эта большая цель сплотила команду, в которой после первого выпуска остались только те, кто хотел работать не для зачёта. Далее вся работа студентов велась на полном энтузиазме и личном интересе.

Первый выпуска газеты не раз был проанализирован внутри редакции. Его показывали преподавателям и практикующим журналистам. После долгих споров и обсуждений выработалась уточнённая модель «Alma mater», которая использовалась до последнего выпуска.

Главной идеей газеты стало рассказывать студентам, преподавателям и сотрудникам вуза о жизни университета. То, о чем почему-то молчит официальная газета и сайт. Речь не идёт о «скандалах, интригах, расследованиях». Мы решили, что факультеты вуза мало знают друг о друге, горизонтальных коммуникаций в вузе явно недостаточно. Газета могла бы стать такой площадкой для общения.

Но самым главным источником информации, на который мы сделали ставку, стала работа нашего вуза в статусе «национального исследовательского». Университет получил финансирование науки, появилось оборудование, обновились лаборатории, открылись новые подразделения, сформировалось пять направлений развития науки в ПГНИУ. Но всё это оставалось неизвестным для подавляющего большинства студентов и преподавателей, ведь никто должным образом не занимался продвижением этой информации.

### **Фиксация модели**

В газете появились постоянные рубрики. С одной стороны, они облегчают работу редакции и привлекательны для читателей. С другой – сложно в условиях отсутствия штата планировать постоянные публикации в каждый номер.

Итак, на первой полосе под титульной частью обосновался расширенный анонс самой важной публикации номера с большой фотографией. В правой колонке разместилась рубрика «Есть вопрос» с опросами студентов и преподавателей. В подвале – рубрика «События». Разумеется, для газеты, выходящей раз в месяц, новости следовало подбирать непосредственно перед выходом в свет.

На второй полосе закрепилась постоянная рубрика «Знакомьтесь, специальность!». Она была просто необходима для общеуниверситетской газеты, как мыслилась «Alma mater». В вузе десятки специальностей, сейчас – направлений подготовки. Среди них есть новые, необычные и – классические, но все, безусловно, интересные. Рассказать о тех и о других стало задачей рубрики. Публикации о специальностях размещались в некоторых номерах на всю полосу. Так, в разных номерах газеты вышли материалы о специальностях «Компьютерная безопасность», «Гидрометеорология», «Нанотехнологии и микросистемная техника». Эти публикации вызывали большой интерес и у студентов, и у преподавателей. Они способствовали продвижению газеты, появлению новых читателей на разных факультетах.

Третья полоса была отдана под публикации на темы «национального исследовательского». Здесь публиковались интервью с учёными, руководителями научных разработок и новости.

Наиболее значимой для газеты стала публикация в этой рубрике интервью с ректором университета И.Ю. Макарихиным в №3 газеты [см: 1]. Это был важный имиджевый шаг, заявка на уровень издания. В интервью «Alma mater» ректор впервые подробно рассказал о концепции «национального исследовательского», о чём по какой-то причине не писала официальная газета вуза. Важно было и то, что ректор назвал множество имён и названий подразделений. Каждое из них могло бы стать поводом для публикации, а ссылка на упоминание ректора – протекцией журналисту.

Итак, после выхода третьего номера с вполне сложившейся структурой, фотографией первого лица университета на первой полосе и интервью с ним на третьей, газета «Alma mater» стала известной всему университету. В большей степени, на наш взгляд, ей заинтересовались даже не студенты, а сотрудники и преподаватели.

Были и недовольные. Так, руководитель отдела по связям с общественностью университета связалась по электронной почте с редактором «Alma mater» и задала ряд неудобных вопросов: «*На каком основании газета называется “газетой студентов университета”?* Почему интервью ректора не было согласовано?» и пр. К счастью, эмоции быстро утихли, и никто больше не мешал работе редакции.

### **Социализация**

Распространение газеты, безусловно, важное условие известности. Не имея возможности печатать газету разворотами формата А2, редакция распечатывала каждый выпуск на отдельных листах А3. С двух сторон для читателей и с одной стороны – для стендов. Так, по читателям (кафедра, деканат, библиотека,

ректорат) и по стендам в разных корпусах вуза расходилась печатная версия газеты. Электронную версию в формате pdf отправляли на сайт, где её выкладывали в новостях университета.

Но газета, которая выходит один раз в месяц, рискует оказаться в забвении. Именно поэтому редакция приняла решение вести активную работу в социальных сетях. Главной площадкой стала сеть «вКонтакте», где в основном зарегистрированы студенты. Профиль «Alma mater» [2] стал популярным и за некоторое время набрал более 1000 друзей – студентов разных факультетов. Популярности способствовала постоянная работа в сети: регулярно выкладывались новости университета, фотографии и публикации о ПГНИУ, ежедневно вечером появлялась афиша следующего дня университета. Каждая новость активно комментировалась, получала «лайки» и «перепосты».

У газеты появился аккаунт и в «Живом журнале» [1]. Здесь размещались полноценные публикации как опубликованные, так и не опубликованные в газете.

