

УДК 378.4:621.397.13

УНИВЕРСИТЕТСКОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ В СВЕТЕ ГРЯДУЩЕЙ ЦИФРОВИЗАЦИИ

С. А. Говердовская-Привезенцева

Владимирский государственный университет
кафедра журналистики

Статья посвящена системе обучения практической журналистике в стенах университета, анализу состояния университетского телевидения, которому необходима перспектива развития.

Ключевые слова: университетское телевидение, смежные специальности, профессиональные компетенции, «нишевый» канал, сетевой университетский контент, бренд «Универ-ТВ»

Сегодня многие университеты, как столичные, так и провинциальные, стремятся к организации и развитию собственного медиапространства. Но не только ради корпоративных интересов – обозначить роль образовательного лидера в регионе. Задачи становятся масштабнее – они пытаются стать новыми игроками на телевизионном поле. Причём высоко их стремление составить достойную конкуренцию городским, областным и федеральным каналам. Классический университетский интеллектуальный потенциал, традиционность культивируемых знаний и свобод, разработка интересных технических и гуманитарных проектов позволяют «стать универсальной площадкой для диалогового взаимодействия между различными заинтересованными аудиториями, воссоздавая модель гражданского общества “в миниатюре” на уровне конкретной организации» [1, с. 4].

Как следствие идёт активное осмысление такого нового вида деятельности образовательных учреждений высшего звена, как Университетское телевидение. Актуальным для исследователей масс-медиа становится вопрос: «Универ-ТВ» – площадка для обучения студентов или новая разновидность СМИ?

Собственный телевизионный комплекс появился во Владимирском государственном университете в 2008 г. благодаря приоритетному национальному проекту «Образование». В него вошли: аппаратно-студийный блок, павильон, монтажные, пресс-центр – со всем современным телевизионным оборудованием. В том же 2008 г. в университет пришла телекомпания «Русь» и стала партнёром кафедры журналистики, в результате чего мощности телевидения были увеличены вдвое. Профессионалы с большим опытом работы (редактор, оператор, монтажёр, компьютерщик, продюсер) взялись за становление нового телевидения, перспективного в силу своей экспериментальности. Это стало стартом для активного развития бренда «Университетское телевидение».

Для системного включения работы «Универ-ТВ» в образовательный процесс был переработан учебный план, предметы специального цикла переориентированы на сотрудничество с Университетским ТВ и разграничена ответственность студентов в зависимости от постепенно получаемых ими профессиональных навыков. Студент должен вначале научиться работать в информационном жанре, затем изучить другие жанры и форматы, наконец, настала очередь более сложных, постановочных творческих проектов. Усилиями педагогов, сотрудников и более чем ста студентов кафедры работа «Универ-ТВ» стала законченным технологическим процессом: точно обозначенное время входа в эфир, упорядоченность всех этапов работы, разнообразие программ, повышение качества телепродукции.

В таблице 1 показаны этапы обучения студентов практической журналистике на протяжении всех пяти лет обучения специалистов.

Таблица 1

Обучение студентов практической журналистике во время учебного года

№	Название учебного предмета	семестр	Вид работы	Выход
1.	Выпуск учебной газеты	1, 2	Выпуск «Университетской газеты»	1 раз в месяц, 12 полос, цвет
2.	Выпуск учебных программ	3, 4	Информационные программы: «Стрела времени», «Говори, университет!», «Афиша»	еженедельный выход, хронометраж – 20, 7, 5 минут
3.	Выпуск учебной газеты или учебной программы	5, 6	Работа на выбор – в газете или на ТВ. На ТВ – проект «Дневной дозор»	Еженедельный выход, хронометраж – 10 минут
4.	Конвергентная журналистика	5, 6	Работа на сайте кафедры	Ежедневная работа
5.	Выпуск учебных программ	7, 8	«Яичница», «Гость»	Семестровые проекты
6.	Журналистское мастерство	7	«Портрет» (профессорско-преподавательского состава, сотрудников и студентов университета)	Еженедельно
7.	Режиссёрская культура журналиста	8	Экранизация классики	Семестровая работа
8.	Телевизионный бизнес	9	«Купите слона!», рекламные и социальные ролики	Семестровый проект

