

УДК 621.397.13

РОЛЬ УНИВЕРСИТЕТСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ В ОБУЧЕНИИ ЖУРНАЛИСТСКОМУ МАСТЕРСТВУ

А. С. Куприянова

Тверской государственный университет
кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

В статье рассматриваются наиболее важные функции университетского телевидения, как инструмента теоретического и практического обучения студентов журналистскому мастерству на примере вузовских телестудий региональных вузов. Также рассматривается вопрос, может ли практика на универ-ТВ стать полноценной альтернативой практике на региональных телеканалах.

Ключевые слова: вуз, информационный сюжет, новостная программа, тележурналист, телеканал, университетское телевидение, вузовская телестудия, функция.

Первая университетская телестудия в России появилась на факультете журналистики Южно-Уральского государственного университета под руководством Л. П. Шестёркиной [3]. Л. П. Шестёркина считает, что «на формирование концепции современной модели подготовки журналистов оказали влияние <...> информационное пространство и происходящие преобразования в современной медиаиндустрии, выражающиеся, прежде всего, в появлении новых технологий и каналов коммуникаций: цифровых телефонов (текст, аудио, видео), Интернета (веб-страницы, почта, блоги, RSS и т.п.) – и новых медиа: Интернет-СМИ, цифровой речи, персонифицированного контента» [8, с. 15]. Поэтому практический компонент в обучении – лучшая возможность для студентов разобраться в современных тенденциях журналистики, технологиях передачи информации.

Проходя практику на университетском ТВ, студенты-журналисты могут в полной мере проявить свои творческие способности. Они сами пишут тексты к своим сюжетам, учатся начитывать их в программе *SoundForge*, монтируют в программе *Edius* и подписывают титры в *AdobePhotoshop*. Каждый имеет возможность попробовать себя в качестве ведущего новостной программы: научиться работать с суфлером, взаимодействовать со своим партнером в кадре. На «Универ-ТВ» в Тверском государственном университете и в других вузах ведущие новостной программы пишут текст вместе с главным редактором (профессиональным журналистом) и выпускающим редактором выпуска, который назначается каждую неделю из числа студентов. Студенты должны научиться правильно писать подводки (текст для ведущих), способные привлечь и удержать внимание зрителей. Студенты во время практики учатся создавать свой собственный имидж корреспондента и ведущего.

Обучение тележурналистов проходит в максимально приближенных к настоящему телеканалу условиях. Студент обязательно за несколько дней до съемок отправляет главному редактору сценарную заявку, в которой коротко излагается тема и идея сюжета. Затем автор выезжает на съемки, объясняет задачу оператору, а возвратившись со съемок, пишет текст, заверяет у главного редактора и только

потом приступает к записи закадрового текста и монтажу. Каждую неделю на планерках, на которые собираются студенты-тележурналисты 1–4 курсов бакалавриата и 1–2 курсов магистратуры, проходит просмотр новостного выпуска (например, на «Универ-ТВ» в ТвГУ это программа «Университетский хронограф»), обсуждение «профессиональных» плюсов и минусов в сюжетах, выбирается выпускающий редактор и ведущие из числа студентов на следующий выпуск, обсуждаются темы для новых творческих работ.

Вузовское телевидение, по мнению исследователей А.А. Глушкова и Н.А. Циулиной, «обязано следовать той социальной миссии, которую ставит перед собой университет как научно-образовательное учреждение – культурный и интеллектуальный центр, деятельность которого направлена на приращение знаний и опыта, обеспечивающих социально-экономический рост России за счёт подготовки высококлассных специалистов с креативным мышлением <...>. Работа университетского телевидения является частью комплекса естественно-научных, технических, гуманитарных, фундаментальных и прикладных исследований, разработки и продвижения нововведений в науку, учебный процесс и производство» [2, с. 129]. Студент должен экспериментировать, искать новые формы подачи информации, исследовать реакцию аудитории на тот или иной журналистский продукт, учиться грамотно налаживать обратную связь с аудиторией и сохранять в своих творческих работах гуманистическое начало. Эти принципы отличают университетское телевидение от многих СМИ, направленных прежде всего на коммерческую выгоду. Университетское ТВ учит создавать информационный продукт, который способен консолидировать своих сотрудников и свою аудиторию за счет доступного, понятного изложения материала, потому что «университеты призваны стать своего рода механизмами, которые отбирают, перерабатывают и адаптируют поступающие отовсюду знания к местным условиям» [6, с. 34].

