

ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СТАНОВЛЕНИИ СПЕЦИАЛИСТА ПО РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «СТИЛИСТИКА И ЛИТЕРАТУРНОЕ РЕДАКТИРОВАНИЕ»

Романова Е.С.

Академия труда и социальных отношений
katersromanova@yandex.ru

Аннотация. В статье обоснована эффективность проектной деятельности для формирования специалиста в области рекламы и PR. Особое внимание уделяется изучению жанров PR-текстов и анализу рекламного текста. Разработаны задания, направленные на формирование комплекса универсальных и общепрофессиональных компетенций будущего специалиста, и шкала оценивания проектов. Эффективность применения метода проектов подтверждается полученными результатами, основанными на наблюдении и анализе продуктов деятельности студентов, а также рефлексией обучающихся, отраженной в итогах анкетирования.

Ключевые слова: проектная деятельность, модульно-компетентностный подход, жанры PR-текстов, стилистические особенности, специалист по рекламе и связям с общественностью (PR).

Актуальность работы обусловлена тем, что ведущий в современном высшем образовании модульно-компетентностный подход ориентирован на формирование специалиста, готового к созданию конкурентоспособной продукции в определенной профессиональной сфере, для чего необходимо обладать творческим и созидательным мышлением. Становление специалиста по рекламе и связям с общественностью (PR) сопровождается формированием компетенций для решения ряда профессиональных задач, среди которых отмечаются проектные, редакторские, авторские.

Программа бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью содержит установленные ФГОС ВО нового поколения требования к овладению универсальными и общепрофессиональными компетенциями. Изучение дисциплины «Стилистика и литературное редактирование» направлено на формирование таких универсальных компетенций, как системное и критическое мышление (УК-1), коммуникация (УК-4), разработка и реализация проектов (УК-2), а также общепрофессиональной компетенции – продукт профессиональной деятельности (ОПК-1), заключающейся в способности создавать разного рода тексты на заданную тему в соответствии с нормами современного русского литературного языка. В связи с этим при разработке учебного курса предпочтение было отдано технологии проектного обучения (методу проектов).

Вслед за Г.К. Селевко под проектной деятельностью в этой работе понимается «процесс обобщенного и опосредованного познания действительности, в ходе которого человек использует технологические, технические, экономические и другие знания для выполнения проектов по созданию культурных ценностей» [1, с. 145]. Метод проектов (от лат. projectus – брошенный вперед) основан на получении определенного результата в процессе решения проблемы, создании продукта, «целостного образа будущего объекта» [1, с. 145] и его презентации.

Метод проектов в практике высшей школы достаточно разработан, отмечен как эффективный. Его использование в образовательном процессе позволяет формировать у будущего специалиста умение опираться на уже полученные знания и приобретать новые в ходе разработки проекта, ориентироваться в информационных ресурсах, развивать творческое, логическое, критическое мышление, самостоятельность, осознавать теоретическую и практическую ценность конечных результатов, быть готовым к публичному предъявлению разработанного продукта и к дискуссии [2, с. 120-121].

Цель статьи – на основе разработанных предлагаемых заданий обосновать эффективность проектной деятельности на занятиях по дисциплине «Стилистика и литературное редактирование» для студентов бакалавриата по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Исследование базируется на данных, полученных в 2023-2024 учебном году с помощью эмпирических методов – наблюдения, анализа продуктов учебной деятельности студентов (проектов), анкетирования, а также опыта, накопленного кафедрой филологии Академии труда и социальных отношений (г. Москва) в области преподавания лингвистических дисциплин.

Общая трудоемкость учебной дисциплины – 108 ак. ч., из которых большая часть времени (72 ак. ч.) отводится на самостоятельную работу студентов. Такое распределение учебной нагрузки подтверждает целесообразность применения метода проектов, так как проектная деятельность предполагает высокий уровень автономии обучающихся, их активность и самостоятельность в достижении учебной цели. Преподаватель выступает в роли консультанта и эксперта.