С сентября 2010 г. была запущена новая еженедельная информационная программа о жизни университета «Стрела времени». Авторы – студенты 2 и 4 курсов. Никогда раньше о Владимирском государственном университете не говорили так объёмно! Это первый проект «Универ-ТВ», который стал размещаться на официальном сайте кафедры журналистики ВлГУ. Студенты, преподаватели, выпускники, а также общественность получили возможность в любое удобное время просматривать видеосюжеты, рассказывающие о прошедших и предстоящих встречах в стенах ВлГУ, о событиях, имеющих вес в общественной, культурной и спортивной жизни города, узнавать об интересных, талантливых, незаурядных личностях вуза – обо всём, что важно и ценно для тех, кто учится, преподаёт или сотрудничает с университетом.

Еженедельно по пятницам выпуски выкладываются в Интернете, а по понедельникам обновляется плей-лист на плазменных экранах в трёх учебных корпусах. Вместе со «Стрелой времени» студенческая и преподавательская аудитория смотрят «Афишу», развлекательную программу «Купите слона!», а также опрос «Говори, университет!», подготовленные студентами в течение рабочей недели. Подобная деятельность, осуществляемая в рамках Университетского ТВ, вышла за рамки образовательного процесса и стала приближаться к тому, что мы называем «телевидение». Доступ к информации широкой аудитории и социальная ответственность за материалы в эфире – тому подтверждение.

В 2011 г. университетское ТВ вышло на новый уровень развития, появившись в эфире популярного владимирского городского телеканала «Вариант». Каждую пятницу с 18:00 до 18:30 жители города имеют возможность смотреть и оценивать то, как студенты кафедры журналистики ВлГУ создают *своё* телевидение.

С выходом на городские телеэкраны отношение к подготовке сюжетов, к выбору ведущих, к вёрстке программы заметно изменилось: каждый участник процесса производства новостей на телестудии ВлГУ стал подходить к исполнению своих обязанностей более ответственно и внимательно, еженедельные эфиры дисциплинировали студентов-журналистов.

3 и 4 семестр – непростое время как для студентов, так и для преподавателей. Задача – в короткие сроки научиться и научить не только работе корреспондента, но и смежным специальностям профессиональных компетенций в рамках дисциплин специализации: нелинейному монтажу, основам операторского и дикторского мастерства. По окончании семестра для получения зачёта каждый студент 2 и 4 курсов должен представить руководителю курса не менее 8 сюжетов, прошедших в эфире.

В начале и в конце учебного года студенты заполняют анкету из 20 вопросов. Вопросы в анкете не меняются, зато ответы значительно отличаются по годам. В конце весеннего семестра выделяется отдельное занятие для обсуждения итогов обучения. Год работы на Университетском те-

левидении меняет студентов-второкурсников, они реально входят в профессию.

На вопрос, какой этап производства сюжета на ТВ для вас наиболее сложный сегодня, были получены следующие ответы:

начало учебного года

выбор темы,
её четкая формулировка,
составление плана сюжета,
сбор информации,
съёмка нужного видеоряда,
интервью,
написание закадрового текста,
начитка, монтаж.

конец учебного года

поиск важного материала,
найти источник информации,
написание закадрового текста,
правильное написание синопсиса,
умение «разговорить» человека,
монтаж

На вопрос, какой этап представляется наиболее лёгким, были получены такие ответы:

начало учебного года

сбор информации,
нарезка синхроннов,
написание подводки,
работа в кадре,
начитка текста

конец учебного года

написание текста сюжета,
начитка закадрового текста,
работа на съёмочной площадке,
работа ведущим в кадре

На вопрос о том, где студент хотел бы работать, на ТВ, в газете, на радио, в Интернет-портале или в каком-либо другом месте, были получены такие ответы:

начало учебного года

- а) 4 ответа (ТВ);
- б) 2 ответа (газета);
- в) 3 ответа (радио);
- г) 3 ответа (Интернет-портал);
- д) 6 ответов (другое).