Таким образом, корпоративное СМИ предоставляет будущим тележурналистам возможность изучить функционирование аналога региональной телевизионной редакции в стенах собственного университета, начиная уже с 1 курса. Предметы специализации, входящие в учебный план подготовки, с открытием вузовской телекомпании ориентированы на сочетание в обучении теории и практики. Сначала студентам объясняют теорию создания информационного сюжета. Факультативно с 1 курса проводятся занятия по операторскому мастерству и основам монтажа. После ознакомления с теоретическими основами первокурсники допускаются к практической работе над информационными сюжетами. Начиная со 2 курса, учащиеся имеют возможность экспериментировать с более сложными жанровыми формами [3]. К таковым относится документальный фильм – авторское видение и осмысление материала. Интерес к документальному кино обусловлен его жанровой природой, которая предполагает, по утверждению С.В. Дробашенко, «неотделимость от воспринимающей среды, от той реальности, на которую он опирается и которую воспроизводит» [1, с. 154].

Для авторов документальных фильмов на учебном телевидении принципиально значимой оказывается осмысление и подача материала с позиций университетского сообщества. Кроме того, в настоящее время все больший интерес вызывает жанр видеолекции, так как в задачи университетского телевидения входит популяризация науки, научных идей и ученых. Так, Ю.В. Чемякин в качестве одной из основных функций называет «образовательно-просветительскую» [7, с. 133]. Для студентов различных форм обучения важно просматривать лекции преподавателей

в качестве прикладного материала. Учебные программы университетского телевидения, такие как студенческие новости, документальные фильмы, телелекции, в настоящее время имеют тенденцию быть востребованными широкой аудиторией [4].

Необходимость внедрения в образовательный процесс университетского телевидения как элемента журналистского образования обусловлена несколькими факторами, в частности, появлением новых технологий и каналов коммуникаций, как следствие, необходимостью овладевать новыми возможностями оперативной подачи информации еще во время обучения. Последующая работа в СМИ рассматривается при этом не как возможность обучиться профессии на месте, а как возможность закрепить полученные ранее (во время обучения) знания и практический опыт. Иными словами, темпы работы редакции зачастую не позволяют тратить время на практическое обучение выпускника. Работодатель заинтересован в приеме на работу специалиста с практическим опытом и знанием современных технологий, таких как распространение информационного продукта, взаимодействие с потенциальными ньюсмейкерами посредством интернета и др. Корпоративное университетское телевидение выступает как модель ТВ-редакции и позволяет студенту на практике рассмотреть процессы, происходящие во время совместной работы редакционного коллектива. Таким образом, на наш взгляд, универ-ТВ способно практически полностью заменить практику на региональном телеканале, предоставив студенту большие возможности создать собственный информационный продукт и выпустить его в эфир, при этом имея возможность практически в любое время получить консультацию профессионального главного редактора.

Уже во время обучения в вузе будущий журналист имеет возможность приобрести опыт работы в рамках конвергентной редакции, изучить особенности конвергентной журналистики. В настоящее время признаками такой организации своей работы обладает большинство корпоративных СМИ. По Л. П. Шестёркиной, конвергентная журналистика – «особый вид профессиональной деятельности по производству системы журналистских материалов, созданных в условиях конвергенции СМИ, объединенных на медиарынке сетевыми технологиями и услугами и предназначенных для передачи их по различным каналам связи (Интернет, мобильная связь, телевидение, радиовещание, информационные агентства)» [8, с. 3]. А конвергентная редакция – «производственно-творческая структура, производящая медиапродукт для нескольких видов СМИ, часто входящих в состав одного медиаобъединения (Интернет, радио, телевидение, печатные СМИ), в котором осуществляется обмен информацией, анонсами, ссылками на материалы, рекламными площадями» [Там же, с. 4]. Различные каналы связи взаимодействуют, поддерживают и продвигают друг друга, обмениваясь информацией, анонсами, журналистскими материалами, а также ссылками на материалы (для конвергентных ресурсов характерна гипертекстовость).

В настоящее время подготовка журналистов должна учитывать необходимость владения корреспондентом технологией сбора, обработки информации, различных каналов ее передачи. Изучение законов функционирования конвергентной редакции является одним из важных аспектов журналистского образования. Как мы уже отмечали, студенты обучаются не только мастерству тележурналиста, но и другим смежным телевизионным профессиям – оператора, звукорежиссера, монтажера, редактора. Учатся не только вести себя перед камерой, но и работать за кадром, грамотно писать текст, чтобы он соответствовал визуальному ряду.

