

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

С. А. ГОВЕРДОВСКАЯ-ПРИВЕЗЕНЦЕВА

УНИВЕРСИТЕТСКОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПРОГРАММЫ

Учебное пособие



Владимир 2015

УДК 378:654.197
ББК 74.484.7+76.032
Г57

Рецензенты:

Доктор филологических наук, профессор
зав. кафедрой журналистики, рекламы и связей с общественностью
Тверского государственного университета
Е. Н. Брызгалова

Кандидат философских наук
заместитель директора Гуманитарного института
Владимирского государственного университета
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых
Н. М. Маркова

Печатается по решению редакционно-издательского совета ВлГУ

Говердовская-Привезенцева, С. А. Университетское теле-
Г57 видение. Информационные программы : учеб. пособие / С. А. Го-
вердовская-Привезенцева ; Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Сто-
летовых. – Владимир : Изд-во ВлГУ, 2015. – 74 с.
ISBN 978-5-9984-0574-7

Описан практический опыт кафедры «Журналистика, реклама и связи с общественностью» в разработке оптимальной практико-ориентированной модели журналистского образования на базе университетского телевидения Владимирского государственного университета. Предложены опробованные методики работы над информационными программами, рассмотрен комплекс вопросов, связанных с обучением будущих тележурналистов.

Предназначено для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению «Журналистика», и преподавателей, занимающихся вопросами практического журналистского образования.

Рекомендовано для формирования профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС 3-го поколения.

Ил. 1. Табл. 3. Библиогр.: 36 назв.

УДК 378:654.197
ББК 74.484.7+76.032

ISBN 978-5-9984-0574-7

© ВлГУ, 2015

ВВЕДЕНИЕ

Миссия университетского телевидения согласуется с миссией конкретного высшего учебного заведения и одновременно отвечает миссии вузовского образования в целом.

Университетское телевидение – это особый вид корпоративных СМИ, претендующий на собственный медиасегмент, способный выйти за пределы корпоративной замкнутости, рассматривается как информационный повод и источник информации для СМИ. Привлекает внимание СМИ и продукция вузовского телевидения, его творческий потенциал, конкурентоспособность по отношению к другим СМИ. Формируется положительный имидж высшего учебного заведения, которое самим фактом существования корпоративного телевидения заявляет о своем имиджевом превосходстве по отношению к конкурентам.

Информационные программы университетского ТВ – это основной вид телевизионной продукции. Создателями и авторами информационных программ являются творческие коллективы студентов, работа которых направляется преподавателями и специалистами в области техники и технологии телевидения.

Университетское телевидение Владимирского госуниверситета разрабатывает собственную оптимально продуктивную модель журналистского образования. Работа студентов на университетском телевидении включена в учебные планы, что способствует как профессиональному становлению будущих журналистов, так и профессионализации университетского телевидения.

Концепция университетского телевидения, сформированная во Владимирском государственном университете, предполагает апелляцию к широкой аудитории, большое разнообразие тем для информационно-аналитических программ. Особое значение получают творческие проекты, которые позволяют, не нарушая требований корпоративной этики, выйти за пределы собственно университетского телевидения и заявить о собственном творческом проекте. Университет-

ское телевидение постепенно начинает восприниматься его создателями и потребителями его продукции как особое явление массмедиа, как профессиональное сообщество, которое способствует максимальному раскрытию творческого потенциала молодых кадров.

Основные цели работы университетского телевидения:

- практическое обучение студентов журналистской профессии;
- расширение информационной обеспеченности образовательного, научного и воспитательного процессов;
- сотрудничество с региональными и городскими электронными СМИ с целью привлечения их к реализации социально значимых студенческих и преподавательских проектов;
- реализация творческих инициатив студентов и сотрудников, способствующих повышению имиджа университета;
- освещение жизни университета в пространстве регионального и российского масштабов;
- привлечение студентов к освещению университетской и городской жизни.

На Универ-ТВ возлагаются следующие задачи:

- обучение студентов технологии производства телепрограмм;
- создание и распространение фильмов и прочей видеопродукции, предназначенной для студентов и сотрудников университета, а также для абитуриентов, общественности области и всех потребителей, заинтересованных в подобных телепрограммах;
- производство учебных, профориентационных, презентационных фильмов и рекламных роликов;
- участие в работе формирующегося межвузовского интернет-телевидения;
- активное сотрудничество с Универ-ТВ других вузов России, специализирующихся на подготовке журналистских кадров.

Глава 1

УНИВЕРСИТЕТСКОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ В РОССИИ

1.1. История университетского телевидения в СССР и России

Университетское сообщество еще в начале XX века не только мечтало иметь свое собственное телевидение как одно из самых передовых средств массовой коммуникации, но и реально приближало это время, проводя в научно-исследовательских и учебных лабораториях отечественных технических институтов опыты по созданию одного из главных открытий XX века. Достаточно вспомнить, что признанные всем миром «родители» современного электронного телевидения Борис Розинг и Владимир Зворыкин начинали свои опыты в стенах Петербургского технологического института. Там же, в 1907 году, состоялись и первые сеансы телевидения.

В дальнейшем основные исследования велись в Москве, Ленинграде и Сибири. В 1930-е годы разработками первых систем телевидения активно занимались в Томском физико-техническом институте. 10 сентября 1933 года Василий Григорьевич Денисов, руководитель первой радиовизорной лаборатории этого вуза, одним из первых в стране осуществил процесс передачи и приема изображения на оборудовании механического телевидения, изготовленном в институте. Такие же опытные передачи были осуществлены в Новосибирске по оптико-механической системе.

Университетское телевидение в России не только использовало соответствующие технико-технологические методики, но и способствовало их развитию. При этом университетское телевидение ставило перед собой вполне прагматические цели и задачи, которые отвечали интересам образовательного и воспитательного процессов. С самого начала своей деятельности университетское телевидение рассматривалось его создателями как весьма престижное явление не только для вуза, но и для региона, для страны в целом.

Деление истории университетского телевидения на периоды должно быть признано условным в силу того, что каждый из выделенных этапов можно разделить, в соответствии с их содержанием, на несколько дополнительных. Однако мы сознательно ограничиваем

периодизацию именно тремя периодами в соответствии с общепринятым в теоретической науке о журналистике представлением о ценностных доминантах.

1. 1952-й – 1970-е годы. Период активного участия высших учебных заведений в развитии передовых технологий телевидения, а также создания учебного кино на базе университетского телевидения.

Следует отметить, что учебные телецентры Томского политехнического института, Новосибирского электротехнического института связи, Ленинградского электротехнического института связи стали проводниками новых технологий телевизионного вещания. Эти учебные заведения оказали непосредственную помощь в организации регионального телевидения.

В 1957 году в Новосибирске готовились к открытию местного телевидения, но «за несколько месяцев до сдачи телецентра, в эфир вышел новосибирский электротехнический институт связи. Два передатчика поставили прямо на крыше института. Первый – мощностью 1 кВт транслировал картинку, второй, 250-ваттный, транслировал звук. Первая передача, которую вела лаборантка института Майя Чайка, продолжалась совсем недолго. Студенческий ансамбль исполнил песню «Наша дорожная», затем Неля Панкевич исполнила мексиканскую песню «Не обижай меня» и две песни из «Карнавальной ночи». Завершилось все русской народной «Вдоль по Питерской». Вот так началась эра новосибирского телевидения», – информацию по материалам архива на официальном сайте СибГУТИ дает начальник ОВР Н.А. Шушарин.

В указанный период развития для имиджевой функции телевидения характерно позиционирование университетского телевидения в качестве научного центра, где разрабатываются и внедряются передовые научные технологии.

Важным содержательно-методическим аспектом развития вузовского телевидения стало создание научно-популярного, а также учебного кино¹. В частности, Северо-Западный государственный заочный технический университет совместно с Ленинградской студией телевидения сделали первый совместный проект в области образова-

¹ Черепинский И. С. Учебное кино: история становления, современное состояние, тенденции развития дидактических связей. Воронеж : Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1989. 168 с.

ния – были начаты передачи систематических циклов телевизионных лекций по общенаучным и общетехническим дисциплинам. Кафедра высшей математики вуза была первой в СССР, начавшей применять телевидение для обучения высшей математике студентов-заочников.

В 1965 году создано учебное телевидение в Ленинградском государственном педагогическом институте им. А.И. Герцена. За 30 лет, с 1965 по 1993 год, преподавателями и сотрудниками педагогического института было создано более 3000 телепередач практически по всем школьным предметам, образовательные тележурналы для родителей школьников, циклы, направленные на повышение квалификации учителей².

В 1967 году телевидение появилось в Уральском политехническом институте, в 1968 – в Новосибирском политехническом институте. В 1970 году в Тюменском индустриальном институте (ныне – Тюменский государственный нефтегазовый университет) из собственного телецентра начались передачи в эфир для студентов-заочников³.

В 1980 году на международной выставке в Москве «Телекинемеханика – 80» за экспонат «Малая замкнутая система учебного телевидения» Тюменскому индустриальному институту был вручен диплом торгово-промышленной палаты СССР⁴.

Таким образом, можно утверждать, что первый этап развития университетского телевидения проходил на базах технических институтов. Учебное телевидение стало составной частью системы средств обучения. Шла разработка комплексного решения вопросов взаимодействия преподавателя и студенческой аудитории. Учебное телевидение финансировалось государством. Существовали не только методические, но и строгие творческие критерии создания лекционных программ.

Опыт «большого телевидения» (заранее написанный и заверенный сценарий, тракт, т.е. репетиция перед каждой студийной записью) был обязателен для университетских телестудий. Каждый кадр

² Информационно-коммуникационные технологии в образовании. URL: <http://www.ict.edu.ru/ft/004292/sec1.pdf> (дата обращения: 15.07.2014).

³ История ТИИ – ТюмГНГУ. URL: <http://www.tsogu.ru/university/history/> (дата обращения: 15.07.2014).

⁴ Там же.

лекции создатели выстраивали с учётом природы телевизионного искусства. В обозначенный период за университетским телевидением закрепляется такая принципиально значимая имиджевая функция, как способность заявить о научном потенциале университета.

2. 1980 – 1990-й годы. Период формирования собственно вузовского телевидения, становления технологий создания телевизионных передач, созданных на его базе.

В 1974 году в Ростовском институте народного хозяйства «была запущена собственная замкнутая система учебного телевидения с возможностью вещания из центральной учебной студии»⁵.

В 1979 году появилась лаборатория учебного телевидения и аудиовизуальных средств обучения в Новгородском политехническом институте, которая и в настоящее время продолжает внедрять технические средства в учебный процесс⁶.

В 1981 году была создана лаборатория учебного телевидения в Ульяновском государственном техническом университете, в 1983 году в Челябинском государственном университете начала функционировать телестудия «Виразж».

В 1984 году в Летно-исследовательском институте им. М.М. Громова (г. Жуковский, Московской области) сформировали отдел видеосопровождения, сотрудники которого сняли уникальные кадры посадки «Бурана» из кабины самолёта МиГ-25, пилотируемого Магомедом Толбоевым⁷.

В 1989 году в Магнитогорском государственном педагогическом институте «была создана лаборатория учебного телевидения (видеоцентр). В основные задачи лаборатории входила съёмка общевузовских мероприятий и обеспечение учебного процесса видеоматериалами»⁸.

В обозначенный период вузы по-прежнему получают «списанное» телевизионное оборудование, которого для работы телевидения было недостаточно. Поэтому, создавая учебное ТВ в Ульяновском политехническом институте (ныне – Ульяновский государственный

⁵ Черепинский И. С. Указ. соч..

⁶ Лаборатория учебного телевидения и аудиовизуальных средств обучения. URL: <http://www.novsu.ru/dept/1140/> (дата обращения: 15.07.2014).

⁷ Студия «Крылья России». URL: <http://wingstv.ru/about.html> (дата обращения: 15.07.2014).

⁸ Черепинский И. С. Указ. соч.

технический университет), организаторы решили придерживаться концепции «средней учебной замкнутой телевизионной системы (УЗТС), содержащей в своем составе несколько телевизионных аудиторий в совокупности с соответствующим аппаратным помещением»⁹.

В 1981 году в Ленинградском педагогическом институте имени А.И. Герцена был создан ограниченный вариант системы кабельного телевидения, велись трансляции эфирных телепередач на лекционные занятия. С 1982 года на кафедре технических средств обучения появилась лаборатория учебного телевидения¹⁰.

Несмотря на то, что многие вузы демонстрировали не только профессиональную заинтересованность, но и большие технологические возможности, в силу сложившихся идеологических и экономических условий ни один из них не имел соответствующей материальной базы. Формально советское правительство пыталось поддержать учебное телевидение на уровне принимаемых постановлений¹¹. Однако на практике ни одно из положений данных документов не было реализовано.

В то же время следует отметить, что существенные недостатки материально-технического обеспечения работы университетского телевидения не сказались на формировании такой его имиджевой функции, как позиционирование научно-методических возможностей вуза в процессе обучения.

3. 1990-й год – по настоящее время. Данный период характеризуется активным, хотя и неравномерным развитием университетского телевидения. Во многих вузах появляются свои телестудии: стала более доступной телевизионная техника, появился опыт работы частных телекомпаний.