Пожалуй, ежедневная работа в социальной сети стала не менее значимой для «Alma mater», чем выход очередного печатного издания. Свою функцию – информирование о жизни университета – в социальной сети редакция реализовывала на «отлично». Работа в социальных сетях отнимала много времени и сил, но в результате вокруг «Alma mater» сформировалось большое сообщество читателей.

Редакция участвовала в профессиональных конкурсах, и тут «Alma mater» добилась успехов. В конкурсе студенческих газет ПГНИУ осенью 2011 года «Alma mater» заняла первое место, а на региональном конкурсе молодёжной прессы – третье. Это был закономерный результат последовательной работы редакции.

### **Окончание проекта**

Газета «Alma mater» выпускалась около года. За всё время было выпущено 7 печатных выпусков [см: 1, 4] . Многие публикации не вошли в печатный выпуск и были представлены в «Живом журнале». Было создано большое сообщество читателей «вКонтакте».

В начале 2012 года редакции пришлось признать, что работу над газетой в существующем формате продолжать невозможно. Причин тому было несколько.

Во-первых, за время выхода газеты так и не был решён вопрос об оплате её печати в типографии. Выпускать «серьёзную» газету на отдельных листах А3 невозможно, а средств на печать так и не нашли.

Во-вторых, прежняя команда «Alma mater» выросла из проекта. У всех появились новые приоритеты, кто-то начал работать. Всё меньше и меньше времени оставалось на газету.

В-третьих, было решено развивать проект интернет-СМИ, который в дальнейшем мог бы стать альтернативой «Alma mater».

## **Выводы**

**1. Даже для учебного задания важно ставить высокие цели.** Такая цель мобилизует, повышает интерес студентов, повышает значимость работы.

Важно выйти за пределы представления об учебном задании. Писать не об однокурсниках, а о студентах другого факультета. Взять интервью не у своего преподавателя, а у профессора чужой кафедры. И для учебного задания можно взять интервью у ректора.

**2. Роль личности в работе над газетой велика.** Один человек может тащить на себе всю работу, связанную с газетой. Так, редактор «Alma mater» Инна Савченко и писала в газету, и верстала её, и занималась социальными сетями. Конечно, у неё были помощники, но нельзя недооценивать её вклада в газету. Важно помогать таким студентам, поддерживать их начинания. Быть может, весь проект «Alma mater» помог лишь одной студентке стать профессионалом, но разве этот результат плох?

К слову, Инна Савченко, теперь уже студентка 4 курса, работает в отделе по связям с общественностью ПГНИУ, пишет на сайт университета новости о жизни университета, ведёт аккаунты вуза в социальных сетях, то есть, фактически, занимается тем же самым, что и делала в «Alma mater», только получает за это зарплату. Кроме этого, Инна – неоднократный победитель и призёр профессиональных конкурсов.

**3. Газете, как и любому СМИ, важно найти свою тему.** «Alma mater» занялась темой «национального исследовательского», и здесь ей не было равных. Информационных поводов в этом направлении работы вуза огромное количество, а в СМИ появляются лишь отголоски.

**4. Постоянная структура – залог успеха.** Эта формула, проверенная временем, нашла подтверждение и в «Alma mater». Чёткая рубрикация помогала редакции при создании очередного номера, а читатели могли точно знать, чего ждать от газеты.

**5. В продвижении газеты помогают статусные интервью.** Так, интервью с ректором ПГНИУ И.Ю. Макарихиным сделало «Alma mater» известной. Это интервью помогало в дальнейшем «открывать двери» и договариваться о публикациях.

**6. Современной газете нужно работать с аудиторией в интернете.** Это важная коммуникационная площадка. Важно, чтобы в социальной сети появлялись не автоматические анонсы публикаций со ссылками, а велось живое общение.

**7. Наконец, студенческой газете необходимо внимание преподавателей.** Не вмешательство в дела, но и не полная отстранённость. Скорее, постоянная готовность помочь: договориться об интервью, решить вопрос с печатью или размещением на стенде. В общем, необходимо взять на себя всю работу по взаимодействию редакции с преподавателями, сотрудниками и службами университета. По крайней мере, в начале работы редакции это очень важно. Конечно, будут востребованы и советы: от вёрстки до стиля и жанра.

Пример «Alma mater» доказывает, что силами даже небольшой группы студентов возможно выпускать СМИ университетского масштаба. И это станет важной школой и для студентов, и для преподавателей.

### **Примечания**

1. Газета «Alma mater» (1-5 вып.) в формате pdf [Электронный документ] – <http://issuu.com/8055> (проверено 04.11.12)

2. Газета Альма-Матер [Электронный документ] – <http://vk.com/id146106178> (проверено 04.11.12)

3. Студенческая газета «Alma mater» [Электронный документ] – <http://psu-am.livejournal.com> (проверено 04.11.12)

4. Газета «Alma mater» (6-7 вып.) в формате pdf [Электронный документ] – [http://issuu.com/psu\\_am](http://issuu.com/psu_am) (проверено 04.11.12)