Программа курса «Стилистика и литературное редактирование» включает разработку трех обязательных проектов: киноанонс, биография-конспект и анализ рекламных текстов. Выбор объясняется тем, что одним из важных направлений в обучении специалиста по рекламе и связям с общественностью (здесь и далее – специалист РСО) является работа с текстами разных жанров. Жанры PR-текстов имеют свою специфику. Профессор А.Д. Кривоносов, лингвист и специалист в области PR, выделил жанрообразующие признаки PR-текстов и определил жанр PR-текста как «особого рода форму организации текстового материала, характеризующуюся общностью содержательных, структурно-композиционных и стилистических признаков» [3, с. 15]. Ученый предлагает классификацию жанров PR-текстов, разделяет их

на первичные и опосредованные (медиатексты). Первичные подразделяются на простые и комбинированные жанры. Внутри простых выделяются пять жанровых групп: оперативно-новостные, исследовательско-новостные, фактологические, исследовательские, образно-новостные [4, с. 75-78; 102-105].

Обобщение методического опыта позволило выделить основные этапы проектной деятельности:

- 1) организация – выбор темы, постановка задач и проблемы;
- 2) планирование – поиск источников информации, сбор необходимых материалов;
- 3) исследование – создание конечного продукта;
- 4) корректировка – устранение недостатков, оформление;
- 5) презентация – публичное предъявление и защита проекта, обсуждение в аудитории;
- 6) оценка – комплексная оценка, полученная на основе коллективного мнения; подведение итогов

[5, с. 134].

Нами разработана универсальная шкала оценивания проекта, содержащая шесть общих критериев и баллы: соответствие заданию и задаче; соответствие жанру PR-текста (признаки, структура); качество продукта деятельности (объем изученной информации, качество материала, привлечение знаний из других научных областей, структурированность, языковое оформление); аргументация, доказательность, обобщение, выводы; презентация (культура речи, использование наглядных средств, ответы на вопросы оппонентов, взаимодействие с аудиторией); регламент (до 15 мин.). Каждая шкала оценивается от 0 до 3 баллов. Итоговая оценка складывается из совокупности баллов: отлично – 16-18, хорошо – 13-15, удовлетворительно – 10-12, неудовлетворительно – 9 и менее.

Киноанонс считается одной из значимых жанровых форм арт-дискурса в массмедиа [6, с. 76], не входит в классификацию PR-текстов А.Д. Кривоносова, рассматривается как жанр сферы культуры и искусства, функционирующий «на пересечении публицистического и рекламного дискурса» [6, с. 77]. Проектная деятельность по созданию киноанонса предполагает следование определенному алгоритму: постановка задачи и проблемы – чтение литературного источника – просмотр фильма (экранизации) – обсуждение – поиск информации – написание отзыва о фильме – разработка киноанонса и его дизайн – публичное предъявление.

Для анализа выбран короткометражный фильм российского режиссера Александра Бланка «Тоска» (1969), представляющий собой экранизацию одноименного рассказа А.П. Чехова (1886). Предварительная работа в виде написания отзыва о фильме необходима для погружения в исследуемый материал, что позволит выразить собственное отношение к произведению искусства, дать эмоциональную оценку личного восприятия творческого продукта, высказать обоснованное мнение.

Кинокартина А. Бланка стала объектом исследования по ряду причин. Во-первых, это одна из первых работ известного режиссера, то есть ученическая, где можно отметить как сильные стороны, так и недостатки, что поможет развить критическое мышление обучающихся и создаст сложность в продвижении этого творческого продукта. Во-вторых, в основе фильма лежит классический литературный источник, детальный анализ которого расширит кругозор студентов, научит проводить сравнительную характеристику произведений разных видов искусства. В-третьих, формат короткого метра (12 мин.) дает возможность посмотреть этот фильм на занятии и обсудить его совместно. В-четвертых, экзистенциальная тема о проблеме одиночества героя среди людей и его страданиях заставляет задуматься о социально-психологических проблемах и усложняет задачу будущего специалиста РСО в выборе средств для привлечения внимания зрителя.

