

ТЕМАТИКО-ТИПОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ШКІЛЬНОЇ ПРЕСИ ЯК СКЛАДОВОЇ PR-КОМУНІКАЦІЇ НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

У статті розглянуто тематико-типологічні особливості видань для школярів (на прикладі шкільної періодики). Проаналізовано приклади шкільної періодики України, Росії, Білорусі за різноманітними критеріями: видом, типом, періодичністю виходу в світ, накладом, форматом, обсягом, мовою видання, специфікою назви, наявністю слогану, використанням персонажів, загальною тематикою, специфікою публікацій, жанристикою, архітектонічною організацією матеріалів, особливостями рубрикації, наявністю реклами на сторінках видань, промоцією шкільної преси. До специфічних ознак шкільної періодики можна зарахувати такі: інформаційно-розважальний характер матеріалів, здебільшого присвячених шкільному життю, а також таких, що не оминають увагою позашкільних інтересів учнів; мова матеріалів відповідає тій, якою школярі розмовляють у побуті; видання випускається раз на місяць форматом А4 при обсязі 4–8 сторінок; друкований орган навчального закладу зазвичай представлений у соціальній мережі або має власний сайт.

Ключові слова: тип і вид видання, шкільна преса, PR-функція.

Дитяча періодика завжди була і є одним з основних комунікативних каналів, яким до дитини надходила інформація різного змісту та форми. Ю. Стадницька ставить надзвичайно нагальне питання: чи завжди підліток може знайти саме ту інформацію, яка відповідає його запитам? Відповідно, актуальним є питання створення такого видання для дітей та підлітків, у якому були б враховані всі інформаційні запити цієї категорії читачів. Вважаємо, що таким типом медіа може стати преса, максимально наближена до свого реципієнта та яка буквально “знає його в обличчя”, тобто шкільна преса. Ще А. І. Акопов визначив вивчення типологічної природи видань як головний напрям дослідження періодики [1, с. 3]. Він пропонує класифікації журналів, призначених для дітей середнього шкільного віку, на основі їх типологічних особливостей, в її основу покладено ланцюг “рід – вид – тип” [1, с. 18].

Пресу для дітей і підлітків активно вивчають українські та зарубіжні науковці [див.: 2–19]. Український ринок підліткових журналів досить розмаїтий, але далеко не всі теми, що цікавлять школярів, відбиваються в пресі для відповідної вікової категорії. До того ж, преса для підлітків часто недоступна для дітей, зокрема через нераціональну цінову політику видань. Крім того, безвідповідальність видавців і нехтування санітарно-гігієнічними нормами призводить до того, що періодика може становити певну загрозу для здоров'я школяра, наприклад, спричиняти послаблення зору. Усе це є причиною того, що періодика для підлітків не є популярною, а не маючи можливості задовольнити свої читацькі інтереси в пресі, призначеній для школярів, діти середнього шкільного віку вимушені звертатися до “дорослих” видань [4, с. 88].

Між тим, шкільна періодика варта особливої уваги, оскільки за своїми ознаками та завдан-

нями вона подібна до корпоративної преси, на яку сьогодні покладають великі надії як науковці, так і представники бізнесу. Як і корпоративна преса, шкільні видання розраховані на вузьку замкнену аудиторію, що виділена через належність її представників до однієї організації. Розглядаючи дитячі шкільні газети та журнали як елементи корпоративної періодики, можна визначити її можливості. Так, на думку Т. Дяченко, “корпоративна газета – це чудовий засіб комунікації, як із співробітниками, так і з людьми, що мають до компанії непряме відношення: партнерами, потенційними клієнтами або навіть конкурентами” [11, с. 73]. Виходячи із цього, можна говорити про можливість через періодичні шкільні видання підтримувати опосередковану комунікацію з іншими навчальними закладами, представниками держави у сфері освіти тощо, тобто виконувати PR-функції. Перш за все, така комунікація дає змогу сформувати позитивний імідж навчального закладу. Інша функція, яку зазвичай виконує корпоративна преса, – це підтримання корпоративного духу. І в цьому також шкільна періодика може досягти успіхів. Вона може створити позитивний образ навчального закладу і для учнів, наприклад, через регулярне подання інформації про досягнення учнів на різноманітних конкурсах та змаганнях. Крім того, матеріали шкільної преси повинні об'єднувати учнів, робити їх однією командою. У цьому можуть допомогти рубрики, що розповідають про життя певного класу.

