
УЧЕБНАЯ ИГРА «ЖУРНАЛИСТ-МЕНЕДЖЕР»: ТЕХНОЛОГИЯ ПОДГОТОВКИ И ПРОВЕДЕНИЯ*

И.И. Волкова

Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

В статье исследуется опыт автора в обучении будущих журналистов и специалистов по связям с общественностью. Показана реальная ситуация трехэтапной подготовки и проведения учебной коммуникативной игры, разработанной автором, изложены правила, особенности, сценарий, приводятся выдержки из студенческих отчетов.

Ключевые слова: игра, процесс, менеджер, команда, коммуникация.

Подготовка специалистов для современных инновационных средств массовой коммуникации требует не только обновленного содержания, но и новых форм. В последнее время преподаватели высшей школы проявляют особый интерес к игровым методикам, эта тенденция особенно заметна при изучении дисциплин коммуникативного цикла. В отличие от традиционного (лекции, семинары) обучения, которое активизирует у студентов рациональное восприятие, игра ориентирована на рациональное и чувственное воздействие. Студенты получают знания и опыт, решая профессиональные проблемы в творческих ситуациях.

Проблемы методологического осмысления игры как формы обучения разработаны недостаточно полно, практика использования игр во многом интуитивна и основывается на собственном опыте преподавателей. Следует обратить внимание на отличия учебной игры (УИ) от более изученной и исследованной деловой игры. Хотя, отметим, в основе и той и другой один и тот же метод — игровой. Если деловая игра имитирует различные аспекты деловой активности (упрощенное воспроизведение реальной ситуации), то учебная игра обеспечивает достижение определенной учебной цели не посредством имитации, а с помощью моделирования [1]. УИ непременно содержит учебную задачу (проблему, проблемную ситуацию). Главное и в учебной, и в деловой игре — радикальное сокращение времени накопления опыта, возможность повернуть по-своему традиционный ход событий, попробовать новую стратегию.

В Российском университете дружбы народов в программу подготовки магистров-журналистов и специалистов по связям с общественностью входит дисциплина «Практический менеджмент». Главный принцип: занятия должны быть удовольствием и для студента, и для того, кто его учит. Впрочем, слово «учит» не очень подходит, так как игровая концепция предполагает игровую коммуникацию, взаимное «заражение» творческим настроением, интерактив, особый кураж, общую интро-

* Данная статья разработана и издана в рамках федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009—2013 годы по теме «Организационно-техническое обеспечение проведения международной молодежной конференции «Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы». Государственный контракт № 12.741.11.0168.

версию. Главный тезис, на котором базируется курс, можно сформулировать следующим образом: современный рынок следует воспринимать как заданное условие существования, а не как обстоятельство, которое нужно либо изменить, либо абсолютизировать. Творчество неизбежно испытывает на себе влияние рынка, в то же время оно может и должно влиять на рынок. Общая цель курса — показать пути оптимизации системы «рынок — творчество» через призму прагматизма. Важным элементом игровой преподавательской методики является соревновательный принцип: конкурентная борьба и рейтинговая система. Неотъемлемая часть процесса — интернет-форум, который создают (каждый год новый) и в котором «хозяйничают» сами студенты.

Учебная игра «Журналист-менеджер» была проведена в период 2010—2011 (УИ № 1) и в 2011—2012 (УИ № 2) учебного года, включала в себя три традиционных этапа: подготовку, проведение и анализ. Имитационная модель игры имеет несколько структурных компонентов, среди которых «педагогические цели» и «моделируемый объект». Педагогические цели игры следующие: систематизировать знания, получаемые при изучении курса «Практический менеджмент» (игра идет одновременно с лекциями и семинарами), применить теоретические знания на практике, сформировать профессиональные умения, активизировать творческий потенциал, оптимизировать отношения в группе, сформировать ценностные установки. В качестве моделируемого объекта выступала совместная групповая работа по созданию определенного контента, представляемого в разных вариантах. Игровая модель представляла собой социальный контекст профессиональной деятельности. В ней были предусмотрены и воссозданы те реальные противоречия, с которыми столкнутся будущие специалисты, работая над коллективным проектом. Игровые цели (мотивация) были связаны с конкретным результатом — выигрыш давал максимальное количество баллов. Ролевое взаимодействие участников групп задавалось предварительным назначением формального лидера (менеджера). Преподавателем использовался смешанный способ генерирования игровых событий (процесс подчинялся заданному алгоритму, отражающему технологию реального управленческого процесса, при учете вероятностных внесюжетных ситуаций). Правила игры помогли воссоздать реальные явления, существующие в прототипах моделируемой реальности.