Можно утверждать, что уже в начале 2000-х годов вузовское телевидение постепенно отказывается от прикладной функции провод-

⁹ Николаенко В. А., Николаенко М. Я., Тетнев Г. С. История создания учебного телевидения УлГТУ. Ульяновск : УлГТУ, 2001. С. 8 – 10.

¹⁰ Информационно-коммуникационные технологии в образовании. URL: <http://www.ict.edu.ru/ft/004292/sec1.pdf> (дата обращения: 15.07.2014).

¹¹ Библиотека нормативно-правовых актов Союза Советских Социалистических Республик. Министерство высшего и среднего специального образования СССР. Приказ от 31 марта 1987 г. № 249. URL: http://www.libussr.ru/doc_ussr/usr_13885.htm (дата обращения: 15.07.2014).

ника и разработчика новых технологий или популяризатора определённых телевизионных жанров. Оно перестаёт быть «придатком» методического оснащения учебного процесса, но начинает заявлять о себе как перспективном медиаресурсе.

Для дальнейшего развития телевидения в 1990-е годы нужны были новые концептуальные решения. Сама система, достаточно закрытая и консервативная, была оторвана от реалий социальной жизни. Она не могла так быстро, как другие социальные институты, реагировать на процессы, происходившие в обществе. В 1990-е годы, после известного Указа Президента СССР М.С. Горбачева «О демократизации и развитии телевидения и радиовещания в СССР» от 14 июля 1990 года, происходит «демонтаж и демонополизация государственного электронного вещания и стихийное формирование рынка электронных СМИ в условиях нового информационного пространства»¹². Телевидение становится одним из видов бизнеса – «с инвестиционными перспективами, технологическими прорывами и неплохими экономическими выгодами»¹³. Однако попытки организации университетского ТВ в это время нельзя охарактеризовать как продуктивные. Происходил бурный рост частных телекомпаний, создающих новый коммерческий видеопродукт. Университеты, сумевшие в то время создать свои телекомпании, по-прежнему не имели концептуального плана развития.

Исключением стал лишь отдел видеосопровождения в Летно-исследовательском институте им. М.М. Громова (г. Жуковский, Московская область). Уже за пределами вуза, начиная с 1990-х годов, он создает качественный телевизионный продукт. «Сегодня студия «Крылья России» – это высокопрофессиональный коллектив, состоящий из творческих работников, историков, инженеров. Оснащённая современным оборудованием, студия способна решать самые различные творческие и технические задачи»¹⁴.

К концу 1990-х годов, в период относительной социально-экономической стабильности, университетские телекомпании так и не смогли реализовать идею университетского ТВ как некой концепции. Так, в Новгородском политехническом институте телевидение появи-

¹² Ворошилов В. В. Журналистика. СПб. : Изд-во Михайлов В. А., 2004. 700 с.

¹³ Там же.

¹⁴ Студия «Крылья России» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.wingstv.ru/about.html> (дата обращения: 15.10.2014).

лось еще в 1970-е годы, однако университет не сумел выстроить соответствующей концепции, в результате чего идея университетского телевидения в этом вузе не оправдала себя.

В 1997 году появилась телестудия в Ставропольском государственном университете, в 2002 году – студенческое телевидение в Уральской Горной академии.

В 2004 году создана молодежная университетская телекомпания на базе Южно-Уральского государственного университета в Челябинске. Это первая в России университетская телерадиокомпания, которая работает 24 часа в эфире, по кабельным сетям и в Интернете. В 2011 году разработан проект внедрения на базе телерадиокомпании ЮУрГУ-ТВ современной медиаструктуры по производству мультимедийных информационных материалов для всех видов СМИ; для проведения научных исследований в области актуальных направлений журналистики, филологии, рекламы, связей с общественностью; для подготовки журналистов.

В 2004 году при факультете лингвистики и журналистики начала работать лаборатория учебного телевидения в Ростовском государственном экономическом университете, первые сюжеты стали снимать в Вятском государственном университете.

В 2005 году в Сибирском государственном университете телекоммуникаций и информатики вышла в эфир телевизионная передача студенческого телевидения современного образца.

В 2006 году телевизионные студии появились в Московском государственном техническом университете имени Н.Э. Баумана, в Тольяттинском государственном университете.

В 2007 году начали работу учебный центр телевидения и радио на базе лаборатории электронных СМИ Института филологии и журналистики Саратовского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского, телевизионная студия в Тамбовском государственном университете имени Г.Р. Державина и телевизионный вещательный центр в рамках проекта инновационной образовательной программы – в Томском государственном университете.

В 2008 году появилось университетское телевидение на кафедре журналистики Владимирского государственного университета, в Елецком государственном университете имени И.А. Бунина, в Ульяновском государственном техническом университете. В Ижевском государственном техническом университете имени М.Т. Калашнико-

ва стали выкладывать информационные сюжеты о жизни университета в YouTube.

В 2009 году начало свое вещание университетское ТВ в Саратовском государственном медицинском университете имени В.И. Разумовского, в Саратовском государственном техническом университете имени Ю.А. Гагарина, в Сибирском федеральном университете, в Волгоградском государственном университете.

В 2010 году Универ-ТВ появилось в Казанском (Приволжском) федеральном университете, в Тюменском государственном университете.

В 2011 году в эфир вышла первая телевизионная студенческая программа Амурского государственного университета.

В 2012 году появилась телестудия на кафедре журналистики и современной русской литературы Тверского государственного университета.

В настоящее время в России функционирует уже не менее 50 университетских телекомпаний, работающих в разных форматах.

Развитию университетского телевидения как особого явления медиакоммуникаций «способствует множество факторов: стремительная диверсификация каналов вещания (кабельные, спутниковые, мобильные, IP-сети, Интернет, цифровое эфирное вещание); увеличение спроса на профессионально подготовленный «местный» контент, особенно, со стороны локальных сетей и каналов; тенденция «визуализации» все большего объема образовательной, экономической, политической информации»¹⁵.

У современных университетов изменилась мотивация для становления (поднятие престижа вуза) и источники финансирования. Так, в Российском государственном педагогическом университете имени А.И. Герцена в 2005 году был создан Институт информационных технологий, в котором на гранты РГГУ были созданы мультимедиапрограммы, электронные учебники, сетевые ресурсы, дистанционные курсы. Огромный к тому времени аналоговый архив видеоматериалов переводится в цифровой формат. Таким образом, решается проблема согласования традиций и инноваций в образовании. К началу XXI века «...университетские корпорации не только стремятся не

¹⁵ «Зачётное ТВ»: три вида телестудий для учебного заведения [Электронный ресурс]. URL: <http://www.matrixeng.ru/librari/articles/element.php?> (дата обращения: 12.02.2014).

отставать от крупных компаний, владеющих собственными телецентрами, но даже зачастую опережают их по техническому и содержательному уровню»¹⁶.

К 2010-м годам стало очевидным, что для создания университетского телевидения важно не только иметь телевизионное оборудование, но и выстроить концепцию телевидения, занять определённую нишу на информационном поле в период цифровой революции; участвовать в важных коллаборационных действиях; способствовать созданию «бренда университета» (одного из новых критериев оценки вуза).

1.2. Университетское телевидение ВлГУ

Собственный телевизионный комплекс появился во Владимирском государственном университете в 2008 году в рамках национального проекта «Образование». В составе комплекса: аппаратно-студийный блок, павильон, монтажные аппаратные, пресс-центр, оснащённые современным телевизионным оборудованием.

В 2008 году телекомпания «Русь» стала партнером кафедры журналистики, в результате чего мощности телевидения были увеличены вдвое. Профессионалы с большим опытом работы – редактор, оператор, монтажер, программист, продюсер – были привлечены к процессу формирования и работы университетского телевидения.

Структуру и штатную численность Центра средств массовых коммуникаций (рисунок) утверждает ректор ВлГУ, исходя из конкретных условий и особенностей деятельности.

Директор Центра средств массовых коммуникаций			
Сотрудники Центра средств массовых коммуникаций			
Редактор	Оператор	Монтажёр	Инженер

Структура Центра средств массовых коммуникаций

Директор Центра средств массовых коммуникаций руководит службой и несет персональную ответственность за выполнение стоя-

¹⁶ Сидорова Т. И. Университетское телевидение как инструмент формирования корпоративной культуры вуза : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. Екатеринбург : УрГУ, 2011. 25 с.

щих перед Универ-ТВ задач: организационных, технических и коммерческих.

Редактор проводит вместе с преподавателем курса «Практикум – работа в конвергентной редакции» еженедельные летучки 1 – 4-го курсов, руководит записью телевизионных программ, ведет редакторскую документацию.

Оператор занимается обучением студентов операторскому делу, снимает материалы особой важности, коммерческие материалы, отдельные творческие проекты, занимается организацией съемочного процесса студентов (организацией выездов и постановочных съемок).

Монтажёр занимается обучением студентов нелинейному и линейному монтажу, ответственен за выход информационной программы, за прочий творческий контент, создаваемый на университетском телевидении.

Инженер отвечает за работу компьютерного оборудования, занимается технической подготовкой материалов к эфиру.

Для системного включения работы Универ-ТВ в образовательный процесс был изменён учебный план: предметы специального цикла переориентированы на теоретико-практическое сотрудничество с телевидением, начиная с первого семестра. Студенты, находящиеся на разных этапах обучения профессиональным навыкам, были соответствующим образом дифференцированы.

Первый этап обучения – научиться работать в информационных жанрах, затем – постичь другие форматы, например документалистику, постановочные, творческие проекты. Работа Универ-ТВ стала законченным технологическим процессом: точно обозначено время выхода в эфир, упорядочены все этапы работы, производится разнообразная по содержанию и жанрам качественная телевизионная продукция.

Распорядок работы университетского телевидения

Университетское телевидение, как и все другие телекомпании мира, – это, прежде всего, четко очерченный набор технологических этапов создания телевизионной продукции. Мы попытались уложить все этапы в рабочие дни учебной недели.

Понедельник. В этот день проводится общая летучка, на которой присутствуют все студенты, занятые в телевизионном производ-

стве информационной программы «Стрела времени». На повестке дня: обсуждение программы, вышедшей в эфир; планирование выпусков (как ближайших, так и перспективных); обсуждение тематики сюжетов. На летучке назначается редактор предстоящего выпуска, оператор, работающий в студии на съемках подводок ведущих, ответственный за работу суфлёра, а также студент, выполняющий задачи стилиста, также согласовываются ведущие (прил. 1).

Понедельник, вторник, среда, четверг. Во все рабочие дни недели, согласно расписанию, съемочные группы выезжают на съемки. После съемочного процесса следуют все необходимые дальнейшие технологические этапы: материал с видеокассеты скачивается в компьютер, автор просматривает видео и расшифровывает синхроны, затем пишет текст. Когда автор полностью удовлетворен созданным произведением, то он отправляет его по электронной почте редактору. Редактор в течение двух часов правит текст и отправляет его обратно автору – или подписанным, а это значит, что автор может приступить к монтажу, или – с просьбой текст доработать, поправить отдельные фрагменты или уточнить даты, фамилии, имена и пр. Автор дорабатывает текст и вновь отправляет редактору. Только подписанный редактором материал даёт возможность приступить к следующему этапу работы – начитке текста и монтажу.

Готовый сюжет должен быть просмотрен ответственным за монтаж преподавателем, который вместе со студентом исправляет ошибки монтажа. После этого сюжет просматривает редактор с точки зрения оценки совпадения текста и видеоизображения. При необходимости вносятся дополнительные исправления.

Для информационного сюжета автор обязательно пишет подводку для ведущих и сдаёт её редактору выпуска. Предлагаемая подводка будет доработана и станет основой для написания диалога ведущих перед сюжетом.

Среда. К этому дню большая часть сюжетов выпуска должна быть готова. Ближе к вечеру выпускающему редактору сдаются диалоги ведущих (прил. 2). Это особый, трудный вид работы, с которым лучше справляются студенты старших курсов (на каждой летучке назначается ответственный). Стилистика подводок должна быть более официальной, чем ежедневная речь студентов.

Четверг. Главные технологические этапы этого дня: запись ведущих, сбор сюжетов. Запись ведущих обычно назначается на 12 ча-

сов дня. Ведущим необходимо предупредить об этом преподавателей, если в это время у группы идут занятия. Обязательны, по предварительной договорённости, утренний поход в парикмахерскую для укладки волос, а также подбор соответствующей одежды для работы в кадре. На записи ведущих, кроме оператора, должен присутствовать стилист, который следит за внешним видом ведущих, а также студент, который руководит работой суфлёра.

После записи ведущих редактор просматривает дубли, выбирает лучшие и начинает сбор сюжетов на одной монтажной линейке. Следующий этап – написание субтитров (которые заявлены в тексте каждого из сюжетов) и расстановка их по готовым сюжетам.