Анализ отзывов о фильме обучающихся показал, что с поставленной задачей студенты справились. Каждый отразил собственное мнение, выделил разнообразные экранные средства, с помощью которых режиссеру удалось раскрыть сложную тему: изображение пустых улиц, неблагоприятных погодных условий для передачи подавленного эмоционального состояния главного героя; хорошая актерская игра; музыкальное оформление (А. Шнитке) и др. Такое осмысление авторской идеи стало основой для создания анонса фильма «Тоска» (реж. А. Бланк, 1969). Основные недостатки, которые были выявлены в процессе анализа отзывов, связаны с неграмотным техническим оформлением, нарушением норм литературного русского языка, что необходимо учесть при изучении раздела «Литературное редактирование».

Одна из важных особенностей текста киноанонса – краткость (объем 3-8 предложений, 60-100 слов).

Композиция анонса фильма содержит следующие структурные элементы:

- 1) слоган фильма;
- 2) название фильма;
- 3) изображение (фото, постер кадров из фильма + название фильма, жанр, режиссер, актеры);
- 4) основной текст (зачин/завязка, кульминация);
- 5) дополнительная информация (сведения о режиссере, актерах, наградах, возрастных ограничениях, годе выхода в прокат, оценках);
- 6) интернет-инструменты, указатели (соц. сети, рекламные партнеры).

В ходе защиты и обсуждения проектов было установлено, что тексты киноанонсов студентов отличаются оригинальностью, лаконичностью, обучающимся удалось понять и передать идею режиссера, создать интригу, не раскрыв финала киноленты. Лишь некоторые тексты имели тенденцию к пересказу сюжета. Отмеченные недостатки были связаны с грамматическими, пунктуационными ошибками, с графическим оформлением текста. Что касается оценки проекта в целом, то не у всех присутствовал слоган

или другие структурные элементы, что значительно снижало качество работы. Кроме того, проблемы были связаны также с предъявлением разработанного продукта, что еще раз убеждает в целесообразности применения метода проектов, который направлен на формирование презентационных и навыков публичного выступления.

Второй проект предполагает отработку навыка создания биографии-конспекта, традиционного жанра PR-текстов, относящегося к фактологическим (осведомляющим) жанрам. Отличительные черты – хронологический принцип передачи фактической информации, краткость. Композиционно он состоит из 7 речевых шагов, которые призваны формировать положительный имидж персоны: номинация субъекта (фамилия, имя отчество, фотография); профессиональный статус, должность; основные вехи трудовой биографии; образование (уровень, специальность, что окончил); профессиональный опыт; профессиональные достижения, награды; информация личного характера (хобби, достижения в спорте, знание иностранных языков и др.) [7, с. 371].

В качестве социально значимого лица были предложены сказочные или литературные герои (в рамках школьной программы). Перед обучающимися ставилась задача – составить биографию-конспект сказочного или литературного героя, выбор которого студенты осуществляли самостоятельно, и положительно позиционировать его в PR-коммуникации для выдвижения на определенную должность либо иного повышения его социального статуса.

Алгоритм работы над проектом состоял из ключевых шагов: постановка задачи и проблемы – выбор сказочного или литературного героя – сбор материала – разработка биографии-конспекта и оформление – публичное предъявление.