конец учебного года

- а) 11 ответов (ТВ);
- б) 3 ответа (газета);
- в) 3 ответа (радио);
- г) 0 ответов (Интернет-портал);
- д) 1 ответ (другое).

Речь студентов в конце года стала более профессиональной, в ней появилась специальная терминология, точнее выражающая мысль. У студентов возрос интерес к теоретическим занятиям, на которых можно получить важную и разнообразную информацию. Ведь даже лучшие школы журналистики, где главной целью ставится получение лишь практического опыта, не способны конкурировать по качеству образования с классическими университетами.

Практическая работа студентов на «Универ-ТВ» одновременно облегчает и усложняет задачу для преподавателей: сами студенты просят изменить акценты в учебном материале, максимально приблизив его к той

или иной грани своей будущей профессиональной деятельности, точнее определяют «больные темы» общественной жизни, требующие журналистских исследований.

Во время 3 и 4 семестров обучения более тонко определяются специфические личностные интересы и возможности студентов, а значит, определяются их телевизионные амплуа: кто-то лучше выполняет административную работу, другие – редакторскую или творческую, проявляется понимание процесса «режиссуры».

По окончании 2 курса студенты во время летних каникул обычно находят работу в телекомпаниях региона. Встречавшие их сотрудники отметили качественный сдвиг в подготовке, ведь совсем ещё недавно студенты, проходившие после 4 курса летнюю производственную практику, не знали ничего, кроме общих теоретических выкладок. Благодаря пришедшему в университет телевидению у студентов журналистов появилась возможность не адаптироваться к реалиям работы в СМИ, а пройти настоящую школу такой работы.

К 4 курсу студенты, изучив несколько журналистских прикладных дисциплин, профессионально разбираются в социальных коммуникациях, готовы отвечать запросам аудитории, слышать её. Следующим шагом должно стать обучение студентов знанию того, как стать во главе организации ответов. Уровень свободы начинает зависеть от уровня собственной коммерческой грамотности. Актуальной задачей становится не только отстраненное теоретическое понимание работы всей сложной творческо-производственно-технической структуры телевизионного предприятия, но и умение почувствовать себя организатором, руководителем бизнеса, применив все полученные знания. Совершается выход за узкие (при масштабном рассмотрении существования ТВ) рамки работы корреспондентов.

Курс «Телевизионный бизнес» читается в 8 семестре, и в нём присутствуют новые парадигмы образования. Он ориентирован на результат, и студенты включаются в процесс разработки идеи.

На первом этапе развития для кафедры журналистики был важен сам факт 30-минутного вещания в эфире владимирского городского телеканала. Таким образом, были выполнены корпоративные задачи – удовлетворены потребности региона в освещении деятельности вуза, проблем студенчества, а также успехов и достижений преподавателей, студентов, выпускников. Производство программ поставлено на поток – следовательно, все студенты начали осваивать навыки практической работы.

Анализ деятельности университетских телестудий других регионов показывает, что они все отработали типичные задачи (примеры подобной информации можно найти на сайтах российских университетов).

Исследователь медиаобразования И. А. Фатева считает, что «целесообразней свести к минимуму услуги сложившихся в современной России СМИ и шире практиковать работу студентов в учебных СМИ, в которых интеграция образования и производства осуществляется в логике педаго-

гической системы, а не производства. А ещё лучше – добиться учреждения и функционирования при учебных заведениях независимых СМИ, способных конкурировать с профессиональными массмедиа» [3, с. 16]. Но возникает проблема границ развития. Университетское ТВ, в силу его экспериментальных возможностей, обязано не только успешно копировать небогатый набор телепрограмм и выразительных средств регионального телевидения, от него ждут новых творческих тем и решений.