Четверг – это не только окончание основных работ по выпуску одной программы, но и последний день подачи заявок. Существуют два вида заявок: на съёмку и на монтаж. В заявке «Выезд на съёмки» (прил. 3) указывается тема сюжета, программа, для которой делается сюжет, расписывается синопсис. В синопсисе обязательно должно быть заявлено краткое изложение содержания сюжета: о чем сюжет (история), кто герой сюжета (истории), точки съёмки (указать, если они – особые) и т.д. Далее указываются дата, время и место съёмки. Немаловажная информация, которую можно получить из заявки, – дата эфира, т.е. в какую именно программу готовится материал. И, конечно, кто автор сюжета и кого бы корреспондент хотел видеть в роли оператора. Если съёмка состоится за пределами университета, то указывается и желаемый вид транспорта: такси. Заполненная заявка должна быть отнесена в определённое место (красная папка в монтажной, например), чтобы все заявки поступили к тому, кто делает расписание выездов на следующую неделю.

Для того чтобы заявленная съёмка состоялась, студентам, занятым в процессе, надо изучить, в какой день, в какое время они будут свободны для создания сюжета. После этого нужно обговорить с героями день и час встречи. Если герои сюжета предлагают иное время и автор соглашается или съёмка «событийная», то необходимо предупредить преподавателей о пропуске занятий.

Подаётся заявка (прил. 4) и на монтаж сюжета (программы). Определяется свободный от занятий день или свободное время после занятий. В результате – каждый из студентов знает, за каким компью-

тером в монтажной студии он будет работать и потому использует заказанное время эффективно.

Пятница. К 12 часам дня – полная готовность всех запланированных сюжетов выпуска (исключение делают лишь для тех материалов, которые снимали в четверг, и они должны присутствовать именно в этом выпуске). Начинается обработка звука, сведение программы, отправка на городской телеканал на эфир. Для выпускающего редактора работа над выпуском заканчивается оформлением текстов программы в архив (прил. 5), а также отправкой выпуска в Интернет (ссылка с главной страницы университетского сайта).

В этот день вывешивают расписания выездов и монтажа на следующую неделю (прил. 6, 7).

Суббота, воскресенье. В выходные дни, как известно, работа СМИ, в том числе и на университетском телевидении, не останавливается – происходит множество различных событий и мероприятий. Выезды в эти дни планируют заранее, в пятницу на вахту корпуса, в котором находится телевизионная студия, должна быть подана заявка о «вносе-выносе» телевизионной аппаратуры. Съёмочное оборудование (камера, свет и пр.) должно быть подготовлено в пятницу под контролем сотрудников Универ-ТВ.

Учебные курсы

Обучение телевизионной журналистике по направлению 031300 «Журналистика» идёт поэтапно, с 1-го по 7-й семестр. Каждый этап – отработка определённых умений и навыков (табл. 1).

Таблица 1

Этапы обучения практической журналистике

Название учебного предмета	Семестр	Вид работы	Выход
«Работа в конвергентной редакции» (газета)	1-й, 2-й	Выпуск «Университетской газеты»	1 раз в месяц, 12 полос, цвет
«Практикум телекорреспондента»	2-й	Телесюжеты в информационную программу «Стрела времени»	–
«Работа в конвергентной редакции» (Университетское телевидение)	3-й, 4-й	Информационные программы: «Стрела времени», «Говори, университет!», «Афиша»	Еженедельный выход, хронометраж 20, 7, 5 мин

Окончание табл. 1

Название учебного предмета	Семестр	Вид работы	Выход
«Работа в конвергентной редакции» (на выбор: газета, телевидение, Интернет)	5-й, 6-й	Выпуск «Университетской газеты» Информационные программы: «Стрела времени», «Говори, университет!», «Афиша» Информационно-развлекательная программа «Студенты...» Работа на сайте кафедры	Семестровый выход Еженедельный выход Ежемесячный выход, хронометраж 30 мин Ежедневная работа
«Журналистское мастерство»	6-й	Программа «Высокий полёт» Программа «Яичница»	2 раза в месяц 2 раза в месяц
«Режиссерская культура журналиста»	7-й	Творческие проекты	Семестровая работа каждого студента
Телевизионный бизнес	7-й	Работа в коммерческой редакции университетского телевидения	В течение семестра

«Практикум телекорреспондента» (2-й семестр) представляет небольшой курс (18 ч), который проводится на протяжении двух учебных месяцев в конце семестра (апрель – май). Его задача – адаптация студентов-первокурсников к реальным условиям работы в 3 – 4-м семестрах, когда они будут нести ответственность за выпуск еженедельной информационной программы «Стрела времени», рассказывающей о жизни Владимирского госуниверситета.

В рамках курса «Практикум...» рассказывается об особенностях работы корреспондента телевизионной Службы информации. Особое внимание уделяется собственно журналистскому тексту как универсальной журналистской дефиниции.

На каждом из девяти занятий обязательно отводится время для написания и разбора небольших эссе на тут же придуманную тему, что развивает профессиональные качества журналиста: поиск тем в

жизни, умение сформулировать в названии эссе тему и идею сюжета, удивить сокурсников креативным подходом к жизни.

Студенты-первокурсники писали эссе на следующие темы: «Ветер встреч», «Вокзал видел больше искренних поцелуев, чем ЗАГС», «Глобальная растерянность», «Господи, не запомни меня таким!», «Гражданский брак – репетиция предательства», «Десять событий апреля», «За что благодарить ТВ?», «Земля – курорт Вселенной», «Лишний день», «Лучшее изобретение XX века», «Мартовское молоко», «Монолог чистого носка, который попал в пустой холодильник во время финансового кризиса», «Моя любимая буква», «Мятежные слова», «Обожженная душа», «Одноразовый народ», «Опус об одичалых осьминогах», «Плывать – и не утонуть», «Понедельник, час вперед», «Пресса, не спать!», «Счастье несчастливых дней», «Тайна гибели Гагарина», «Торговля эмоциями», «У меня нет компьютера. У меня нет мобильного телефона. И нет наручных часов», «Услышанные разговоры», «Хамство – главный порок российского общества», «Чей бы я портрет повесил в рабочем кабинете?», «Человечество спрятало рогаки», «Что я знаю о войне?», «Эти странные преподаватели» и др. (прил. 8).

При написании текста рекомендуется использовать прием «рассказ другу», который даёт возможность овладеть литературным разговорным стилем передачи информации. Преподаватель читает и анализирует каждое эссе, акцентирует внимание аудитории на удачных приёмах и предлагает варианты для исправления неудачных фрагментов текста.

Остальное время на занятиях отведено рассказу о технологии подготовки информационного сюжета, начиная с выбора темы, заканчивая сдачей готового материала в эфир.

Исходя из опыта работы с группами студентов-журналистов (2009 – 2013), можно сказать, что на этом этапе обучения больший акцент делался на другие виды работ, но студенты затем гораздо медленнее овладевали стилистикой телевизионного текста, требовалось значительно больше времени на редактирование текстов их сюжетов.

На занятиях краткого предварительного «Практикума» обязательно проводят следующие мероприятия: кастинг ведущих; просмотр сентябрьских выпусков информационных программ прошлых лет; планирование первых сентябрьских выпусков; знакомство с редактором каждого из предстоящих выпусков.

Кастинг ведущих – важный этап подготовки к предстоящей в следующем, 3-м семестре, работе. Обычно большинство студентов мечтает вести информационную программу. В технических университетах, где нет факультетов журналистики, выбирается несколько пар ведущих (девушка и молодой человек), которые становятся «лицами» университета. Но это не продуктивно для тех специальностей и направлений, где ведение эфира, умение хорошо держаться в кадре – одна из важных составляющих профессии. Потому университетское ТВ обычно предоставляет такую возможность всем студентам, которые учатся на направлении «Журналистика». Кастинг записывается на видео, чтобы была возможность в дальнейшем поработать над образом каждого. Лучше это делать не индивидуально, а на общей лекции. Со временем формируется навык слушать и воспринимать критику, работать в кадре в самых непростых аудиториях.

Телевизионная работа – командная работа, потому надо уметь принимать общие правильные решения. Кто будет вести первые программы в новом учебном году – должна решить группа. Ведущие должны обязательно побывать на записях дикторских подводок у старшекурсников, чтобы за лето подготовиться самим.

«Работа в конвергентной редакции» (3 – 4-й семестры)

Задача обязательного для всех студентов курса – в короткие сроки научиться не только работе корреспондента, но и смежным специальностям профессиональных компетенций в рамках дисциплин специализации: нелинейному монтажу, основам операторского дела и дикторского мастерства.

Телевизионная специализация этих семестров представлена следующими дисциплинами: «Новостная журналистика» (3-й семестр), «Профессиональный творческий практикум – дикторское мастерство» (3-й семестр), «Основы журналистской деятельности» (4-й семестр), «История отечественного РВ и ТВ» (4-й семестр), «Организация Службы новостей» (7-й семестр), «Интернет-журналистика», «Профессиональный творческий практикум – актерское мастерство» (4-й курс).

На съемку каждого сюжета подается заявка, где должны быть определены отправные точки работы (тема, проблема, задача), а также написан синопсис с идеей изложения материала. В конце недели

(по пятницам) должны быть сформированы два расписания: «Выезды съемочных групп» и «Монтаж сюжетов». Ни один из заранее запланированных сюжетов не может сниматься вне расписания – исключения составляют некоторые событийные сюжеты. Такой подход позволяет выработать у будущих специалистов навык рационального планирования времени, ответственное отношение к работе.

На первой летучке (в последующем их обязательно проводят каждую неделю в течение всего учебного года, исключая время сессий и каникул) студентам оглашают условия получения итоговых оценок: по окончании семестра каждый из них должен представить руководителю практики не менее восьми зачетных сюжетов, прошедших в эфире. Практика показывает, что студент в состоянии сделать один сюжет за две недели, добросовестно посещая при этом все другие занятия.

Преподаватель в присутствии студента редактирует тексты первых трех сюжетов, анализируя допущенные фактические и стилистические неточности текста. Следующие сюжеты отправляются на доработку с устными замечаниями преподавателя. Восьмой сюжет – рейтинговый, он должен отвечать всем критериям, предъявляемым к информационным сюжетам, и не только к содержательной части, но и к оформлению: соблюдение профессиональной терминологии, правильность расположения на листе всех частей текста, в том числе технической стороны: указание начала и конца взятых синхронов, присутствие субтитров и пр. (прил. 9).

Аналогичный опыт, применительно к университету Миссури-Колумбия, уже был описан: «Со студентами отрабатывается умение писать на различные темы. Цель редактора – не переписывать текст, а постараться объяснить, что и как необходимо исправить. Вот некоторые типичные замечания, которые обычно делает преподаватель: использовано недостаточное количество источников информации; допущены фактические ошибки; есть неточности в цитировании; в тексте расплывчатое, неточное начало; текст недостаточно насыщен информацией. Тексты обычно неоднократно возвращаются студентам для доработки. Только в крайних случаях, если номер подписывается в печать, а материал еще не готов, преподаватель редактирует его сам»¹⁷.

¹⁷ Смирнова О. В. Особенности преподавания журналистики в США. М. : Медиамир, 2008. С. 68 – 77.

Научить писать тексты на различные темы – одна из труднейших задач образовательного процесса в 3 – 4-м семестрах. Важно овладеть телевизионной стилистикой журналистского текста. Прежде всего, необходимо «научиться лаконичности, умению давать ответы на все вопросы, которые могут возникнуть у зрителя. Особенно важно, чтобы вербальная часть не дублировала видеоряд»¹⁸.

Студент должен научиться создавать такой текст информационного сообщения, который свободен от синтаксически сложных конструкций, экспрессивно-оценочной лексики, не должен быть перегружен иноязычной лексикой, терминологией, профессионализмами и т.д. Над этим редактору-преподавателю предстоит работать учебный год.

После того как студент сделает три сюжета, он имеет право претендовать на роль ведущего, что предполагает дополнительную работу над речью, внешним видом уже в студийном павильоне. В конце семестра, перед зачетом, каждый студент сдает отчет о проделанной работе за семестр с указанием названия сюжета, хронометража, даты выхода в эфир (прил. 10). В отчет могут включаться, помимо сюжетов, ведение программ, а также редакторская работа.

В начале учебного года студенты заполняют анкету из 20 вопросов:

1. Какой этап производства сюжета для Вас самый сложный сегодня?
2. С каким этапом Вы справляетесь наиболее успешно?
3. Каких знаний Вам не хватает сегодня для работы в информационной редакции?
4. Вы начали работать в практической тележурналистике на 2-м курсе университета. Вы считаете, что это:
 - а) преждевременно;
 - б) вовремя;
 - в) надо было начинать на 1-м курсе (выбрать один из ответов).
5. Вы чувствуете, что Ваше призвание – работать:
 - а) в газете;
 - б) на радио;
 - в) на интернет-портале;
 - г) на ТВ(выбрать один из ответов).

¹⁸ Цвик В. Л. Телевизионная журналистика. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. 495 с.

6. Какой из четырех вышедших в эфир выпусков информационной программы «Стрела времени» кажется Вам наиболее ярким?

7. Кто из редакторов первых выпусков работал наиболее продуктивно?

8. С кем из редакторов Вам было бы комфортнее работать в дальнейшем?

9. Какие сюжеты из прошедших выпусков можно назвать лучшими?