Университетское телевидение, имеющее материально-технические ресурсы, а также педагогов-профессионалов, способно дать студентам знания не только

для работы в качестве корреспондентов и телеведущих, но и в качестве сценаристов, звукорежиссеров, операторов, монтажеров, продюсеров, креативных директоров, PR-менеджеров, руководителей интернет-порталов, специалистов по IT-технологиям. Так, например, создавая информационные сюжеты для новостной программы, корреспонденты «Универ-ТВ» одновременно могут сотрудничать с управлением по связям с общественностью вуза: делать ролики для показа на мониторах, установленных в корпусах вуза, писать статьи в университетскую газету (возможно на ту же тему, что и новостные сюжеты). Так, в ТвГУ некоторые студенты, подготавливая программу «Университетский хронограф», одновременно пишут статьи в газету «Вестник ТвГУ», а в вузовской газете, в свою очередь, размещается программа «Универ-ТВ» – сведения о том, где и во сколько можно посмотреть выпуски. Аналогично взаимодействуют части медиакомплекса и в других российских вузах. «Освоение специальности работника конвергентной медиасферы является тем перспективным направлением развития журналистики, на котором в самое ближайшее время могут быть сконцентрированы усилия самых разных субъектов образовательной деятельности в информационной сфере. При этом необходимо сохранение традиционно высокого уровня общегуманитарной подготовки журналистов в сочетании с активным и интенсивным освоением обучающимися практических профильных дисциплин, реализацией программ прохождения производственных практик» [Там же, с. 25].

Говоря о корпоративном вузовском медийном ресурсе и его роли в подготовке журналистских кадров, нельзя не упомянуть еще один немаловажный аспект – знакомство начинающих корреспондентов с профессиональной этикой. Профессиональная этика журналиста – принципы морали, регулирующие профессиональную деятельность в сфере СМИ, не оформлены юридически, но хорошо известны в профессиональном сообществе. Следование данным принципам контролируется прежде всего общественным мнением. Обучение стандартам профессионального поведения в журналистике входит в учебную функцию университетского телевидения. Будущий журналист должен научиться принимать решения, руководствуясь моральными установками, заложенными во время профессионального обучения. Работая на корпоративном телевидении, журналист также руководствуется нормативными документами. Курс «Профессиональная этика журналиста» предусмотрен государственным образовательным стандартом и читается студентам вне зависимости от выбранной специализации (печать, ТВ, а в некоторых вузах радио). Рассмотрим примеры обучения профессиональной этике журналиста на корпоративном университетском телевидении:

Пример 1. Необходимо снять анонс какого-либо ежегодного мероприятия (например, поэтического конкурса «Неоновая муза», ежегодно проходящего в ТвГУ). В силу того, что ожидаемое событие еще не произошло, видеоматериала недостаточно, но есть синхроны (интервью) с организаторами. Учащийся задается вопросом: что делать журналисту в случае нехватки видеоряда? Можно использовать прошлогодние съемки. Однако корреспондент должен знать, что обязательно нужно упоминать, к какому времени относятся эти съемки. В противном случае журналист обманет свою аудиторию посредством так называемого манипулятивного монтажа, когда видеоматериал, снятый несколько лет назад, выдается за новый.

Пример 2. Студент снимает портретный сюжет. Ему приходится брать у героя своего материала интервью. Когда гость приходит в студию, журналист должен быть подготовлен. Учебный курс «Методика интервью» дает возможность овладеть одним из самых распространенных методов получения информации. Первые проб-

ные интервью на различные актуальные темы студент берет у своих товарищей (интервью записывается на камеру, затем всей группой просматривается, отмечаются сильные и слабые стороны). Затем учащийся приглашает для учебного интервью преподавателей своего факультета, а также «постороннего» человека, не имеющего отношения к вузу. Эти интервью также записываются на камеру и разбираются на семинарах. В ходе учебного интервью студент должен научиться внимательно слушать собеседника, постоянно поддерживать с ним контакт, задавать четко сформулированные вопросы, не давать собеседнику уходить от темы интервью. При этом журналист должен учитывать, что собеседник имеет право не отвечать на вопросы, которые покажутся ему некорректными.