Шкільне періодичне видання є ефективним засобом виховання багатьох особистісних якостей. Зокрема, Л. Ільїна наголошує саме на вихованні вольових якостей: наполегливості, умінні доводити будь-яку справу до кінця, охайності тощо [12]. Також дослідники наголошують на значенні участі у створенні шкільного видання для розвитку відповідальності, насамперед, за достовірність та об'єктивність інфор-

мації, викладеної в статті. Крім того, відповідальність – одна зі складових порядності, моральності: “Газета вчить чесно виконувати добровільно взяті на себе обов’язки, вчить працювати за планом, спираючись на об’єднанні зусилля різних учнів, вчить сміливо висловлювати свої переконання, вчить сперечатися, доводячи, а не розпочинаючи сварку, вносить гласність туди, де без газети крутила б плітка і наклеп, підбадьорює несміливих, утирає ніс зарозумілим, направляє громадську думку – є совістю общини” [14, с. 167].

Крім того, дітям, які беруть участь у роботі редколегії, відкриваються профорієнтаційні можливості, що надає шкільне видання. І перш за все, це ознайомлення підлітка з професією журналіста та здобуття необхідних практичних навичок у цій сфері. Г. Вартанов визначає як один з найважливіших компонентів, що сприяє професіоналізації журналіста, саме набуття практичного досвіду роботи в ЗМІ [3, с. 12]. Але шкільна преса допомагає визначитися не тільки з професією журналіста, робота в редакції розширює знання підлітків у різних сферах. Так той, хто проводить опитування, пізнає основи соціології; той, хто веде рубрику про міжособистісні стосунки, – психології тощо.

Й остання особливість шкільних видань, про яку ми вважаємо за потрібне згадати, – це невідривність процесу створення видання від навчання. Тут спрацьовує принцип “граючи, навчаюся”, адже робота над шкільною пресою є певною мірою грою у створення справжньої, дорослої періодики. І така ігрова форма дає змогу заглибити знання з граматики, орфографії, стилістики, а також інформатики та інших наук.

Проте зауважимо, що, незважаючи на актуальність аналізованого питання, досліджень, які б стосувались тематико-типологічних особливостей саме шкільної преси, яка, до того ж, виконує PR-функції, нами знайдено не було, що й зумовлює актуальність роботи.

Мета статті – дослідити тематико-типологічні особливості видань для школярів (на прикладі шкільної періодики).

Завдання дослідження: проаналізувати приклади шкільної періодики України, Росії, Білорусі за критеріями виду, типу, періодичності, накладу, формату, обсягу, мови, назви, наявності слогану, використання персонажів, загальної тематики, специфіки публікацій, жанристики, архітектонічної організації матеріалів, рубрикації, наявності реклами на сторінках видань, промоції шкільної преси.

Об’єктом дослідження є шкільні періодичні видання.

Предметом дослідження є тематико-типологічні особливості видань для школярів.

У ході роботи зі шкільними періодичними виданнями було проаналізовано 47 газет і журналів з України (18), Росії (24) та Білорусі (5). Загалом же можна говорити про певні особливості шкільної періодики.

Вид періодичного видання. Так, 32 з досліджених видань визначили у вихідних даних себе як газету, ще 5, які не зазначили вид періодичного видання, можна зарахувати до газет. Утім, серед тих, хто визначив себе як газета, 6 видань тяжіють до форми журналу. Треба сказати, що журналами названо лише 2 з досліджених видання.

Окремо варто сказати про стіннівки. Незважаючи на те, що це найпопулярніша форма шкільної преси, нами було проаналізовано лише одне видання – “Вікна” (Дніпропетровськ). Це пов’язано з тим, що цей формат становить певну перешкоду для збереження випусків видань, і тому більшість видань цього виду втрачаються.