10. Какие сюжеты были наиболее неподготовленными?

11. Какова основная причина неудачных сюжетов?

12. Для успеха программы:

а) требуется более глубокое обдумывание плана программы;

б) большее внимание надо уделять съемочному процессу;

в) важна конечная верстка программы;

г) другое мнение

(выбрать один из ответов).

13. Какая из существующих информационных программ российского ТВ кажется Вам наиболее интересной?

14. Ваши критерии оценки информационной программы.

15. Что надо учесть при дальнейшей работе над информационной программой?

16. Вы уверены, что сможете вести информационную программу?

17. Главное качество, необходимое ведущему информационной программы.

18. Хотели бы Вы показать программу «Стрела времени» своим друзьям, родным?

19. Вы сожалеете, что пришли учиться на кафедру журналистики ВлГУ? Основные причины.

20. Вы бы хотели продолжить работать на Универ-ТВ на следующем, 3-м, курсе?

В конце года вновь заполняется анкета, в которой вопросы не меняются, зато ответы, как показывает практика, часто значительно отличаются.

На вопрос *«Какой этап производства сюжета на ТВ для Вас наиболее сложный сегодня?»* были получены следующие ответы:

в начале учебного года: выбор темы, ее четкая формулировка, составление плана сюжета, сбор информации, съемка нужного видеоряда, интервью, написание закадрового текста, начитка, монтаж;

в конце учебного года: поиск важного материала, поиск источника информации, написание закадрового текста, правильное написание синопсиса, умение «разговорить» собеседника, монтаж.

На вопрос «С каким этапом Вы справляетесь наиболее успешно?» были получены такие ответы:

в начале учебного года: сбор информации, нарезка синхронов, написание подводки, работа в кадре, начитка текста;

в конце учебного года: написание текста сюжета, начитка закадрового текста, работа на съемочной площадке, работа ведущим в кадре.

На вопрос «Каких знаний Вам не хватает сегодня для работы в Службе информации» студенты ответили следующим образом:

в начале учебного года: самоорганизации, не всегда владею информацией, не знаю правил создания сюжетов, фундаментальных знаний о ТВ, основ технологии производства, наложения закадрового текста, как брать интервью, умения двигаться перед камерой, преподнести себя;

в конце учебного года: разных программ монтажа, навыков монтажа, нюансов монтажа, опыта съемочной работы вне университета, знаний об идеальном интервью, наработанных общественных связей и источников информации.

На вопрос «Вы начали работать в практической ТВ-журналистике на 2-м курсе университета. Выберите один из следующих ответов: а) преждевременно; б) вовремя; в) надо было начинать на 1-м курсе» были получены следующие ответы:

в начале учебного года: а) 0 ответов (преждевременно); б) 13 ответов (вовремя); в) 5 ответов (надо было начинать на 1-м курсе);

в конце учебного года: а) 1 ответ (преждевременно); б) 14 ответов (вовремя); в) 3 ответа (надо было начинать на 1-м курсе).

На вопрос «Где хотите работать: а) ТВ; б) газета; в) радио; г) интернет-портал; д) другое» было получено следующее количество положительных ответов:

в начале учебного года: а) 4 ответа (ТВ); б) 2 ответа (газета); в) 3 ответа (радио); г) 3 ответа (интернет-портал); д) 6 ответов (другое);

в конце учебного года: а) 11 ответов (ТВ); б) 3 ответа (газета); в) 3 ответа (радио); г) 0 ответов (интернет-портал); д) 1 ответ (другое).

В конце весеннего семестра выделяется отдельное занятие для подведения итогов обучения, где каждому участнику телевизионного процесса дается право выступить. Год работы на университетском телевидении, когда они осваивают азы профессии, меняет студентов-второкурсников в лучшую сторону. Возрастает интерес к теоретическим занятиям, где они получают важную и разнообразную информацию, уточняют и расширяют полученные на практике умения. Речь студентов к концу учебного года становится более профессиональной, в ней появляется специальная терминология.

Во время 3-го и 4-го семестров обучения выявляются специфические личностные интересы и возможности студентов, а значит, определяются их телевизионные амплуа: кто-то лучше выполняет административную работу, другие – редакторскую или творческую, происходит знакомство со спецификой профессии режиссера.

Преподаватели в течение учебного года могут сформулировать рекомендации для каждого студента о будущей специализации. Это *тематическое* распределение различных проблем, сфер общественной жизни, *жанровое* – умение лучше проявить себя в оперативном сюжете, в телерепортаже, в телеочерках, проблемных аналитических материалах, телерасследованиях и т.д. Такое разделение даст возможность студентам развивать свои способности в правильном направлении и быстрее достичь успеха в профессии, приходить в профессиональный журналистский коллектив по окончании университета подготовленным специалистом.

Благодаря открывшемуся в университете телевидению, у студентов-журналистов появилась возможность адаптироваться к реалиям работы в СМИ, пройти всю школу телевизионной работы.

Обучение, совмещённое с выпуском телевизионной продукции, усложняет задачу преподавателей. Студенты начинают более критично относиться к лекциям, требуя качественного, актуального теоретического материала, который бы давал им пищу для умственной работы и духовного роста, 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. Это можно объяснить тем, что на практике они сталкиваются с реалиями жизни и оценивают, каких знаний им не хватает.

Работа студентов и преподавателей в системе курсов, выстроенных в соответствии с прагматическими требованиями, предъявляемыми к созданию информационной программы, требует профессионального сочетания теории и практики. Теория тележурналистики предлагает универсальные схемы построения информационной программы, которые корректируются в практической деятельности журналиста. Телевизионная практика демонстрирует новые способы апелляции к аудитории, что очевидным образом сказывается на системе информационных жанров. Нельзя допускать разрыва между теорией и практикой, так как именно синтез теоретического и практического начала даёт основание для формирования профессионального подхода к обучению журналиста. Важно отметить, что работа университетского телевидения во Владимирском государственном университете базируется именно на этом принципе. В учебном плане заложена тесная связь между содержанием курса и развитием соответствующих профессиональных навыков и умений.

«Работа в конвергентной редакции» (5 – 6-й семестры)

На 3-м курсе студентам предоставляется возможность выбрать специализацию дальнейшего практического обучения: печатная пресса, интернет-портал или телевидение (прил. 11). Часто студенты совмещают несколько вариантов – работу в газете и на ТВ. Те, кто отдал предпочтение ТВ, первые два месяца семестра не прекращают работу в информационной программе. Это связано с тем, что программе необходима поддержка в связи с приходом студентов 2-го курса, только начинающих заниматься производством телепродукции. Остальное время посвящается созданию молодежной информационно-развлекательной программы «Студенты», выпуски которой должны выйти в эфир в ноябре и декабре.

Таким образом, над информационной программой «Стрела времени» активно работают студенты 1-го курса направления «Телевидение», 2-го и 3-го курсов направлений «Телевидение», «Журналистика». Это обеспечивает качество информационных сюжетов и ведения программ, а также поддержку новичков, которые быстрее входят в работу, присутствуя на совместных летучках, работая на съемочных площадках и в монтажных рядом со старшекурсниками.

Такой подход совместной работы над программами гарантирует достаточное количество информации для выпусков. Начинающим

предлагают освещать событийные мероприятия, более опытные берутся за производство проблемных, тематических материалов, за создание мини-очерков.

В начале осеннего семестра, на первой летучке, перед студентами ставится определенный количественный план работы. Студентам первого курса, чтобы получить зачет за семестр, предстоит сделать по 3 информационных сюжета, студентам второго курса – по 8 сюжетов, студентам третьего курса – по 4 сюжета.

В весеннем семестре над информационной программой работают преимущественно учащиеся 2-го курса направлений «Журналистика» и «Телевидение» и 1-го курса направления «Телевидение». Студенты второго курса снимают по 8 сюжетов за семестр, количество сюжетов для студентов первого курса направления «Телевидение» увеличивается до 5.

Начиная с 5-го семестра студентам предлагается выбрать специальные учебные курсы вариативной части профессионального цикла учебного плана по направлению 031300 «Журналистика» (бакалавриат) (табл. 2).

Таблица 2

Учебный курс «Аспекты современной журналистики»

Семестр	Предложение	Название учебного курса
3-й	Выбор 2 из 5	1. Организация службы новостей 2. Корпоративные СМИ 3. Электронные коммуникации 4. СМИ-аудитории 5. Язык СМИ
4-й	Выбор 2 из 5	1. История фотожурналистики 2. Новостная журналистика 3. Креативность журналистики 4. Молодежные СМИ 5. Дизайн СМИ
5-й	Выбор 2 из 5	1. Экологическая журналистика 2. Интернет-журналистика 3. Эмоциональная журналистика 4. Журналистика экстремальных ситуаций 5. Политическая журналистика
6-й	Выбор 2 из 5	1. Радиожурналистика 2. Проблемы культуры в СМИ 3. Научная журналистика 4. Музыкальная журналистика 5. Продюсерство.

Семестр	Предложение	Название учебного курса
7-й	Выбор 2 из 5	1. Деловая журналистика 2. Русские версии международных журналов 3. Религиозная журналистика 4. Расследовательская журналистика 5. Журналисты и власть

Телевизионная специализация этих семестров представлена следующими дисциплинами: «История отечественного радиовещания и телевидения» (4-й семестр), «Журналистское мастерство» (6-й семестр), «Режиссерская культура журналиста» (6-й семестр), «Организация Службы новостей» (7-й семестр).

На 3-м курсе самые подготовленные студенты становятся редакторами выпусков и уже профессионально курируют работу коллег с младшего курса. При этом они продолжают совершенствоваться, получая дополнительный опыт редакторства и продюсирования. Однако главной задачей для студентов в 5 – 6-м семестрах заявлено производство творческих проектов различных жанров.

В последнее десятилетие жанровое своеобразие телевизионной журналистики сузилось до создания информационных и развлекательных программ. «У молодых начинающих журналистов вырабатывается своеобразная болезнь – рассматривать все исключительно под углом эстетики информационных программ. Как будто бы других жанров вовсе и не существует. Во многих случаях высокий уровень продукта и формат канала друг друга исключают. Конечно, соблазн делать быстро и просто велик. В результате мы имеем дело с другой проблемой – дефицит высококачественного и разнообразного по содержанию собственного телерадиовещания»¹⁹.

Студентам на базе университетского ТВ предлагается создать проекты в публицистических и художественных телевизионных жанрах. Это могут быть разновидности очерка, интервью, ток-шоу, игры, реальное кино. Возможна экранизация произведений русской или зарубежной классики. При этом обязательно проводится дополнительное исследование, существуют ли в мировом кинематографе версии

¹⁹ Шейнин А. Н. Журналистское образование и СМИ // Знак: проблемное поле дискуссии. Челябинск, 2009. С. 17 – 35.

экранизации выбранного студентами произведения, как бережно они сделаны по отношению к первоисточнику. С этим докладом студентам предлагается выступить на научно-практической конференции «Литература и кино – в поисках общего языка», которая ежегодно проводится кафедрой журналистики ВлГУ.

Студенты получают более точное представление стилистической разницы преподнесения одной темы разными видами искусств. В последующих исследованиях они продолжают поиск ответов на вопросы, которые возникают в период трудности работы на съемочных площадках и в процессе монтажа. Таким образом, идет подготовка к восприятию важного для студентов курса «Режиссерская культура журналиста», цель которого – заинтересовать экранными технологиями воспроизводства слова.

Во время изучения курсов истории отечественной и зарубежной литературы студенты с интересом берутся за экранизацию фрагментов классических произведений. К удачным попыткам экранизаций можно отнести фильм «Размазня» по одноименному рассказу А.П. Чехова, фильм по стихотворному творчеству К. Бальмонта. Удачные экранизации показывают в эфире, они вызывают разнообразную критику и бывают выставлены на сайте кафедры.

В начале 6-го семестра перед студентами ставится новая, более сложная и обширная задача – подать заявку на творческий проект (создание телевизионной программы в жанре ток-шоу, игры, очерка, документального фильма и пр.); защитить проект, получив «добро» на производство; выполнить проект и получить зачет. Для того чтобы помочь студентам найти достойную тему, идею будущего экранного произведения, преподаватель в ходе учебного курса «Журналистское мастерство» показывает много проектов, программ, документального кино, которые сняты большими и малыми российскими телекомпаниями. Дополнительная мотивация – лучшие проекты будут представлены на различных студенческих телевизионных фестивалях и конкурсах.

Студенты объединяются в творческие группы, распределяют обязанности: автор, режиссер, оператор, монтажер, продюсер. В работе над проектами у них открываются неожиданные, в том числе и для них самих, способности, появляются новые идеи. Их осуществление часто происходит на летней производственной практике. Так,

в 2010 году группой РЖ-106 (четвертый курс) был снят фильм «Владимир, я люблю тебя!». Идея фильма появилась после просмотра в курсе «Журналистского мастерства» таких известных мировых альманахов, как «Париж, я люблю тебя!». «Нью-Йорк, я люблю тебя!». Авторы владимирской версии осилили лишь 4 новеллы (хронометраж – 40 мин). Премьера состоялась в декабре 2010 года, вызвала разнообразную критику в прессе.