Обзор проектных работ показал, что студенты справились с поставленной задачей, основные замечания касались языкового оформления. В процессе обсуждения и оценивания проектов основное внимание уделялось стилистическим особенностям этого жанра – признаки синтаксической неполноты (пропуск сказуемого), «оформление даты как номинатива с одновременным вынесением его в виде самостоятельно оформленного компонента, напоминающего заголовок» [8, с. 1001]. Помимо этого, акцент делался на особое графическое оформление с использованием разных шрифтов или курсива, что также указывает на отсутствие грамматической связи. Все перечисленные жанрообразующие признаки повышают лаконичность и конспективность текста, делая его информативным, сжатым и привлекательным для деловой сферы.

Третий проект связан с анализом рекламного текста. Основная сложность заключается в том, что реклама требует комплексного анализа, часто междисциплинарного, так как невозможно отделить текст от других семиотических систем. Поэтому общий анализ также проводится. В план исследования входят такие пункты, как общая информация о рекламе (название рекламного продукта, дата создания, компания, источник распространения); указание вида рекламы, ее цели, целевой аудитории; анализ структуры текста; языковое оформление; использование средств художественной выразительности; психологические методы воздействия (заражение, убеждение, идентификация, внушение; апелляция к социальному признанию, страху, чувству вины, сравнение с конкурентами, использование авторитетного лица и др.); анализ других семиотических систем (изображение, цвет, шрифт, цифры и др.); оценка эффективности.

Алгоритм работы над проектом можно представить следующим образом: постановка задачи и проблемы – выбор 5 рекламных продуктов – информационный поиск – анализ каждой рекламы по плану, оформление – публичное предъявление.

Трудности, с которыми столкнулись обучающиеся, связаны со слабой подготовкой по теории литературы, что сказывается на неумении определения тропов и синтаксических фигур, часто используемых для создания рекламного текста. Как и в предыдущих случаях отмечаются проблемы, связанные с презентационными навыками.

Итогом проектной деятельности в конце изучения дисциплины стала рефлексия студентов, полученная посредством проведения анкетирования, в котором участвовало 10 человек, обучающихся в группе РСО на 2 курсе. По итогам анкетирования можно сделать некоторые выводы: 60 % обучающихся работа над проектами интересна, 40 % – очень интересна, свою вовлеченность в проектную деятельность все оценивают максимально; навыки, которые развиваются благодаря подготовке проектов, у 100 % опрошенных – анализ текста, творческое мышление, презентационные навыки, у 50 % – самостоятельность в поиске информации. В работе такого рода 100 % респондентов привлекают возможность проявить креативность и разнообразие тем проектов, а 30 % – практическое применение знаний. 90 % обучающихся согласились с тем, что проектная деятельность способствует улучшению материала по изучаемой дисциплине.

В заключение отметим, что проектная работа подтверждает эффективность в формировании комплекса компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, а также является привлекательной и полезной для студентов как субъектов образовательного процесса. Более того, применение метода проектов позволяет выделить проблемные стороны и скорректировать процесс обучения.

Литература

1. Селевко Г.К. Энциклопедия образовательных технологий: в 2 т. Т. 1. М.: Народное образование, 2005. 556 с.
2. Щукин Д.В. Метод проектов: педагогическая технология в образовательной среде высшей школы // Гуманитарные исследования. 2015. № 2(6). С. 120-122.
3. Балахонская Л.В. PR-текст: структура, содержание, оформление. СПб.: Свое издательство, 2015. 198 с.
4. Кривоносов А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2001. 254 с.
5. Кондрашева Н.В. Проектная деятельность при изучении русского языка как иностранного в техническом вузе // Мир науки, культуры, образования. 2017. № 1(62). С. 133-136.
6. Рогалева О.С. Современный киноанонс как тип текста: структурное и языковое оформление // Коммуникативные исследования. 2015. № 3(5). С. 76-86.
7. Стилистика и литературное редактирование / под ред. Л.Р. Дускаевой. М.: Издательство Юрайт, 2024. 630 с.
8. Ковтуненко И.В., Бондаренко Ю.Б. Формы PR-биографии в контексте жанровой системы // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2024. Т.17. Вып. 3. С. 999-1004.