Итак, поэтапно рассмотрим процесс конструирования игры «Журналист-менеджер».

При подготовке к игре, после окончания лекции о трех типах деятелей рынка (предприниматель, менеджер, специалист), проводится письменный опрос студентов: «Кто я — менеджер или специалист?». Студенты не знают, для чего это нужно, воспринимают анкету как абстрактную самодиагностику. В результате выявляются реальные менеджеры, а также те, которые «видят» себя таковыми. Отметим, что количество вторых (мнимых менеджеров) тем меньше, чем эффективнее предшествующее занятие. Как показала практика, отношение менеджеров к специалистам примерно 1 : 6. Следующий шаг — формирование игровых команд. Рекомендации: разлучить сложившиеся дружеские пары и тройки, равномерно распределить иностранных учащихся по разным командам, по возможности уравнять количество юношей и девушек в создаваемых группах. В одной команде можно специально «столкнуть» двух лидеров-менеджеров для создания проблем-

ной ситуации. Ломаются стереотипы, перестают существовать традиционные учебные группы, возникают новые коллективы, где студенты играют новые роли. Например, злостный прогульщик и двоечник, оказавшись в кресле менеджера, раскрывается самым неожиданным образом [2]. Ребята, проучившись на одном курсе четыре года, знакомятся заново, начинают замечать сильные стороны у слабых и слабые у сильных.

В УИ № 2 каждая группа наряду со студентами-журналистами включала в себя будущих специалистов по связям с общественностью. Как показал эксперимент, этот радикальный (по сравнению с УИ № 1) вариант получился более результативным и интересным.

Затем руководители групп (по жребию) определяют своего героя — известную персону, чей вклад в теорию или историю менеджмента предстоит изучить. Например, в нашем случае в списке были русский книгоиздатель Иван Сытин и «первая леди американской журналистики» Кэтрин Грэм. В тот же день руководители группы по почте получают от преподавателя творческое задание. В нашем случае оно было следующим.

1. Создать структурированный аннотированный каталог источников (книги, фильмы, спектакли, статьи, в том числе в Сети, музеи, сайты, сообщества, блоги и пр.), непосредственно связанных с героем.

2. Написать биографию героя с учетом курса («Практический менеджмент») и целевой аудитории (студенты, будущие специалисты по коммуникациям — журналисты, пиарщики).

3. Прочитать мемуары героя (если есть), книгу, которую он написал сам, выбрать для досье наиболее значимые для целевой аудитории цитаты.

4. Если мемуаров нет — подобрать цитаты из опубликованных интервью.

5. Придумать пять интересных вопросов, прямо или косвенно касающихся вашего героя, для итогового теста по менеджменту (с вариантами ответов).

6. Разработать идею документального фильма о герое, предварительно ответив на некоторые вопросы, например:

— почему я хочу снять именно этот фильм;

— есть ли у меня страстное желание сказать что-то человечеству о моем герое;

— есть ли в биографии героя драматический сюжет, который может мне пригодиться;

— увлекает ли меня лично драматическая история героя;

— будет ли идея фильма представлять интерес для целевой аудитории;

— где и у кого искать деньги на воплощение замысла?

7. Написать заявку будущего фильма. Несколько страниц с набросками замысла и темы фильма: общее решение и кратко сюжет (история), целевая аудитория. Главная задача — убедить инвестора дать деньги. Укажите конкретно, какому потенциальному инвестору (или нескольким) вы адресуете этот текст. Можно сопроводить заявку видеопрезентацией (не более 2 минут).

8. Написать эссе на тему «Почему знакомство с героем важно для меня?».

9. Подготовить видеопрезентацию (в любом формате) о герое для целевой аудитории (будущие журналисты и пиарщики). Презентация должна ответить на вопрос «Почему нужно изучать моего героя» (объем 10—15 минут). Задания выполняются группой, где назначен только руководитель. Построение мини-организации и распределение обязанностей — на усмотрение группы. Баллы (по результатам) начисляются поровну всем членам группы.