Работа студентов в соответствии с заявленным планом учебно-практической деятельности предполагает реализацию установки на совершенствование навыков телевизионного мастерства в определённых жанрах телепублицистики. Студенты формируют теоретические знания по информационным жанрам телевидения, аналитическим жанрам и художественным. Одновременно углубляются и совершенствуются их представления о профессиональной специализации, индивидуальных творческих способностях. Важное место в процессе подготовки будущих журналистов занимает работа с фактами действительности, выработка определённой логики в их интерпретации и подаче.

Таким образом, университетское телевидение воспринимается студентами как профессиональное сообщество, которое способствует максимальному раскрытию их творческого потенциала.

Концепция университетского телевидения, сформированная во Владимирском государственном университете, предполагает апелляцию к широкой аудитории, большое разнообразие тем для информационно-аналитических программ.

Особое значение получают творческие проекты, которые позволяют, не нарушая требований корпоративной этики, выйти за пределы собственно университетского телевидения и заявить о себе как о творческом проекте. Университетское телевидение постепенно начинает восприниматься его создателями и потребителями его продукции как особое явление массмедиа.

С середины 5-го семестра и на протяжении 6-го семестра студенты получают возможность заниматься проектами новых жанров и форматов:

1. Информационно-развлекательная программа «Студенты».
2. Развлекательно-познавательная программа «Яичница».
3. Интервью-портрет «Высокий полет».
4. Научно-просветительская программа «Вечные ценности».

Молодым талантам дается максимум свободы в выборе тем, героев программ, креативных подходах поиска формы. Кроме того, они осваивают новые для себя виды работ: на режиссерском и звукорежиссерском пультах при записи программы «Высокий полет», навыки сведения программ.

Студенческая программа не поддерживает имиджевых и информационных потоков, при её создании возникает иной выбор событийного ряда и тематики сюжетов, манеры подачи – более свободной, креативной. Молодёжная направленность вещания способна компенсировать ряд недостатков университетского телевидения как корпоративного СМИ, значительно увеличивает его информационную привлекательность.

Студенты приобретают продюсерские навыки для привлечения спонсоров при работе над программой «Яичница». Для этого в учебный план был введен курс «Основы телевизионного бизнеса».

«Основы телевизионного бизнеса» (7-й семестр)

Курс «Основы телевизионного бизнеса» является необходимой составляющей журналистского образования в целом. Применительно к модели медиаобразования, в которую включено университетское телевидение, этот курс получает особую значимость. Знание редакционного маркетинга и менеджмента требуется от студентов в силу того, что они принимают непосредственное участие в создании телевизионного продукта, который выходит на информационный рынок. Университетское телевидение, претендующее на определенный медиасегмент, обязано учитывать бизнес-законы продвижения на информационном рынке, формировать свою маркетинговую политику.

Цель курса – формирование представлений о телевидении как о бизнес-деятельности. Среди молодежи ежегодно проводятся конкурсы проектов модернизации России. Но редко в них принимают участие студенты отделений и факультетов журналистики, которым чаще приходится писать об успехах других – о реальных историях из жизни молодых предпринимателей, уже переживших «взлеты» и «падения» на пути развития собственного бизнеса.

Студенты-журналисты профессионально настроены на поддержание общественного интереса к инновациям, но почти никогда на

открытие своего собственного дела. «Медиа среда начала испытывать потребность не только в журналистах, но и в других креативных специалистах информационной сферы – рекламистах, специалистах по связям с общественностью, пресс-секретарях, спичрайтерах. <...> Остаются неудовлетворенными потребности молодой российской индустрии СМИ в специалистах с управленческими навыками, интегральных менеджерах, способных учитывать особый характер отрасли, в которой коммерческий успех предприятия не может оцениваться только экономическими показателями»²⁰.

Тяготение сегодняшнего российского образования к модели практико-ориентированного обучения дает возможность говорить, в том числе, и о подготовке бизнес-специалистов для телевидения. Рынок телевизионной продукции – один из самых динамично развивающихся. В нем переплетены интересы большой и малой политики, государственной бюрократии, частного бизнеса, профессионального сообщества телевизионщиков и, конечно, большой зрительской аудитории.

Системное университетское образование позволяет сформировать у выпускников культуру журналистской профессии. Основам же телебизнеса надо обучать наравне с обучением телевизионному журналистскому мастерству. Включение в учебный план нового курса обновило и расширило набор креативных и социальных компетентностей.

К 4-му курсу студенты, изучив курс журналистских дисциплин, профессионально разбираются в социальных коммуникациях, готовы отвечать запросам аудитории, слышать ее. Логически следующим шагом должно стать обучение студентов основам медиабизнеса.

Актуальной задачей становится не только отстраненное теоретическое понимание работы всей сложной творческой и производственно-технической структуры телевизионного предприятия, но и возможность почувствовать себя организатором, руководителем бизнеса, применив все полученные знания. Студенты выходят за узкие (при масштабном рассмотрении существования ТВ) рамки работы корреспондентов. Для того чтобы показать соединение творческих и экономических факторов достижения цели, каждый студент должен

²⁰ Вартанова, Е. Л. Предисловие // Современное журналистское образование: синтез теории и практики / под ред. Г. В. Лазутиной. М. : МедиаМир, 2010. С. 8 – 10.

смоделировать свою телекомпанию и определить условия, при которых она сможет эффективно работать.

При разработке курса была поставлена задача: отказаться от традиционных методов обучения данной дисциплине, выработать новую систему студенческой отчётности, предложить и апробировать принципиально новую методику итоговой отчётности по дисциплине. Из различных видов стратегий обучения было выбрано «проектное» как наиболее продуктивное на данном этапе.

На первой встрече преподавателя со студентами формулируется итоговая задача обучения: к концу семестра каждый должен принести бизнес-план своей телекомпании. Итог курса – портфолио как один из наиболее плодотворных видов самостоятельной работы (принцип преобладания активного медиаобразования над пассивным). Преподаватель выступает организатором медиадеятельности студентов.

На основе полученных знаний в ходе лекций, практических занятий и консультаций студенты должны подготовить расширенные материалы по 20 блокам и прийти на аттестацию с конкретными работами, которые в будущем могли бы послужить отправной точкой для создания собственного бизнеса.

Студентам предлагается совершить «образовательный маршрут». Путеводителем служат бизнес-кейсы (в зашифрованном виде собранные в таблицу), по которым студенту предлагают продвигаться. На занятиях преподаватель «расшифровывает», т.е. дает ситуативные варианты на реальном фактическом материале (табл. 3).

Таблица 3

Путеводитель обучения телевизионному бизнесу

Этап	Темы лекционных, практических занятий и самостоятельной работы	Баллы	Самооценка	Оценка преподавателя
1.	ВЫБИРАЕМ: где и какую телекомпанию организуем: - местность; - зрительская аудитория; - концепция вещания; - миссия	1 – 3		
2.	ПРОГРАММНАЯ политика: - рабочий план (поквартально); - 1 год; - 3 года; - 5 лет	3 – 7		

Продолжение табл. 3

Этап	Темы лекционных, практических занятий и самостоятельной работы	Баллы	Самооценка	Оценка преподавателя
3.	КОМАНДА: - специалисты разных профилей; - количество специалистов; - в каких программах	1 – 3		
4.	Фонд оплаты труда (ФОТ): - оплата (зарплата, гонорар); - оплата разных категорий	1 – 4		
5.	БЮДЖЕТ одной программы: - ФОТ; - аренда технических средств; - реквизит; - транспорт	5 – 7		
6.	ВОПРОС: где взять средства? - кредит; - собственные вложения; - спонсоры; - учредители; - зарабатывать самим	5 – 12		
7.	ВОПРОС: Сколько потребовалось средств Наталье Синдеевой на открытие телеканала «Дождь»?	7 – 10		
8.	Глоссарий-1	2 – 10		
9.	Промежуточное подведение итогов Таблица: Что знаю? Что хочу узнать?			
10.	РЕКЛАМНЫЕ продукты: - баннер; - бегущая строка; - ролик: - эконом; - инфо; - постановочный; - анимационный; - социальный; - сюжет: - информационный; - коммерческий; - постановочный; - фильм: - имиджевый; - рекламный; - корпоративный; - цикловая программа	60 – 120		

Окончание табл. 3

Этап	Темы лекционных, практических занятий и самостоятельной работы	Баллы	Самооценка	Оценка преподавателя
11.	Глоссарий-2	2 – 10		
12.	БЮДЖЕТ рекламной кампании: - составление	3 – 10		
13.	ПРАЙС-ЛИСТ: - анализ п.-л. телекомпаний; - составление своего п.-л.	10 – 15		
14.	ПОИСК потенциальных рекламодателей: - клиентская база; - пополнение клиентской базы	15 – 30		
15.	БУХГАЛТЕРИЯ предприятия: - налоги; - банк; - ФОТ	10 – 20		
16.	ОСНОВНЫЕ СТАТЬИ расходов телекомпаний: - ФОТ; - развитие; - социальные выплаты; - учеба; - отдых	15 – 25		
17.	ПЕРСПЕКТИВЫ развития бизнеса: - желаемые; - реальные	20 – 40		
18.	Глоссарий-3	5 – 8		
19.	ЭССЕ «Я и мой телевизионный бизнес»: - анализ собственного потенциала; - исследование реальных возможностей; - советы начинающим	10 – 30		
20.	СДАЧА ПОРТФОЛИО: - документация тематическая; - используемая литература; - интернет-ресурсы			
		Min – 190 Max – 390		

Так, для выполнения *первого задания* требуется одно лекционное занятие, чтобы обозначить характеристики работы телекомпаний,

организуемых в разных местностях, для разных зрительских аудиторий, с разными концепциями вещания. Представив красочный достоверный материал о реально существующих компаниях на телевизионном пространстве РФ и СНГ, студенты получают установку на построение своей телекомпании, которая непременно должна вписаться в глобальную медиасистему. От студента требуется аргументация необходимости создания собственной телекомпании.

Второй этап требует знакомства студентов с реальными планами телекомпаний. Одни из них были выполнены, другие не удалось осуществить. На практическом занятии происходит обсуждение. Преподаватель подводит студенческую аудиторию к обоснованному выводу о необходимости серьезно относиться к продумыванию программной политики, соизмеряя все возможности: финансовые, технические, кадровые.

Третий и четвертый этапы, на первый взгляд, кажутся не такими сложными: каких специалистов взять в команду на первом этапе, в каком случае расширять штат телекомпании, какую зарплату платить сотрудникам. Однако в ходе анализа конкретных ситуаций преподаватель показывает, что эта проблема часто становится главной в становлении и развитии бизнеса. Студентам демонстрируется система формирования фонда оплаты труда.

Пятый этап – практический. Преподаватель со студентами начинает считать, в какую сумму будет обходиться производство еженедельной программы «Стрела времени», из чего складывается бюджет программы.

Работе в рамках *шестого этапа* посвящается два занятия. Преподаватель на лекционном занятии характеризует все возможные варианты финансовых вложений. На втором, практическом, занятии к разговору подключаются студенты, которые, в соответствии с планом семинарского занятия, выстраивают собственную схему финансирования конкретной программы.

Седьмой этап предполагает самостоятельный поиск. Для работы на данном этапе следует зайти на сайт телеканала «Дождь», ознакомиться с рядом видеоматериалов, в том числе с дневником Натальи Синдеевой «Как мы строим свой телеканал». Это дополнительная информация к ответу на главный вопрос курса «Как организовать свою телекомпанию и успешно работать в телепространстве?».

Восьмая, одиннадцатая и восемнадцатая позиции в табл. 3 подразумевают под собой традиционный глоссарий. Студентам важно знать коммерческую терминологию. Им нужно усвоить не менее 30 терминов и терминологических понятий, необходимых в ходе бизнес-планирования.

Девятый этап – промежуточное подведение итогов. Преподаватель проводит письменные тесты, анализ которых дает понять, весь ли материал адекватно понят, к каким вопросам предстоит еще раз вернуться.

Любая бизнес-телекомпания живет на средства от производства коммерческого продукта, потому *десятому этапу* отводится не меньше шести часов занятий, чтобы подробно рассказать об особенностях производства всех видов телевизионной рекламной продукции.

Двенадцатый этап касается как продвижения телекомпаний на рынке СМИ, так и проведения любой рекламной кампании заказчиков. Надо знать, как разработать все шаги проведения рекламной кампании, современные рекламные стратегии.

Тринадцатый этап посвящен изучению прайс-листов различных телекомпаний, сравнению, анализу предлагаемых цен. Студентам предстоит составить прайс для своего телеканала и аргументировать каждую представленную в нем цифру.

Четырнадцатый этап посвящен поиску потенциальных рекламодателей, работе с ними. На практических занятиях акцентируются нюансы психологического общения, даются рекомендации по развитию клиентской базы, навыки ведения деловых переговоров, выстраиваются теоретико-практические подходы к построению долгосрочных отношений.

Пятнадцатый этап предполагает формирование практических навыков работы с бухгалтерией: с банками, с финансовой и налоговой отчетностью. В рамках лекционных и практических занятий даются начальные знания по бухгалтерским программам, которые используют при заполнении бухгалтерской и налоговой отчетности.