В ходе практики на корпоративном ТВ студент-журналист учится соблюдать определенные правила эффективного общения, которые помогут ему установить и сохранять контакт с ньюсмейкером для получения объективной информации. Имеется в виду соблюдение норм речевого этикета; соответствие внешнего вида обстоятельствам; контроль над содержанием собственной речи; употребление конкретных слов, а не абстрактных понятий; демонстрация доброжелательности, умения выслушать; учет фактор адресата (особенности восприятия, возраст собеседника и т. д.).

Журналист является составной частью редакции. Поэтому задача университетского ТВ научить студента выстраивать отношения с редакционным коллективом: регулярно посещать планерки, на которых обсуждается концепция выпускаемых в эфир программ; не использовать в своих сюжетах материал других корреспондентов без полученного разрешения; быть готовым заменить корреспондента на назначенных съемках, если по объективным причинам он не сможет присутствовать на них сам.

Университетское телевидение ставит своей задачей помочь будущим журналистам освоить свои профессиональные обязанности, чтобы зритель получал нужную достоверную информацию, не смешанную с «информационными шумами». Функционирование вузовского корпоративного медиаресурса, как и любого другого типа СМИ, подчиняется определенным нормам и правилам. Журналист должен стремиться к максимальной объективности, даже описывая положительное явление, не приписывать ему тех свойств, которым оно не обладает. Однако это не значит, что корреспондент корпоративного СМИ вовсе не может делать проблемные материалы (например, борьба с распространением наркотиков среди молодежи, помощь детям из интерната и др.) [5]. Практикуясь на вузовском телевидении, студент не только получает необходимые знания, но и может создать собственное портфолио, чтобы предъявлять на собеседовании при устройстве на работу. Таким образом, корпоративное телевидение дает возможность журналисту начать свой творческий профессиональный путь уже в студенчестве.

Список литературы

1. Дробашенко С. В. Феномен достоверности. М.: Высшая школа, 1997. 380 с.
2. Глушков А. А., Циулина И. А. Специфика содержательной модели вузовской газеты «Технополис» (Южно-Уральский государственный университет, Челябинск) // Корпоративные массмедиа (генезис, функционирование, трансформации): матер. науч.-практ. семинара «Современная печать в контексте коммуникативных процессов (корпоративные массмедиа)». СПб.: СПбГУ, 2010. С. 126–132.
3. Канал «ЮУрГУ-ТВ» на YouTube [Электронный ресурс]. URL: <http://www.youtube.com/channel/UCHPVBbFncaClur8t3O4RmxHA?feature=watch>. (Дата обращения: 08.04.2017.)

4. Носкова Т. Н. От учебных телепередач к современным информационным технологиям в образовании [Электронный ресурс] // Информационно-коммуникационные технологии в образовании. URL: <http://www.ict.edu.ru/ft/004292/sec1.pdf>. (Дата обращения: 08.04.2017.)
5. Официальный сайт Тверского государственного университета (раздел Универ-ТВ) [Электронный ресурс]. URL: <http://university.tversu.ru/tv/>. (Дата обращения: 08.04.2017.)
6. Саппак В. С. Телевидение и мы: Четыре беседы. М.: Искусство, 1988. 375 с.
7. Чемякин Ю. В. Вузовские издания как тип корпоративных СМИ // Корпоративные массмедиа (генезис, функционирование, трансформации): матер. науч.-практ. семинара «Современная печать в контексте коммуникативных процессов (корпоративные массмедиа)». СПб.: СПбГУ, 2010. С. 132–137.
8. Шестёркина Л. П. Педагогическое управление журналистским образованием в вузе. Челябинск: РЕКПОЛ, 2012. 196 с.

THE ROLE OF THE UNIVERSITY TELEVISION IN THE TEACHING OF JOURNALISTIC SKILLS

A. S. Kupriyanova

Tver State University
the Department of Journalism, Advertising and Public Relations

In this article we examine the most important functions of the University of television as an instrument of theoretical and practical training of students journalistic skills on the example of the University television studios regional universities. We will also consider the question of whether the practice for the University-TV can become a full alternative to the practice of regional TV channels.

Keywords: *university, news program, news story, TV reporter, TV-channel, university television, university television studio, the function.*

Об авторе:

КУПРИЯНОВА Александрия Сергеевна – аспирант кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью Тверского государственного университета (170100, Тверь, ул. Желябова, 33), e-mail: alkup1992@mail.ru.

About author:

KUPRIYANOVA Aleksandriya Sergeevna – Postgraduate Student at the Department of Journalism, Advertising and Public Relations, Tver State University (170100, Tver, Zhelyabov str., 33), e-mail: alkup1992@mail.ru.