Итог работы:

1. Папка (может быть оформлена в любом стиле, креативность приветствуется) под условным названием «Досье на героя» (группа придумывает свое название), в которой представлены все разделы задания и (по желанию) что-то дополнительно, что помогает в раскрытии характера героя. На титульном листе фамилии всех участников группы.

2. Презентация. Главная цель — убедить редактора — составителя сборника «Кто есть кто в менеджменте» (целевая аудитория — будущие журналисты и пиарщики), что именно ваш герой должен быть представлен в этом сборнике (претендентов на публикацию больше, чем вакансий)».

УИ № 1 и УИ № 2 проводились в течение семи и шести недель соответственно. Представление презентаций и защита проектов проходили в праздничной обстановке, заранее анонсировались, присутствовали журналисты телевидения РУДН и газеты «Дружба». В жюри входили преподаватели, выпускники-практики, студенты младших курсов. Каждый получил распечатку с критериями оценки и краткой предысторией игры. Оценок было две — за впечатление и за выполнение задачи презентации. Результаты презентаций в тот же день были представлены на специально созданных интернет-форумах, где можно было обменяться впечатлениями.

В тот же день группы сдали жюри итоговые папки «Досье на героя». К примеру, эксперты по Ивану Сыгину представили отчет в виде книги, которую они написали, проиллюстрировали, подготовили к печати и переплели вручную.

За неделю до представления презентаций руководители групп получили по почте спецзадание от преподавателя.

«Организовать совместное мероприятие для сплочения команды. Главное условие — ВСЕ должны участвовать! Это может быть поход в музей, в кино, в театр, посиделки у кого-то дома (должна быть ясна цель этой встречи), совместная фотосессия в парке, рисунок на ватмане, который вы сделаете вместе, совместное катание на роликах, приготовление и поедание пирога. У вас может родиться что-то свое. Главное — это мероприятие должно вас еще больше сдружить.

Руководителю группы нужно написать отчет «Как мы это сделали» о том, как группа работала над досье и презентацией, начиная с того момента, как стал известен состав команды и задание. Изложить письменно свои сомнения, сложности, победы в становлении коллектива. Интересна первая реакция, когда стало ясно, к чему привел ответ на вопрос на первой лекции: «я менеджер или специалист?» Изложение от первого лица. Желательно больше личного, рефлексии, собственных мыслей, выводов... Здесь же можно рассказать о чувствах ДО и ПОСЛЕ презентации, о совместном мероприятии, о ребятах из команды, об открытиях и неожиданностях. Последний срок сдачи отчета 10 апреля 23 часа 45 минут.

Будет нестандартный способ оценки команды по двум параметрам: 1) командный дух, взаимовыручка, доверие; 2) отчет руководителя «Как мы это сделали». В случае недопонимания в группе, действует правило дифференциации (не всем ставятся одинаковые баллы).

Перед началом процедуры презентации каждая команда прошла анонимное тестирование (это и был обещанный нестандартный способ оценки), которое помогло жюри выставить баллы за «командный дух», учитывая явку (в полном или

неполном составе) на мероприятие. Необходимо было ответить на три вопроса (да или нет):

1) согласны ли вы с тем, что все члены вашей команды получают одинаковое количество баллов;

2) согласны ли с тем, чтобы ваш руководитель распределил полученные командой баллы по своему усмотрению, а не поровну;

3) хотели бы вы поработать над новым проектом в составе вашей группы?

Если все в группе отвечали положительно на вопросы, команда получала высший балл за сплоченность.

Особый интерес для руководителя игры (преподавателя) представили отчеты руководителей. Представим здесь фрагменты из отчета студентки отделения «Связи с общественностью» Светланы Рязановой:

«Отвечая на вопрос: „Я — менеджер или специалист“, могу с уверенностью ответить, что я менеджер на 100%. Я точно не специалист, так как вообще не считаю PR специальностью. Специалисты — это горняки, лингвисты, химики, технологи... в общем те, кто умеет делать то, чему нелегко научиться. Пиарщиком может работать любой более-менее ответственный человек с широким кругозором.