Следующий, *шестнадцатый, этап* посвящен рациональному использованию заработанных средств: как распределить полученные средства, какие целевые программы развития и социальной ответственности являются приоритетными для конкретной организации.

Семнадцатый этап предполагает построение определённой перспективы бизнеса. Вопрос бизнес-развития должен осмысливаться студентами как результат развития компании, её кадровых и финансовых возможностей.

На *заключительном этапе* обучения предполагается написание эссе «Я и мой телевизионный бизнес».

Предполагаемая форма отчётности даст возможность студенту окончательно выстроить собственно авторскую концепцию построения телевизионного бизнеса. Преподаватель на протяжении семестра является консультантом по вопросам бизнеса. Он излагает теоретические и практические знания, акцентирует внимание студентов на главных вопросах, требующих всестороннего рассмотрения. Таким образом, 50 % работы студентами будет сделано на лекционных и практических занятиях, оставшиеся 50 % студенты выполняют самостоятельно.

В таблице, по которой ориентируются студенты (см. табл. 3), есть следующие три колонки – *баллы, самооценка, оценка*.

Баллы. Преподаватель предлагает оценить тот или иной вид работы соответствующим количеством баллов. Транспарентная оценка не содержит недомолвок и секретов – хороший тон во всем мире. Дать не только задание, но и критерии его оценки преподавателем.

Самооценка. Для журналистов очень важно выработать умение объективно смотреть на свою работу и правильно ее оценивать. Преподаватель, зная способности, возможности, личностные характеристики каждого студента, может оценить уровень реальных притязаний и поправить студента в случае завышения или занижения собственных оценок.

Оценка – это конечный балл, который выставляет преподаватель за тот или иной вид работы. Новая философия оценки складывается из посещения занятий, представленного портфолио, обсуждения уровня итоговой работы. Если компетентность – способность действовать в состоянии неопределенности, то наработка профессиональных компетенций – способность успешно действовать на основе практического опыта, умения и знаний при решении задач профессионального рода деятельности.

По окончании курса проводится экзамен, на который студенты приходят с конкретными бизнес-планами организации собственной

телекомпании. По уровню их разработки можно судить о качестве полученных знаний, о проделанной студентом аналитической работе и, наконец, о потенциальных личностных качествах будущего журналиста.

Можно отдать предпочтение любому виду портфолио: показательному (о себе); портфолио процесса; портфолио тематическому; портфолио документов. Но так как у студентов-журналистов чаще не сформирован «пиетет» к документам, то лучше остановиться на портфолио документов. Ведь любой проект подразумевает умение поставить задачу и определить методы достижения. Значит, студенты получают умение грамотно мыслить, в том числе и на бумаге.

В современных, третьих, стандартах образования направления «Телевидение» в разделе IV «Характеристика профессиональной деятельности бакалавров» так описаны некоторые профессиональные компетенции: «ПК-3 – понимание процесса создания и распространения различных продуктов телепроизводства как многоаспектной индивидуальной и коллективной деятельности <...> ПК-16 – умение организовать самостоятельный профессиональный трудовой процесс, включающий: владение навыками работы в профессиональных коллективах; способность осуществлять скоординированное творческое взаимодействие участников процесса создания и распространения различных продуктов телепроизводства <...> ПК-17 – владение базовыми методами и приемами современного менеджмента, основными навыками финансово-проектного и административного обеспечения телевизионного процесса»²¹.

Таким образом, курс «Основы телевизионного бизнеса» представляет собой систему теоретико-практических занятий, которая способствует выработке ряда профессиональных компетенций, необходимых для профессиональной подготовки будущих журналистов. Задача курса считается выполненной в том случае, если студент продемонстрирует не только теоретические знания в области телевизионного бизнеса, но и защитит собственный бизнес-проект. Инновационные подходы к формированию данного курса заключаются, прежде

²¹ Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 031300 «Журналистика» (квалификация (степень) «бакалавр» [Электронный ресурс]. URL: http://www.edu.ru/db-mon/mo/Data/d_09/prm775-1.pdf (дата обращения: 24.10.2014).

всего, в том, что студенты руководствуются вполне конкретными материалами, полученными в ходе работы на телевидении. Считается недопустимой апелляция к фактам бизнес-деятельности, не проверенным на практике. Приёмы деловой игры, которые активно используются на занятиях разных типов, не подавляют прагматической направленности курса, не провоцируют студента на иллюзорное восприятие реалий бизнес-деятельности. Отчётность студентов по курсу подразумевает приоритет проектов, отмеченных творческой инициативой, имеющих конкретные выходы на практическую деятельность, содержащих просчитанную бизнес-перспективу.

Опыт Владимирского государственного университета по использованию возможностей телевидения в процессе формирования профессиональных навыков будущих журналистов имеет ряд очевидных преимуществ по сравнению с традиционными подходами к образовательному потенциалу телевидения.

Прежде всего, следует указать на наличие определённой парадигмы в формировании учебных программ, в соответствии с которыми выстраивается учебный процесс: все студенты постепенно вовлекаются в практическую деятельность телевидения, с учётом имеющихся теоретических знаний и практических профессиональных навыков и умений. Весь процесс обучения оказывается в прагматической подчинённости телевидению как универсальной составляющей этого процесса. Это стимулирует преподавателей к поиску инновационных форм обучения. К ним относят лекцию-беседу с просмотром соответствующего телевизионного материала, индивидуальные консультации по результатам участия студента в программах университетского телевидения, практические занятия с установкой на создание журналистского текста. Формы отчётности – портфолио, проекты – также могут быть признаны инновационными.

Университетское телевидение предоставляет студентам необходимый практический материал, возможность творческой и профессиональной самореализации в условиях конвергенции современных СМИ. Работа студентов в условиях выпуска медийного продукта позволяет осмыслить практическую сторону деятельности журналиста. Нельзя не отметить, что работа университетского телевидения сопряжена с практикой создания журналистского текста, размещением информации на различных информационных площадках, в том числе в Интернете.

Являясь универсальной составляющей журналистского образования, университетское телевидение предоставляет студентам возможность интерактивной связи с аудиторией, т.е. способствует формированию журналистской самооценки как неотъемлемого качества профессиональной деятельности.

Дополнительные курсы учебной программы

Универ-ТВ – необходимая учебная площадка, потому что лучшее обучение журналистике – это, в том числе, практическая деятельность. Задачи работы на Универ-ТВ предполагают отработку технологических процессов производства программ разных жанров, обучение смежным телевизионным профессиям. На современном рынке труда «...статистика демонстрирует перепроизводство кадров по таким традиционным творческим специальностям, как корреспонденты, редакторы, музыкальные редакторы, звукорежиссеры, дизайнеры, копирайтеры, сценаристы и PR-менеджеры»²². Потребность и в них велика, но «при довольно большом банке резюме по этим специальностям уровень квалификации не часто отвечает требованиям компаний-работодателей, опыт соискателей недостаточен для того, чтобы компания предложила им работу»²³.

Самой же востребованной на рынке является специальность режиссера монтажа – видеомонтажера (129 вакансий). Обучение этой смежной специальности на базе университетского телевидения является обязательным. Востребованы на рынке труда следующие 10 профессиональных групп: журналисты, корреспонденты, владеющие мультимедийными технологиями; технические специалисты (ТВ и IT-технологии); специалисты по закупке контента и программированию каналов; руководители интернет-проектов, digital-директора; специалисты по маркетингу новых медиа²⁴.

В связи с этими практическими требованиями рынка находятся возможности для совмещения учебной площадки и профессионально работающего телевидения. Это одна из важнейших составляющих, которая должна отличать университетское телевидение от многочисленных эфирных и производящих контент компаний.

²² Телевидение в России. Состояние, тенденции, перспективы : отраслевой докл. [Электронный ресурс]. URL:<http://www.Farme.ru> (дата обращения: 25.10.2014).

²³ Там же.

²⁴ Там же.

Для осуществления всех грандиозных замыслов университетскому телевидению нужны не только корреспонденты, но и операторы, монтажёры. Студенты после обучения выполняют все эти виды работ. И часто по окончании университета бывают востребованы именно в этих специальностях.

«Основы операторского дела» (3-й семестр)

Главной задачей курса является овладение приемами и методиками, необходимыми при создании визуальной концепции творческих замыслов. Студенты должны научиться трансформировать реальную действительность в пластические экранные образы. Цель освоения дисциплины «Основы операторского дела» – постижение профессии оператора, которая соединяет в себе как инженерское начало (знание сложной техники и аппаратуры и технологии их рационального использования), так и творческое начало (создание эмоционально действенного изображения на экране). Студенты получают не только целый спектр теоретических знаний, но и навыки практического обращения с видеокамерой. Основными образовательными результатами являются расширение профессионального кругозора, развитие творческих способностей.

В результате теоретического и практического освоения дисциплины «Основы операторского дела» студенты получают навыки работы оператора, а значит, могут работать в составе авторского коллектива (съёмочной группы) телевизионных передач и телевизионных фильмов различных жанров с применением соответствующих художественных и технических средств.

«Основы режиссуры монтажа» (3-й семестр)

Цель освоения практического курса «Монтаж телевизионных программ» – формирование навыков монтажа телевизионной продукции разных жанров.

Изучению курса предшествует изучение следующих дисциплин: «Введение в специальность», «Основы теории журналистики», «Основы операторского дела», «Практикум корреспондента».

Успешное освоение данного курса позволит перейти к изучению дисциплин «Журналистское мастерство», «Режиссерская культура журналиста», «История мирового кино», «Аспекты современной

журналистики», а также к изучению профессионально-творческих практикумов и прохождению учебных и производственных практик.

В результате обучения студент получает понимание основных принципов разработки концепции медиапроекта, учится ориентироваться в современных тенденциях дизайна и инфографики, готовить материалы к выходу в эфир в соответствии с технологическими стандартами.

Для дальнейшей работы студенту-журналисту важна информация об основах монтажных законов, об особенностях технологии монтажа и его видах; о записи звука и наложении видеоматериала на звук, о работе с интершумами.

Практическая работа над телесюжетами, анализ работ дают возможность понимания «технологии» творчества, т.е. применения различных видов монтажа на примере одного телесюжета.

Признавая университетское телевидение частью корпоративных СМИ, следует указать на специфические задачи, которые стоят перед ТВ, профессионально-учебной базой для которого является кафедра журналистики. Университетское телевидение такого типа имеет перед собой не только собственно корпоративные цели, но и способствует формированию профессиональных навыков будущих журналистов. По наблюдению исследователей, такие вузовские СМИ «оказываются более высокого качественного уровня (и в плане подачи информации, и в плане содержания), чем издания вузов, где нет факультетов, готовящих журналистов или специалистов в области PR»²⁵. Включение соответствующих практических курсов в учебные планы и закрепление их для студентов разных специализаций способствует как профессиональному становлению студентов, так и профессионализации университетского телевидения.

Контрольные вопросы

1. Каковы цели и задачи университетского телевидения?
2. Для чего на университетском телевидении необходимо строго соблюдать распорядок его работы?

²⁵ Роль прессы в формировании в России гражданского общества. М. : Ин-т гуманитарных коммуникаций, 1999. 150 с.

3. Каковы технологические этапы выпуска информационного сюжета?

4. Перечислите обязанности редактора выпуска.

5. Для чего при написании информационного сюжета рекомендуют использовать приём «рассказ (звонок) другу»?

6. Для решения каких задач в учебный план направления «Журналистика» включен курс «Основы телевизионного бизнеса»?

7. Почему университетское телевидение можно рассматривать как особое явление массмедиа?

Глава 2

ИНФОРМАЦИОННЫЙ КОНТЕНТ УНИВЕРСИТЕТСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

2.1. Структура информационных программ

Информационная программа – главная составляющая в многослойном комплексе университетского телевидения. Она является официальным рупором любого университета, выходит не реже одного раза в неделю, рассказывает обо всех событиях, происходящих в учебном заведении, а также о других сторонах жизни вуза. В университетах России выходят информационные телевизионные передачи нескольких видов в соответствии с характеристиками непосредственных создателей данного телевизионного продукта и способом его презентации:

1. Корпоративная информационная программа:
 - а) подготовленная студенческим творческим коллективом под руководством профессионалов-практиков;
 - б) подготовленная сотрудниками отдела по связям с общественностью (пресс-службой);
2. Студенческая информационно-развлекательная программа.
3. Отдельные информационные сюжеты, выложенные на сайте университета.
4. Информационные сюжеты, выложенные на You Tube.

Контент-анализ данных разновидностей телевизионных программ предполагает, помимо указанных характеристик, учёт периодичности выхода (ежедневно или еженедельно), места показа (на сайте университета, на мониторах в учебных корпусах университета, в кабельных городских телесетях, областное, федеральное вещание, интернет-вещание).

Корпоративная информационная программа – первичный продукт университетского вещания – выполняет основную задачу информирования широкой зрительской аудитории обо всех происходящих в университете событиях: образовательных, научных, культурных. В зависимости от поставленных задач в таких программах максимально охвачены события или акцентировано внимание на определённых сторонах произошедшего.