Також відзначимо тенденцію визначати шкільне видання як друкований орган (7 видань) того чи іншого навчального закладу, уникаючи при цьому поділ на газетні та журнальні. Це доречно, оскільки шкільна періодика здебільшого включає в себе особливості обох цих видів преси.

Тип видання. Лише 4 видання зазначили тип видання на своїх сторінках. Але, дослідивши зміст випусків, можна говорити, що найчисленнішою групою є інформаційно-розважальні видання (23). Також можна зустріти інформаційні (12) та художньо-публіцистичні (8) видання. Зовсім незначна кількість видань – 3 газети – є інформаційно-пізнавальними. І тільки 1 газету можна схарактеризувати як інформаційно-аналітичне видання. Так, газета “Лицейский дневник” (Барнаул, РФ) приділяє увагу новинам школи, розслідуванням, статтям, що порушують важливі питання соціального, економічного життя країни (наприклад: зараження СНІДом, небезпека, яку він становить; подорожчання проїзного квитка на міський транспорт), при цьому видання не друкує розважальних сторінок, як це робить значна кількість видань.

Періодичність. Незважаючи на те, що частина видань не зазначає періодичність виходу, можна говорити про домінування щомісячних видань (42). Також можна зустріти таку періодичність виходу шкільної преси: раз на 2 місяці (3), раз на 2 тижні (1), раз на рік (1).

Окремо хотілося б зазначити причини, що змушують редакції зупинитися на такій періодичності своїх видань, як вихід раз на місяць:

- нестача досвіду та професійних навичок, що не дає змоги оперативно готувати номери, а отже, й обирати форму тижневика;
- недостатня кількість інформаційних приводів, пасивне ставлення учнів до позакласної роботи;
- фінансові проблеми. Підготовка якісного видання потребує певних фінансових витрат, які не завжди може дозволити собі редакція або адміністрація навчального закладу. Так “Классний журнал” (Малаховка, РФ), що виходить як повнокольоровий журнал на 24 сторінках, може дозволити собі вихід лише раз на рік.

Тираж. Якщо говорити про стіннівки, то, звичайно, ідеться про відсутність тиражу як такого,

адже існує один екземпляр, з яким знайомляться всі учні школи.

Майже половина проаналізованих шкільних видань (33) не зазначає тираж узагалі, що може свідчити про нестабільність інтересу до видання й неготовність редакції до планування тиражу.

Що ж стосується тих видань, що вказують наклад, то прослідкувати якусь закономірність не вдається: тираж коливається від 50 до 680 екземплярів. Але все ж таки, у середньому мова йде про тираж у 150 примірників.

Формат. Майже всі проаналізовані шкільні газети та журнали виходять форматом А4. Виняток становлять стіннівка "Вікна", що випускається форматом А1, та 2 видання, що виходять форматом А5. Надання переваги саме формату А4 пояснюється простотою верстання в ньому й подальшого друку, особливо якщо ці процедури виконуються не в спеціальних програмах, а за допомогою текстових редакторів типу Microsoft Office Word.

Більшість шкільних видань (30) прагне видавати кольорову версію, і тільки 14 газет виходить у чорно-білому варіанті. Ще 3 шкільних видання при друці використовують чорну та одну кольорову фарбу.

Обсяг видання:

- до 4 сторінок – 19 видань;
- 6–8 сторінок – 17 видань;
- 9–12 сторінок – 5 видань;
- 14–24 сторінок – 6 видань.

Відповідно, оптимальним обсягом для видання формату А4 є 4 сторінки.

Мова видання. Усі проаналізовані газети та журнали, що видані в РФ, використовують російську мову. Що ж стосується білоруської та української шкільної періодики, то тут не бачимо такої однозначності. Серед проаналізованих білоруських видань 2 видається російською мовою, 1 – білоруською, а інші 2 є двомовними: російсько-білоруська і російсько-французька.