На федеральном телевидении мы, как и прежде, получаем информацию о высшей школе или в коротких сюжетах, связанных с деятельностью Министерства образования, или в связи со случающимися скандальными ситуациями. Даже университеты, получившие статус научно-исследовательских, не имеют дополнительных привилегий в виде широкого отражения их работы центральными каналами. До сих пор общественности практически ничего не известно ни о деятельности выдающихся отечественных учёных, ни о важных достижениях российской науки. На экранах всё те же политики, «околополитики», чиновники, звёзды шоу-бизнеса – и никогда (или почти никогда) российская профессура.

В то же время исследователи утверждают, что «осуществляется постепенный переход от потребления ограниченного набора массовых универсальных телеканалов к специализированным “нишевым” каналам, программам и сервисам, количество которых постоянно растёт» [2, с. 55]. Российский зритель именно сейчас находится в поиске своих «нишевых» пристрастий, вследствие чего увеличивается отток аудитории от универсальных каналов.

Анализ ситуации показывает что «Университетские ТВ» России, обладая техническими инструментарием и методикой обучения, уже выросли до того, чтобы генерировать все свои лучшие достижения на новой общей платформе и поддерживать линию эволюции духовных ценностей, профессиональных устремлений, жизненных установок нового поколения. Особенно важно это при активно развивающейся мультимедийной среде. Надвигающиеся изменения правил игры в условиях цифрового вещания заставляют задуматься о переходе к сетевому видеоконтенту. Но при этом никак не хотелось бы попасть в «длинный хвост» безразмерного цифрового телевизионного пространства» [2, с. 57].

Поэтому необходимо сформулировать основные принципы жизни «Универ-ТВ» в цифровом вещании уже сейчас. Если каждая из существующих ныне университетских телекомпаний по-прежнему будет жить как отдельное маленькое СМИ, то проект «Универ-ТВ» на долгие годы так и останется лишь образовательным. Но если университетские телестудии объединятся на одной гуманистической платформе, то будет реальный шанс не затеряться среди многообразия телевизионных каналов. Чем раньше начнёт складываться бренд «Универ-ТВ», тем больше возможностей откроется для его существования в цифровом контенте. Но для реализации подобных планов необходимо, прежде всего, создать некую незави-

симую общественную Ассоциацию университетского телевидения, способную координировать и направлять работу и творческий поиск всех вузовских телеканалов страны. Не исключено, что со временем это может стать первым шагом к созданию Общественного телевидения России.

Список литературы

1. Сидорова, Т. И. Университетское телевидение как инструмент формирования корпоративной культуры вуза [Электронный ресурс] : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Т. И. Сидорова ; Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького, каф. периодической печати. – Екатеринбург, 2011. – Режим доступа: <http://elar.usu.ru/bitstream/1234.56789/3562/1/urgu08525.pdf>. – Дата обращения: 27.09.2011. – Загл. с экрана.
2. Телевидение в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. 2011 : отраслевой доклад. – [Электронный ресурс] / Подготовлен факультетом журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова ; под общ. ред. д-ра филол. наук Е. Л. Вартановой. – [М.], 2011. – Режим доступа: <http://www.farnc.ru/magnoliaPublic/rospechat/> – Дата обращения: 27.09.2011. – Загл. с экрана.
3. Фатеева, И. А. Журналистское образование в России: теория, история, современная практика. – [Электронный ресурс] / И. А. Фатеева. – Екатеринбург, 2008. – Режим доступа: <http://edu.of.ru/attach/17/34154.pdf>. – Дата обращения: 27.09.2011 г. – Загл. с экрана.

UNIVERSITY TELEVISION IN THE LIGHT OF DIGITALIZATION COMING

S. A. Goverdovskaya-Privezentseva

Vladimir State University
Department of journalism

Paper is devoted to the education system of practical journalism at the university, the analysis state university television, which requires the development prospects.

Keywords: *university-TV, adjacent specialties, professional competence, "niche" channel, the network university content, the brand "Uni-TV"*

Об авторах:

ГОВЕРДОВСКАЯ-ПРИВЕЗЕНЦЕВА Светлана Александровна – доцент кафедры журналистики Владимирского государственного университета, e-mail: glana@vlsu.ru, 600000, г. Владимир, ул. Горького, 87.