Информационная программа «Стрела времени», выходящая на базе университетского телевидения Владимирского государственного университета, относится к первому типу: это корпоративная информационная программа, подготовленная студенческим творческим коллективом под руководством профессионалов-практиков. Выходит с 2009 года еженедельно по пятницам, всего за календарный год – не менее 44 выпусков (январь – июль, сентябрь – декабрь). Выкладывается на сайте университета (ссылка на главной странице), транслируется на плазменных мониторах в учебных корпусах, с 2011 года выходит в эфир на владимирском городском телеканале «Вариант», хронометраж – 20 мин.

Подготовкой программы занимаются студенты 2 – 5-го курсов кафедры журналистики под руководством Центра средств массовых коммуникаций, в состав которого входят пять опытных практиков-телевизионщиков: директор, редактор, оператор, монтажёр, инженер.

В 2012 и 2013 годах на Всероссийском конкурсе студенческих изданий и молодых журналистов «Хрустальная стрела» программа получила III премию в номинации «Лучшая телепрограмма». В 2014 году на том же конкурсе программе была присуждена I премия наряду с Санкт-Петербургским государственным университетом и Московским государственным техническим университетом им. Н.Э. Баумана.

2.2. Планирование информационных выпусков

Массмедийная природа телевидения обеспечивает ему оперативность, совмещение различных способов коммуникативного воздействия на аудиторию. Планировать свою работу телевидение, как и другие корпоративные СМИ, должно исходя из тех целей, которые ставит перед ним учредитель, т.е. университет. Работа телевидения в высшем учебном заведении тесно связана с организацией учебного процесса, с различными этапами обучения студентов и является неотъемлемой частью «комплекса естественно-научных, технических и гуманитарных, фундаментальных и прикладных исследований, разработки и продвижения нововведений в науку, учебный процесс и производство»²⁶.

²⁶ Глушков А. А., Циулина И. А. Специфика содержательной модели вузовской газеты «Технополис» // Корпоративные массмедиа (генезис, функционирование, трансформации). СПб. : СПбГУ, 2010. С. 126 – 132.

Основное обсуждение плана работы по созданию программ, тактике его выполнения происходит на еженедельных творческих летучках. Летучка проводится по следующей постоянно действующей схеме:

- просмотр программы, прошедшей накануне в эфире;
- разбор сюжетов по определённым критериям;
- планирование следующих программ;
- обсуждение готовности предстоящей программы;
- назначение редактора, редактора диалогов, редактор суфлёра, оператора, стилиста, ведущих следующей программы.

Прежде чем планировать будущие выпуски информационной программы, студентам показывают сентябрьские выпуски прошлых лет. Перед ними ставится задача выполнить ряд практических заданий:

1. Составить план сюжетов каждой программы.
2. Выделить повторяющуюся ежегодно тематику сюжетов.
3. Проанализировать сюжеты на повторяющиеся темы.
4. Обосновать «обязательное присутствие» («возможное отсутствие») данной тематики в информационных выпусках.
5. Предложить свой вариант раскрытия повторяющихся тем.

После обсуждения этих вопросов необходимо перейти к планированию первых четырех сентябрьских выпусков: первый, второй выпуски составляются обстоятельно, третий-четвертый – более схематично.

Каждая предлагаемая тема обсуждается: насколько она важна для университетского сообщества, приемлема именно в этом выпуске. Наконец, определяются желающие подготовить тот или иной сюжет. На следующем занятии авторы будущих сюжетов должны вынести свои синопсисы на всеобщее обсуждение.

Информационные выпуски формируются под руководством опытных профессионалов. Кроме них, над каждым выпуском работает студент-редактор, в обязанности которого входят организационные моменты: составить расписание выездов и монтажа, контроль выездов съемочных групп, помощь в освоении технологии подготовки сюжетов. Он же собирает выпуск, проверяет правильность набранных субтитров, отправляет готовую программу на городской телеканал по Интернету и выкладывает в You Tube и отправляет ссылку с главной страницы сайта университета.

В 3-м семестре обычно такую работу выполняют старшекурсники. Наиболее организованные, обладающие лидерскими качествами студенты 2-го курса, уже в 4-м семестре сами станут редакторами.

Таким образом, одна из самых востребованных специализаций телевизионной журналистики получает теоретическое обоснование и практическую реализацию в рамках обозначенного курса.

Журналистская практика соотносится с типологической системой жанров, социальными потребностями аудитории, технико-технологическими возможностями оборудования, индивидуальными данными будущего тележурналиста. Особое внимание уделяется собственно журналистскому тексту как универсальной журналистской дефиниции.

Для эффективной работы над программой все студенты делятся на две группы. Каждая из них занимается выпуском программ через неделю или через две недели (в порядке эксперимента студентам дается возможность решить это самим, а затем – закрепить выбранный вариант до конца учебного года).

За год на университетском телевидении выходит от 33 до 44 выпусков информационной программы «Стрела времени».

Например, в 2014/15 учебном году график будет выглядеть следующим образом:

Осенний семестр:

Сентябрь – 4 выпуска: 5, 12, 19, 26 сентября

Октябрь – 5 выпусков: 3, 10, 17, 24, 31 октября

Ноябрь – 4 выпуска: 7, 14, 21, 28 ноября

Декабрь – 4 выпуска: 5, 12, 19, 26 декабря

Весенний семестр:

Январь – 4 выпуска: 9, 16, 23, 30 января

Февраль – 4 выпуска: 6, 13, 20, 27 февраля

Март – 4 выпуска: 6, 13, 20, 27 марта

Апрель – 4 выпуска: 3, 10, 17, 24 апреля

Май – 4 выпуска: 8, 15, 22, 29 мая

Июнь – 3 выпуска: 5, 19, 26 июня

Выпуски январские и июньские в связи с периодом сессий и каникул могут быть сборными или тематическими.

Редактор Универ-ТВ имеет расширенный план с точным указанием дат выхода в эфир. Поквартальное планирование предполагает указание значимых ежегодных мероприятий, которые происходят в университете, например: 1 сентября – День знаний, 1 октября – День музыки, октябрь – «Студенческая осень», 25 января – Татьянин день, 8 февраля – День российской науки, март – конкурс «Мартовские ко-

ты», апрель – студенческие научные конференции, «Студенческая весна», 9 мая – День Победы, 1 июня – День защиты детей.

Данные события могут быть преподнесены не только в репортажном варианте, но и в виде обзора прохождения праздников и мероприятий за прошедшие годы. Подобный анализ событий важен как для студентов, так и для студенческой программы в целом.

В перспективном плане отображаются значимые даты мировой истории, науки, культуры, юбилеи знаменитых людей. Эти даты предполагают создание сюжетов тематической направленности. Задания на подобные темы даются заранее, потому и требование к качеству телепродукта повышается. Но всё-таки основное наполнение программы должны составлять материалы с информационным поводом «на этой неделе в ВлГУ...».

2.3. Требования к информационным выпускам

Существуют определённые требования, предъявляемые к информационным программам. Выпуски университетского телевидения, безусловно, отличаются от выпусков федеральных, областных, городских каналов в силу своих корпоративных задач. Попробуем кратко сформулировать основные положения возможного содержания программ. В информационной программе университетского телевидения должны быть охвачены следующие темы:

1. Официальная информация: что произошло в университете за прошедшую неделю; обращение ректора, проректоров, деканов, ведущих кафедрами.

2. Научные конференции, которые ежедневно проходят в разных институтах университета.

3. Гости – отдельные интервью с ними.

4. Научные разработки, защиты диссертаций, дипломов, проектов.

5. События гуманитарных факультетов – встречи, дискуссионные клубы.

6. Награды, полученные студентами, аспирантами, профессорско-преподавательским составом, научными или творческими коллективами.

7. Заседания Ученого совета университета, обсуждение важных вопросов развития вуза (последняя неделя каждого месяца – репортаж).

8. Учебный процесс: новые специальности, направления, новые предметы.

9. Работа приемной комиссии, профориентация.

10. Международная деятельность: поездки на учебу, на работу, заключение договоров.

11. Дисциплина: опоздания студентов и преподавателей, курение; культура отношений – взаимная вежливость.

12. Культура, спорт.

13. Социальная политика: зарплаты, стипендии, выплаты.

14. Учеба инвалидов, их участие в жизни университета.

15. Мини-очерк или зарисовка о представителе профессорско-преподавательского состава, об одаренном студенте, о сотрудниках вспомогательных служб университета.

16. Жизнь общежитий.

17. Просветительская тема: интересное из мира науки.

18. Юмор из жизни университета (можно под рубрикой «Без комментариев»).

19. Анонс событий.

Рубрики могут быть добавлены или исключены в зависимости от актуальности событий.

В информационном выпуске, длительность которого – 20 мин, должно быть не менее 7 – 8 сюжетов.

Требования к информационному сюжету:

1. Хронометраж – не более 2-х мин.

2. Стэндап – в начале и в конце (можно в середине) сюжета.

3. Раскрытие темы сюжета.

4. Содержательные синхроны – не более 3-х в сюжете (разные люди).

5. Каждый синхрон – не более 20 с.

6. Правильное оформление текста сюжета: название, подводка, левый ряд, субтитры, хронометраж синхронов, дикторский текст, расшифрованные полностью синхроны, прощание с указанием авторов в конце.

После обсуждения на летучке тема сюжета включается в план предстоящей программы. Необходимо разработать концепцию сюжета, подать заявку с написанным синопсисом, чтобы попасть в расписание работ на следующую неделю.

Обычно на написание текста студентам дается значительно больше времени, чем на работе в эфирной телекомпании, но – не более суток с момента завершения съемок.

Если в расписании указан выезд на съемки – 08.30, то корреспонденту и оператору следует прийти на студию не менее чем за

полчаса до этого времени, чтобы успеть подготовить оборудование. Лучше это делать заранее. К утренней съемке готовятся с вечера.

Что входит в понятие «подготовиться к съемке»?

Новое расписание выездов вывешивается в пятницу, корреспонденты и операторы знают, в какие дни у них состоятся съемки. Значит, смогут правильно спланировать дела на следующую неделю.

Расписание монтажа зависит от расписания съемок. Заранее следует посчитать, что после проведенной съемки нужно отвести определенное количество времени на написание и утверждение текста, а потом определять день монтажных работ.

К началу съёмок корреспондент сам должен определиться с разработанной сюжетной линией своего материала, посвятить в детали предстоящей работы оператора, согласовать ход работы с редактором.

На выезд надо приходить минимум за полчаса до отправления. Корреспондент должен взять кассеты для съемки (в зависимости от события), перепроверить оператора: взят ли микрофон, штатив, достаточно ли заряжен аккумулятор.

На съемочной площадке и оператору, и корреспонденту предстоит работать «в связке», чтобы выполнить редакционное задание, используя для этого все возможности.

Подготовка итоговых выпусков программы

По окончании осеннего и весеннего семестров студентам, показавшим хорошие результаты в обучении и стремящимся приобрести дополнительные навыки в работе в другом формате, предлагается сделать итоговую программу за прошедший семестр.

Для этого необходимо сначала систематизировать архивные данные: распределить сюжеты по темам (конференции, гости, учёба, развлечения, портреты, проблемы, победы и т.д.). Возможно, выбрать синхроны, которые необходимы для обобщенной картины прошедшего года.

Затем следует написать дикторский текст и подводки для ведущих. Готовый текстовый вариант отдать на подпись редактору, который поправит, дополнит, изменит. После этого необходимо доработать текст будущего фильма до совершенства. И только потом приглашать ведущих на запись закадрового дикторского текста.

Записанный текст позволяет перейти к монтажу материала. Готовые фрагменты видеоматериалов выпусков дадут возможность

быстро собрать новый материал, но при условии, что это качественное видео, а текст совпадает с видеорядом.

Следующий этап – доработка текста ведущих и его запись. Далее – техническая обработка созданного фильма (обработка звука, видео, сведение программы).

Подготовка новогоднего выпуска (за календарный год) ведется по такому же принципу, что итоговый выпуск за семестр.

Персоналии студентов

Все виды работ на университетском телевидении выполняют студенты под руководством опытных специалистов.

Во время 3-го и 4-го 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».

На еженедельной летучке кроме корреспондентов и операторов, занятых производством сюжетов, назначается «команда выпуска»: редактор, режиссёр, оператор, «суфлёр», стилист, ведущие. Для каждого определена своя часть работы.

В обязанности редактора выпуска входит подготовка программы, сбор всей информации в единое целое. Оценивая его работу, на первый план выдвигаются такие качества, как грамотность (отличное знание русского языка), информированность (умение работать с большими объемами информации), коммуникабельность, умение работать в команде, деликатность в общении с коллегами-студентами. К тому же, он должен быть опытным пользователем ПК и знать специфику работы в социальных сетях. Результаты работы редактора оценивает на летучке редактор университетского ТВ.