Серед розглянутих українських шкільних газет 11 видається російською мовою, 6 – українською і 1 є білінгвальним (російсько-українське).

Назва. 3-поміж проаналізованих видань 53% мають назву, пов'язану зі шкільним життям. Їх можна розділити на такі групи:

- назви, що містять означення "шкільний": "Школьная пора", "Школьная ЛУЖа", "Шкільний рюкзак", "Шкільна Служба Новин", "School Street" тощо. Такі газети становлять трохи менше чверті всіх розглянутих видань;
- видання, названі як учні певного навчального закладу: "Школьник", "Гимназист". Зазначимо, що подібні назви мають високу повторюваність;
- назви, що обігрують назву або номер навчального закладу: "Планета 85", "Десятька", "Витамин-44";
- назви, які використовують явище чи предмет, характерні для шкільного життя: "Пе-

ремена", "Пять с +", "Классный журнал", "Шкільний рюкзак" тощо.

Назви ж інших видань охоплюють найрізноманітніші предмети та явища, що класифікувати їх нам здається неможливим. Наведемо тільки декілька прикладів таких назв: "Муравейник", "Новая Лига", "Тет-а-тет", "Шанс", "Реальная газета", "Ассоль" тощо.

Що ж стосується використання слів іноземною мовою в назві видання, то кількість таких газет і журналів становить 15%: "The First", "Internationale Zeitung", "Notre Journal", "NewTON", "ШкоLIFE".

Слоган. Лише 17% шкільних видань використали при оформленні слоган. Відзначимо дві тенденції щодо його використання:

- девіз газети наголошує на якостях тієї інформації, яка представлена в друкованому органі навчального закладу: "Вести школьные: самые интересные, самые прикольные", "Лицейский дневник: Ярче солнца, ярче огня мы освещаем события дня" тощо;
- слоган пояснює назву видання: "ПУПС: Пусть уму помогает смекалка", "ОТПАД: очень толковая, полезная, актуальная, доступная", "NewTON: только особенные новости".

Використання персонажів. Незважаючи на те, що дослідники наголошують, що використання головних героїв видань бажане і дозволяє утримувати увагу читача, шкільні редакції неактивно використовують ці можливості. Так, тільки у 2 виданнях ми знайшли приклади використання персонажів. Наприклад, газета "Горноста́й" використовує зображення однойменної тварини, що залежно від теми матеріалу постає в різному вигляді. Інша ж газета, "Муравейник", створила персонажа Люсю, яка веде лише одну рубрику, що розповідає про чутки.

Загальна тема номера. Шкільні видання рідко визначають тему номера як таку, але періодичність дає змогу шкільній пресі робити випуски до певних свят: 1 вересня, День Учителя, Новий Рік, День Перемоги тощо. Також деякі видання присвячують випуск питанням шкільного самоврядування, зокрема виборам (додаток "Выбор гимназии" до газети "Наша гимназия", Челябинськ, РФ).

Рубрики. Розглянуті видання свідчать про те, що шкільна періодика не готова використовувати постійні рубрики. Так, тільки 19 видань з 47 зазначає назву рубрики над матеріалом, але далеко не в усіх цих шкільних газетах та журналах рубрики є постійними. Найбільш стабільними є такі рубрики:

- звернення від редакторів видання: "Колонка редактора" ("ПУПС"), "Колонка редакції" ("Шанс"), "Колонка директора" ("Гимназист");
- статті про шкільне життя: "Из жизни гимназеек и гимназюк" ("Гимназист"), "ЧП" ("Шанс"), "Жыццё гімназіі" ("Дзянніца") тощо;
- рубрики, що містять інтерв'ю: "Наши гости" ("Муравейник"), "РИО" ("Гимназист"), "Интервью с ..." ("Шанс"), "Гостинная"

“Школьная пора”), “Наши люди” и “Самые, самые, самые...” (“Реальная газета”) тощо;
 – розважальні сторінки: “Отдохни” (“Муравейник”), “Смех не грех, а лекарство” (“Гимназист”), “Смехатерапия” (“Дзятница”) тощо.

