

ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ПРЕСС-ЦЕНТРА В УЧРЕЖДЕНИИ ОБРАЗОВАНИЯ КАК НОВАЯ ФОРМА ПРОФОРИЕНТАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

М.М. КОМАРОВА

Учреждение образования

«Гомельский государственный медицинский колледж»,

г. Гомель, Республика Беларусь

Аннотация: В работе описан уникальный опыт организации Пресс-центра в Гомельском медицинском колледже, представлены основные этапы создания, цели, задачи, структура Пресс-центра, главные направления работы. Проведен краткий анализ взаимодействия со СМИ. Обозначена эффективность профориентационной деятельности Пресс-центра за первый квартал текущего года. Позитивный опыт создания и работы Пресс-центра может быть использован в учреждениях образования Республики Беларусь.

Одним из направлений воспитательной работы в учреждениях среднего специального образования является профориентационная деятельность. Качественно подготовленная и проведенная профориентационная работа позволяет укрепить, а подчас и создать, позитивный имидж учреждения образования как престижного, предпочитаемого для поступления у молодежи. Это способствует обеспечению полного набора учащихся в период вступительной кампании и удовлетворению запроса практического здравоохранения РБ в квалифицированных кадрах.

С другой стороны, профессионально ориентирующая работа учреждений образования помогает молодому поколению сделать правильный выбор направления деятельности с опорой на способности, знания и таланты, ведет к реализации собственных жизненных планов.

Средства массовой информации (далее – СМИ) являются своеобразными посредниками между учреждением образования и обществом. СМИ способны эффективно влиять на общество во многих сферах, включая создание образа профессии у молодого поколения через донесение специальной информации о новейших направлениях деятельности учреждения образования, программах, процессе обучения, культурно-массовой работе, участии в научной деятельности преподавателей и обучающихся до широкого круга общественности.

Фактически, каждое событие из жизни ССУЗа, освещенное в прессе, является эффективной рекламой, создает и поддерживает его прогрессивный имидж и работает на профориентацию молодежи.

Обычная схема профориентационной работы выглядит следующим образом – требуется идти в целевую аудиторию, либо приглашать целевую группу к себе в учреждение. Это энергоемко, малоэффективно и возможно лишь в ограниченном формате. Однако если эту функцию берет на себя Пресс-центр, информация о колледже доходит до каждой семьи в республике через телевидение, газеты, радио и Интернет-ресурсы.

В УО «Гомельский государственный медицинский колледж» (далее Колледж) функцию продвижения позитивного имиджа учреждения образования и нового направления профориентационной деятельности организывает Пресс-центр учащихся. Цель его создания заключается в освещении значимых событий из жизни колледжа для жителей города, области и республики. Работа в Пресс-центре объединяет тех учащихся и преподавателей, кто имеет творческий потенциал, нестандартное видение и умеет ярко и живо передать это на бумаге, в фото и видео читателям и зрителям. Руководит Пресс-центром автор данной работы, педагог-психолог колледжа. Деятельность этого направления курирует заместитель директора по учебно-воспитательной работе.

Деятельность Пресс-центра осуществляется на основании нормативных документов РБ и Положения о Пресс-центре УО «Гомельский государственный медицинский колледж».

Основными задачами деятельности Пресс-центра являются:

- формирование и продвижение имиджа Колледжа как современного, прогрессивного учреждения образования;

- информационная поддержка новых стратегий и направлений деятельности Колледжа;

- укрепление престижа профессии медработника, популяризация ее среди подрастающего поколения, новое направление профориентационной деятельности;

- проведение регулярной информационной работы среди населения в области здравоохранения, ЗОЖ;

- развитие творческого потенциала учащихся.

Ключевыми направлениями работы Пресс-центра являются:

- информационная поддержка мероприятий, проводимых в Колледже и за его пределами;

- информационное сотрудничество с местными, региональными и республиканскими СМИ;

- проведение PR-акций, пресс-мероприятий, направленных на формирование позитивного имиджа Колледжа и рекламу образовательных программ.