Но в то же время мне не очень нравится руководить, так как я не люблю взваливать на себя большую ответственность, но, тем не менее, Я НЕ МОГУ НЕ РУКОВОДИТЬ, так как я склонна к тотальному контролю. Мне нужно всегда быть в курсе, я склонна все перепроверять. Я живу по графику, постоянно составляю списки дел, я все структурирую, анализирую, синтезирую... Я — перфекционистка, я — критик, и очень требовательна и к себе и к окружающим, поэтому думаю, что если я стану руководителем в какой-нибудь компании, то у меня не будет теплых, дружеских отношений с подчиненными, так как я „достану“ их своим занудством и придирчивостью.

Я скорее руководитель — «синий чулок», чем руководитель-креативщик, руководитель-звезда, руководитель-медиаперсона, так как я консервативна, немного стесняюсь публичных выступлений и не обладаю большими способностями к творчеству. Я — Людмила Прокофьевна из „Служебного романа“.

Как только я узнала состав своей группы, я постаралась поскорее со всеми связаться. Но это оказалось не так просто... Но (да здравствует Интернет!) в конце концов я нашла всех в социальных сетях.

Я не знала способностей ребят, их сильные стороны, которые могли бы помочь при выполнении задания, я даже не со всеми общалась до этого семестра...

Всю ночь перед выступлением мы проверяли, все ли в порядке с нашей работой, устраняли небольшие ошибки, смотрели, как отображается презентация на компьютерах с разными операционками.

И вот он — день икс! Забитый зал, мы выступаем последние. Нашего героя — Ивана Сытина до нас уже представили журналисты [3]. Если честно, то было не совсем легко выступать... Но я думаю, что наша презентация была довольно неплохой! Да, может быть, она не была структурирована, как у журналистов, но мы специально сделали так, чтобы она была похожа на книгу, нежели на одну из ста презентаций, которые мы делали до этого: белый фон, на нем маркерами выделены 2—3 тезиса, без картинок, но со схемами... Нам это показалось уже приевшимся и слегка банальным. А мне (человеку-структуре) отойти от общепринятого шаблона было даже полезно!..

Но вот пара закончилась. Оставалось только собраться всем вместе, а затем написать отчет. Мы встретились рядом с университетом и отправились в одну из кафешек, чтобы отпраздновать окончание работы. Я принесла на встречу карточки для каждого, на которых написала пожелания и несколько слов о том, что меня впечатлило в совместной работе. Мы хорошо провели время, поговорили о проведенной работе, о предстоящих аттестациях, о погоде, университете, дипломе, наших увлечениях, поели суши, выпили 4 чайника чая, поблагодарили друг друга... и разбежались по домам, довольные, что МЫ ЭТО СДЕЛАЛИ!!!»

Из шестнадцати команд УИ № 1 только одна частично не справилась с заданием, и только один руководитель-менеджер был (по инициативе команды) переизбран. В УИ № 2 все команды дошли до финиша, по просьбе ребят правила были дополнены важным пунктом: возможностью «уволить» нерадивого члена команды с выходным пособием — минимальным (для положительной оценки) количеством баллов (это правило было применено в отношении двух студентов).

Таким образом, УИ «Журналист-менеджер» получила апробацию, была с восторгом принята студентами, одобрена профессорско-преподавательским составом филологического факультета РУДН. На ее основе разработана УИ для будущих журналистов «Сам себе копирайтер».

ПРИМЕЧАНИЯ

- (1) О разнице понятий «имитация» и «моделирование» см.: Тулинов К. Имитация и моделирование. — URL: <http://master.larp.ru/theory/imitat.php>
- (2) Именно так произошло во время УИ № 1, когда средний по успеваемости студент заметил на посту руководителя отличницу, которая переоценила свои организаторские способности и попросилась в отставку. В итоге команда на финише вошла в тройку лучших на курсе.
- (3) В УИ № 1 для усиления конкурентной борьбы нескольким группам было дано одинаковое задание (составить досье на одного и того же героя).

TRAINING GAME “JOURNALIST-MANAGER”: TECHNOLOGY FOR PREPARATION AND CONDUCT

I.I. Volkova

Peoples' Friendship University of Russia
Mikluho-Maklay str., 6, Moscow, Russia, 177198

This article is devoted to the author's experience in the training of future journalists and public relations at Peoples' Friendship University of Russia. It shows actual situations of the three-step preparation and conduct of training communicative game developed by the author, contains rules, features, and, in fact, the script, contains the supporting documents, excerpts from student records.

Key words: game, a process manager, team communication.