Жанри. Найбільшою популярністю серед школярів користуються інформаційні жанри. Вони наявні в будь-якому шкільному виданні. Спектр використовуваних інформаційних жанрів широкий: замітка, розширена замітка, репортаж, інтерв'ю, звіт, прес-опитування. Найчастіше для опису шкільного життя використовують замітку, репортаж та інтерв'ю. Зазначимо, що інтерв'ю зустрічаємо найрізноманітніше: з учнями, з учителями, з людьми, відомими в конкретному населеному пункті.

Окремо скажемо про прес-опитування. Дослідивши наповнення шкільних видань, ми помітили, що різноманітні статистичні дані можна зустріти майже в усіх шкільних газетах та журналах. Їх використовують для підтвердження певної думки в середині статті або як самостійний матеріал, під який інколи відведено цілу рубрику (“Барометр” у “Погляді учня”, “Народный вопрос” у “ПУПС”, “Социологический опрос” у газеті “Шанс”).

Також помітні спроби школярів звернутися до аналітичних жанрів. Вони представлені в шкільній пресі статтями та коментарями.

Серед художньо-публіцистичних жанрів шкільна преса звертається до жанру замальовки, також активно використовуються анекдоти та жарти. Але останні два жанри подаються локально, найчастіше на останніх сторінках видання.

Тематика матеріалів. Найбільше уваги шкільна преса приділяє, безумовно, шкільному життю. Видання активніше за все висвітлюють шкільні заходи (свято першого дзвоника, шкільна дискотека тощо), конкурси (шкільний конкурс газет, змагання зі спортивного орієнтування тощо), проблеми (невідповідальне ставлення учнів до чергування, нечасте користування учнів бібліотекою тощо) та особливе місце у виданні посідає вітання переможцям у різноманітних конкурсах і змаганнях.

На другому за популярністю місці знаходяться матеріали, що знайомлять читачів з особистістю. Це відбувається або у формі інтерв'ю, або за допомогою публікації творчих дебютів учнів.

Як ми вже зазначали, багато випусків зі шкільної періодики прив'язується до свят або інших знаменних дат, тому нерідко зустрічаємо на сторінках шкільних газет та журналів розповіді про історію свята (8 Березня, День Перемоги тощо) або розповідь, що присвячена важливій темі (річниця Чорнобильської аварії, День СНІДу).

Також помітний стійкий інтерес до спорту й технологій, але далеко не в усіх виданнях ці теми знайшли своє відображення. Серед тих тем, що не мають прямого стосунку до шкільного життя, відзначимо намагання редакції проводити своєрідну виховну роботу: юні жур-

налісти розкривають теми культури мовлення, негативного впливу комп'ютеризації, намагаються допомогти учням у виборі майбутньої професії.

Архітектоніка матеріалів. Зазначимо, що тексти в шкільній періодиці невеликі за обсягом. Найбільші статті зазвичай не перевищують 4000 знаків. Тому закономірно, що такі видання не використовують рубрикацію всередині матеріалів. Також не користуються популярністю різноманітні вриси, тільки в деяких аналітичних статтях у них подаються статистичні дані, результати опитувань. Юні журналісти широко використовують можливості ліду.

Реклама. У жодному з проаналізованих видань реклама не зустрічається.

Промоція. Зважаючи на зростання популярності Інтернету, шкільна преса для того, щоб підвищити попит і стати доступнішою, вимушена виходити в Мережу. Так, більше ніж 30% проаналізованих видань мають власний сайт або надають можливість викачати випуски з сайту навчального закладу. Іншим шляхом популяризації видання в Інтернет є створення групи у соціальних мережах, де зареєстровані учні школи. Така група дає змогу оперативно проводити соціологічні опитування, проводити обговорення важливих тем, вибрані моменти яких потім можна розміщати на сторінках друкованого видання.