В ходе работы над созданием Пресс-центра можно выделить несколько этапов:

- методический (изучение документов, правового обеспечения опыта, создание Положения о Пресс-центре, разработка формы планов (годовой) и отчетов (годовой и ежемесячный) о работе Пресс-центра);

- аналитический (выявление связей между структурными подразделениями колледжа, компетентностных полномочий административно-преподавательского аппарата, знакомство с видами успешной деятельности учащихся с целью дальнейшего привлечения их в работу Пресс-центра, выявление наиболее заинтересованных в подобной информации и имеющих подходящий контент СМИ);

- организационный (формирование основной структуры Пресс-центра, привлечение желающих из числа творческой молодежи),

популяризационный, просветительский (размещение информации о событиях в колледже в СМИ).

Структура Пресс-центра:

руководитель Пресс-центра (преподаватель);

пресс-секретарь – заместитель руководителя (учащийся);

корреспонденты Пресс-центра (3 человека);

сектор набора, дизайна и компьютерной верстки (2 человека: учащийся и преподаватель);

фоторепортеры (3 человека).

К информационной работе привлекаются все учащиеся Колледжа, имеющие первичные навыки написания текстов, научных работ, опыт ведения интервью, опыт работы с фото и видеоматериалами.

При разработке стратегического плана информационной работы необходимо учитывать целевую аудиторию, ее свойства и потребности, цели изменения поведения для каждой конкретной аудитории. План мероприятий по взаимодействию со СМИ должен включать разделы по взаимодействию с другими организациями и учреждениями здравоохранения, методической работе, организационным мероприятиям и мониторингу.

Взаимодействие со СМИ должно быть комплексным, включать в себя публикации в прессе, выступления на радио и телевидении, проведение пресс-конференций, заседаний «круглого стола», брифингов, «прямых линий», подготовку пресс- и пост-релизов и оперативных «сообщений для СМИ». Комплексный подход помогает создать яркий образ будущей профессии, который становится привлекательным для молодежи.

Кроме своей основной задачи – подготовки медицинских специалистов среднего звена ССУЗы Республики создают информационно-образовательный продукт для широкого круга населения, участвуя в региональных информационных PR-кампаниях, Акциях здоровья, занимаясь тематической научно-исследовательской работой, организовывая собственные общественно-просветительские мероприятия профилактической направленности, имеющие социальную значимость. К участию в них регулярно привлекаются авторитетные медицинские специалисты, региональные общественные и политические деятели, представители республиканских общественных объединений, региональные представители ВОЗ, педагоги, психологи, представители средств массовой информации, учащаяся молодежь города.

За первый квартал 2025 года в СМИ было освещено 18 значимых мероприятий/инфоповодов Колледжа, а именно на телеканалах Минска, Гомеля и Гомельской области (НТВ-Беларусь, «Первый Городской» ТК, ТРК «Гомель») транслировалось 10 видеосюжетов (36 трансляций). В том числе Первым Городским ТК создано 2 полномасштабные телевизионные передачи по материалам Гомельского медколледжа: в рубрики «Персонально» и «Новые специальности. Зуболечебное дело».

Мероприятия Колледжа были отражены в республиканской печати («Медицинский вестник», «Беларусь Сегодня», БелТА информационный портал), областной печати («Гомельская правда») и городской печати

«Гомельские ведомости», «Советский район», всего 27 печатных публикаций. Все видеосюжеты и печатные публикации были размещены также на сайтах соответствующих СМИ.

Таким образом, привлекательность, гласность, доступность информации о мероприятиях Колледжа вызывают неизменный позитивный интерес широкой общественности и играют существенную роль в деле привлечения абитуриентов в период вступительной кампании, умножая эффективность профориентационной деятельности.

Список использованных источников

1. Емельянов, С.М. Теория и практика связей с общественностью. – М.: Юрайт, 2017. – 232 с.
2. Жильцов, О.Н., Синяева, И.М. Связи с общественностью. – М.: Юрайт, 2017. – 338 с.
3. Мирзаханов, М.А., Амвросова, О.Н. О роли средств массовой информации в современном обществе // Инновационные технологии в науке и образовании. – 2015. – № 4. – С. 470 - 472.
4. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии / Под ред. В.М. Горозова, Т.Э. Гринберг. – М.: Аспект Пресс, 2018. – 224 с.