Висновки. Шкільна преса різноманітна і в типологічному, і в тематичному плані, але можна виділити ознаки, що властиві середньостатистичному шкільному виданню:

- інформаційно-розважальний характер матеріалів, здебільшого присвячених шкільному життю, а також таких, що не оминають позашкільні інтереси учнів;
- мова матеріалів відповідає тій, якою школярі розмовляють у побуті;
- видання випускається раз на місяць форматом А4 при обсязі 4–8 сторінок;
- друкований орган навчального закладу представлений у соціальній мережі або має власний сайт.

Шкільна преса – перспективний ринок корпоративних мас-медіа. Завдяки таким виданням навчальні заклади мають можливість підтримувати опосередковану комунікацію з іншими закладами, представниками держави в освітній галузі, що дає змогу сформувати позитивний імідж навчального закладу. Шкільна періодика може досягти успіхів і в плані підтримання корпоративного духу. Матеріали шкільної преси повинні об'єднувати учнів, робити їх однією командою. Крім того, шкільне періодичне видання є ефективним засобом виховання наполегливості, уміння доводити справу до кінця, охайності. Шкільне видання сприяє розвитку відповідальності за достовірність та об'єктивність інформації, викладеної в матеріалі, воно відкриває профорієнтаційні можливості, розширює знання підлітків у різних сферах.

До того ж, під час роботи над шкільним виданням спостерігаємо невідривність процесу створення шкільної преси від навчання.

Список використаної літератури

1. Акопов А. И. Методика исследования периодических изданий (на примере специальных журналов) / А. И. Акопов. – Иркутск : Изд-во Иркутского ун-та, 1985. – 96 с.
2. Бессараб А. О. Зміст і форма сучасного дитячого журналу / А. О. Бессараб // Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки. – 2008. – № 3. – С. 103–108.
3. Вартанов Г. І. Журналістами не народжуються: роздуми з приводу підготовки кадрів для вітчизняних засобів масової комунікації / Г. І. Вартанов // Журналіст України. – 1998. – № 9–10. – С. 10–12.
4. Давидченко Т. С. Аудиторія дитячої преси: вивчення потреб та зацікавлень дитини / Т. С. Давидченко // Наукові записки Інституту журналістики : наук. зб. – 2009. – Т. 35. – С. 87–92.
5. Давидченко Т. С. Основні теоретичні підходи до вивчення типології періодичних видань для дітей / Т. С. Давидченко // Інформаційне суспільство. – 2007. – Вип. 6. – С. 24–27.
6. Давидченко Т. С. Сучасна преса для дітей в Україні: переваги та недоліки / Т. С. Давидченко // Збірник праць науково-дослідного центру періодики. – 2008. – Вип. 16. – С. 123–134.
7. Давидченко Т. С. Типологічна класифікація дитячих періодичних видань в Україні / Т. С. Давидченко // Інформаційне суспільство. – 2007. – Вип. 6. – С. 24–27.
8. Давидченко Т. С. Типологія видань української дитячої преси. Історико-типологічний аналіз (на прикладі журналу “Барвінок”) / Т. С. Давидченко // Актуальні питання масової комунікації. – 2004. – Вип. 5. – С. 29–33.
9. Давидченко Т. С. Типологічні характеристики української дитячої преси та теоретичні аспекти її функціонування / Т. С. Давидченко // Вісник Дніпропетровського університету. – 2006. – № 1. – С. 358–362.
10. Давидченко Т. С. Типоформуючі ознаки сучасних українських журналів і газет для дітей / Т. С. Давидченко // Вісник Луганського національного педагогічного університету імені Тараса Шевченка. Філологічні науки. – 2008. – Ч. 2. – № 3 (142). – С. 16–25.
11. Дяченко Т. О. Роль корпоративної преси у формуванні та розвитку організаційної культури / Т. О. Дяченко // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. – 2010. – Вип. 27. – С. 71–75.
12. Ильина Л. В. Школьная пресса как средство воспитания и развития [Электронный ресурс] / Л. В. Ильина. – Режим доступа: http://school3.sebastopol.ua/?page_id=488.
13. Кіт Н. О. Створення психологічного портрета читача як визначальний етап розробки концепції нового журналу для дітей / Н. О. Кіт // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики. – Львів, 2003. – Вип. 11. – С. 563–572.
14. Корчак Я. О школьной газете / Я. Корчак ; пер. с пол. К. Э. Сенкевич // Избранные педагогические произведения / под ред. М. Ф. Шабаевой. – Москва : Просвещение, 1966. – С. 148–180.
15. Кочегарова О. В. Дитячі видання в медіа-просторі України / О. В. Кочегарова // Ученые записки Таврического национального университета. Сер. Филология. Социальная коммуникация. – 2008. – Т. 21 (60). – С. 60–64.
16. Огар Е. І. Дитяча книга: проблеми видавничої підготовки : навч. посіб. для студентів вищих навч. закладів / Е. І. Огар. – Львів : Аз-Арт, 2002. – 160 с.
17. Прокопчук О. Г. Сучасна періодика для дітей: яка вона? / О. Г. Прокопчук // Народна газета. – 2005. – № 45. – С. 4.
18. Сидоренко Н. Н. Издания для детей и подростков на Украине / Н. Н. Сидоренко // Журналистика в 2001 году: СМИ и вызовы нового века : тезисы науч.-практ. конфер. – Москва, 2002. – Ч. 2. – С. 16–18.
19. Стадницька Ю. В. Дитяча публіцистика як об'єкт дослідження / Ю. В. Стадницька // Вісник СумДУ. – 2006. – № 3 (87). – С. 20–24.

Стаття надійшла до редакції 19.02.2015.

Обласова О. И. Тематико-типологические особенности школьной прессы как составляющей PR-коммуникации учебного заведения

В статье рассматриваются тематико-типологические особенности изданий для школьников (на примере школьной периодики). Анализируются примеры школьной периодики Украины, России, Белоруссии по разнообразным критериям: виду, типу, периодичности выхода в свет, тиражу, формату, объему, языку издания, специфике названия, наличию слогана, использованию персонажей, общей тематике, специфике публикаций, жанристике, архитектурной организации материалов, особенностям рубрикации, наличию рекламы на страницах зданий, промоции школьной прессы. К специфическим чертам школьной периодики можно отнести следующие: информационно-развлекательный характер материалов, которые, в основном, посвящены жизни школы, но которые одновременно не обходят вниманием и внешкольные интересы учеников; язык материалов соответствует тому, на котором школьники общаются в быту; издание выпускается, как правило, раз в месяц форматом А4 и объемом 4–8 страниц; печатный орган учебного заведения обычно представлен в социальной сети или же имеет свой сайт.

Ключевые слова: тип и вид издания, школьная пресса, PR-функция.

Oblasova O. The Thematic-Typological Features of School Press as a Part of PR-Communication

The thematic-typological features of publications for schools (on the example of school periodicals) are considered in the article. The examples of school periodicals in Ukraine, Russia and Belarus are analyzed through different criteria: kind, type, frequency of publication, circulation, format, volume, language of publication, specifics of titles, presence of a slogan, usage of characters, general themes, specifics of publications, genres, architectonic organization of materials, peculiarities of categorization, presence of advertising in these media, promotion of school press.

School newspapers is a promising market for corporate media. Due to such releases schools are able to maintain mediated communication with other institutions, representatives of the state in education that allows creating a positive image of the institution. School periodicals can achieve success in terms of maintaining corporate spirit. School press materials should unite students, make them a team. In addition, school periodicals train an effective means of perseverance, the ability to bring the matter to an end, accuracy. School publication promotes the development responsibility for the accuracy and objectivity of the information contained in the material; it opens vocational opportunities, expanding knowledge of adolescents in different areas.

The specific features of the school editions are: infotainment materials, which are mainly devoted to the life of the school, but at the same time do not overlook extracurricular interests of the students; language of the materials corresponds to the one students use in everyday life; edition is published, as a rule, once a month, A4 and in the volume of 4–8 pages; organ of the institution is usually represented in a social network or has a website.

Key words: *type and kind of publication, school press, PR-function.*