В обязанности оператора входит выезд на съемки с корреспондентом, где они работают в тесном контакте, обсуждая сценарий и согласовывая ход съёмок. Отвечает за качество и количество отснятого видеоматериала, согласно предъявляемым на телевидении требованиям, контролируя качество записи во время съемок. Перед выездом контролирует исправность и работоспособность необходимой аппаратуры (камеры, микрофона, батарей, переносного и накамерного освещения), на съемках использует штатив. Своевременно информирует редактора и техническую службу о неисправности подотчетной съём-

мочной и звукозаписывающей техники. Выполняет функции студийного оператора во время прямого эфира и записи программ.

В обязанности редактора суфлёра входит сохранение всего материала в суфлер, редактирование суфлера, подготовка титров и анонсов, написание бегущих строк.

В обязанности стилиста входит укладка причёсок ведущих, нанесение макияжа. Подбирает одежду и аксессуары, исходя из индивидуальных особенностей ведущих.

В обязанности ведущих входит чтение заранее данного редактором текста диалогов в кадре либо за кадром. Следует стремиться иметь хорошо поставленный голос, грамотную речь, знать основы актерского мастерства, основные инструменты профессионального чтения. Кроме того, ведущий должен обладать такими качествами, как эрудированность, коммуникабельность, доброжелательность, раскованность, чувство юмора, стрессоустойчивость, способность выполнять несколько дел одновременно, быстрота реакции, находчивость.

Из студенческой среды могут быть выделены еще два важных персонажа: помощник редактора и помощник директора (продюсер). Они выполняют задачи более серьезного уровня: вместе с руководством университетского телевидения определяют творческое развитие телевидения на ближайшую перспективу.

Как показывает практика, художественный совет, как в профессиональной телекомпании, на университетском телевидении не сможет работать, как требуется. Но мини-совет из старшекурсников собрать всё-таки необходимо, так как возраст преподавателей и студентов диктует разницу понимания жизни. Но совместное общее мнение важно для развития университетского телевидения.

Работа над программой «Говори, университет!»

Еженедельная программа «Говори, университет!» представляет опрос членов университетского сообщества ВлГУ на актуальные темы. За несколько лет это были опросы на следующие темы:

1. Отчего так много разводов? Люди ошибаются в выборе супруга?
2. Как вы лечитесь? Много ли вы пьете таблеток? Всегда ли вы обращаетесь к врачу или занимаетесь самолечением?
3. Всегда ли вы поздравляете близких вам людей, друзей, знакомых, одноклассников с днем рождения, с праздниками? Дарите ли вы подарки? Какие?

4. Защитник Отечества – каким он должен быть? Есть ли среди ваших друзей такие люди?

5. Россия – разве «унылая, скучная страна»? Куда бы вы порекомендовали съездить в России своим зарубежным друзьям?

6. Какую идею надо разработать науке сегодня? Какие изобретения последних десятилетий вам представляются самыми значительными?

7. Кого из владимирских ученых вы знаете? Какой вклад они внесли в науку?

8. Авторитетные люди Владимирской области (перечислите).

9. Был ли у вас в жизни велосипед, мопед? Подарите ли вы своим детям мопед до совершеннолетия?

10. Вы видели глаза своей шубы? Как вы относитесь к убийству живых существ на планете Земля?

11. Битва за Донбасс: чем закончится конфликт? Будет ли второй Нюрнбергский процесс?

12. Что может остановить Третью мировую войну?

13. Если бы у вас был «кусочек власти», что в первую очередь сделали бы вы?

14. Если бы вы были министром образования, то что бы вы изменили в работе университетов?

15. Студенческая подработка вредит учебному процессу?

Новые темы определяются также на летучке путём предложения и всеобщего отвержения или согласия. Тема должна быть настолько актуальной, чтобы зритель был в курсе основы обсуждения, чтобы она была настолько интересна, что он должен остановиться у экрана, чтобы от говорящих были услышаны такие неожиданные мнения, что у зрителей появились бы новые мысли и возникало новое понимание современной действительности.

Тематика опросов разрабатывается в начале семестра на общей летучке, затем дорабатывается к каждой новой программе. Темы для обдумывания закрепляются персонально за студентами. В зависимости от приближения темы студент знакомит весь курс с вопросами, которые будет задавать и получает или одобрение, или совет доработать их, или одноклассники дополняют вопросы. Таким образом уточняется суть редакционного задания.

Далее определяется круг лиц, которые бы ответили на эти вопросы: это могут быть случайные студенты, с которыми съемочная группа

встречается в корпусах университета; возможно, потребуется опрос определённых групп лиц – например, профессорско-преподавательского или учебно-вспомогательного состава.

Корреспондент разрабатывает два стэндапа: в начальном кратко излагает суть интересующего нас вопроса, в конечном – подводит итог опроса. Далее определяются даты съёмок, монтажа и сдачи материала в эфир.

Требования к программе «Говори, университет!»

1. Определите цель опроса.
2. Основательно проработайте тему опроса (важно понять, что вы сами хотите от тех, кому будете задавать вопросы). Разрабатывая вопросы, следует предугадывать различные направления разговора.
3. Составьте 20 вопросов и ответьте на каждый из них. Оставьте те, которые сформулированы наилучшим образом и могут вызвать интерес у опрашиваемых.
4. Сформулируйте один общий вопрос – кратко, четко, емко, ярко. Он будет фигурировать на протяжении всего опроса в виде титра на экране.
5. Чтобы получить более объективное мнение, следует опросить не меньше 25 человек.
6. При просмотре отснятого материала выбирайте самые яркие (эмоциональные, содержательные) ответы.
7. Сделайте монтажную раскадровку: ответы следует выстроить так, чтобы была внутренняя интрига. Учтите трехактную структуру построения материала: завязка, развитие действия, кульминация, катарсис, развязка.

Работа над программой-анонсом «Афиша»

Основная задача программы «Афиша» – информирование о культурно-развлекательных событиях, которые могут быть интересны студентам и профессорско-преподавательскому корпусу, сотрудникам университета.

В еженедельной программе – 5 блоков: события университетской жизни; события Владимирского региона; события России; события мира; поздравления.

Каждый блок информации должен состоять из названия, даты, места события и его ярких характеристик. Стоимость билетов и другая

рекламная информация игнорируется или обыгрывается, исходя из одного вопроса: в состоянии ли студенты попасть на то или иное событие (материальные затраты: цена билета, стоимость проезда и пр.).

Поздравления в конце программы (дни рождения, юбилеи, защиты диссертаций, получение наград) должны быть поданы содержательно и оригинально.

В состав съемочной группы, создающей программу, входят: автор-ведущий, режиссер, оператор, монтажер, звукорежиссер, продюсер.

В программе «Афиша» обязательно должно быть несколько составляющих:

- информационная (университет, город, страна, мир);
- интеллектуальная (кино, театр, клубы, светские мероприятия, выставки, спорт, открытые лекции, встречи, наука, научные конференции);
- эмоциональная (выбор мероприятий с аргументацией).

В программе возможны и репортажные вкрапления:

- где побывали? что видели?
- студенты и преподаватели рекомендуют...
- сколько стоит билет на то или иное мероприятие?
- где взять деньги на поездку? как и где заработать?
- рекомендации интересных сайтов с информацией о культурных событиях в мире.

Контрольные вопросы

1. Чем корпоративные информационные программы отличаются от студенческих информационно-развлекательных?

2. Какие вопросы обсуждаются на еженедельно проходящих лекциях?

3. Что такое «текущее» и «перспективное» планирование информационных программ?

4. Какая тематика обязательно должна присутствовать в информационных выпусках университетского телевидения?

5. Каковы требования к информационному сюжету?

6. Технология производства итоговых выпусков информационной программы.

7. Требования к программам «Говори, университет!» и «Афиша».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

История развития отечественного университетского телевидения даёт основание утверждать, что ТВ университетов органично вписывается в процессы, связанные с развитием массмедиа. Корпоративная сущность университетского телевидения формировалась в неразрывной связи с технологическим становлением отечественного телевидения и основ тележурналистики. Следует отметить значимость университетского телевидения в истории развития регионального телевидения.

Вполне обоснованным является интерес современного регионального телевидения к телевидению вузов, для которого предоставляется возможность регулярного вещания на местных каналах. Общность подходов к осмыслению и построению информационного ряда, относящегося к жизни региона, заинтересованность в творческом потенциале университетского телевидения – вот составляющие сотрудничества региональных телеканалов с вузовским телевидением.

Осмысление корпоративной прагматики деятельности университетского телевидения в исторической перспективе может быть представлено в парадигме терминов, определяющих суть явления: телелекции, учебное телевидение, телелаборатория, университетская телестудия и, наконец, университетское телевидение. Очевидно, что университетское телевидение в его современном состоянии выступает не столько учебным телевидением или средством технического обеспечения методического процесса, но именно телевидением, претендующим на определённый медиасегмент.

Телевидение высших учебных заведений предоставляет СМИ информацию о вузе, заявляет о себе как о составляющей бренда университета, его визуального имиджа, позиционируется как основа высококачественной профессиональной подготовки студентов, способ реализации творческих амбиций студентов и т.д. Ставится задача сформировать определённое представление об учебном заведении как о центре концентрации научных, культурных, общественно-гуманистических ценностей.

Практическая деятельность студентов в процессе создания медийного продукта на базе университетского телевидения не должна существовать вне учебного процесса, целью которого является фор-

мирование профессиональных компетенций. В связи с этим во Владимирском государственном университете было принято решение использовать возможности телевидения в обучении студентов.

В учебно-методических моделях журналистского образования, созданных на кафедре журналистики, рекламы и связей с общественностью ВлГУ, практическая работа студентов выстраивается в соответствии с процессами конвергенции в современной журналистике, с теорией социальных и культурных потребностей аудитории, теорией телевизионных жанров, технико-технологическими возможностями оборудования, индивидуальными данными студента.

В процессе обучения студенты объединяются в группы, распределяют профессиональные обязанности: режиссер, оператор, монтажер, продюсер. Такой подход позволяет говорить о формировании качественной подготовки журналистов, которые в практической деятельности должны будут совмещать различные профессиональные специализации. Лучшие проекты представляются на различных студенческих телевизионных фестивалях и конкурсах.

Создание собственного бизнес-плана – одна из задач обучения, которая также проецируется на практическую работу студента на университетском телевидении, что позволяет ему осмыслить реальность проектов, представляемых в форме портфолио.

Важнейшая задача современной профессиональной подготовки журналистов – формирование навыков работы в условиях конвергентной журналистики. Университетское телевидение предоставляет возможность практического участия студентов не только в создании конкретного медийного продукта, но и в его размещении на различных коммуникационных площадках, создании журналистского текста, возможность интерактивного общения с аудиторией.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

ПЛАНИРОВАНИЕ ПРОГРАММЫ

«СТРЕЛА ВРЕМЕНИ» № 8(137)

24 октября 2014 г.

Редактор – В. Графская

Диалоги – А. Новосельцева

Ведущие – А. Щукина, В. Львов

Суфлёр – В. Львов

Стилист – Е. Угарова

Сюжеты в программе:

1. Поездка в Бакулевский центр (А. Новосельцева, С. Гусаров).
2. Осенний призыв (Д. Родин, А. Михалёв).
3. Электронная библиотека (А. Бирюкова, А. Шилов).
4. Стажировка в Болгарии (Е. Угарова, М. Палагин, А. Егорычев).
5. Дискуссия о красоте (И. Юрий, А. Дубровский).
6. «Зачарованный голос» (А. Бабайлова, Е. Башурина).
7. Памяти В.И. Туркова (А. Хуторской, М. Котов).
8. Фотовыставка (А. Михалёв, А. Никольский).

ДИАЛОГИ ВЕДУЩИХ В ПРОГРАММЕ

Настя: Здравствуй, дорогой зритель.

Виктор: Привет.

Настя: В эфире информационная программа «Стрела времени». И мы, ее ведущие, студенты 2-го курса направления «Журналистика» Виктор Львов...

Виктор: ... и Анастасия Щукина.

Настя: Сегодня в программе:

Бакулевский центр. Как выпускники нашего университета могут пригодиться медицине.

Осенний призыв. Кто из студентов ВлГУ идет в армию...

Международная практика студентов. На этот раз – в Болгарии.

Виктор: Наш университет подписал соглашение о сотрудничестве с московским сердечно-сосудистым центром им. Бакулева.

Настя: В скором времени в ВлГУ должен появиться медицинский факультет.

Виктор: Хотелось бы узнать подробнее...

Настя: Подробнее – в сюжете Алины Новосельцевой.

Сюжет «Поездка в Бакулевский центр»

Виктор: Осень – время очередного призыва в армию.

Настя: Виктор, у тебя отсрочка, ты ведь – студент.

Виктор: Да, отслужу после окончания университета. Но в этом году у нас двое ребят взяли академ и пошли в армию.

Настя: Значит, у них какой-то особый взгляд на действительность.

Виктор: Кстати, сейчас многие девушки хотят служить.

Настя: Только не я.

Виктор: А если муж будет военным?

Настя: Я хочу работать на телевидении. Разве в военных городках оно есть? Нет! Военный муж отменяется.

Виктор: Рационально мыслят современные девушки.

Настя: Зато Дмитрий Родин очень бы хотел, чтобы девушки вставали в армейский строй.

Виктор: Судя по его сюжету – всё не так...

Сюжет «Осенний призыв»

Виктор: А не кажется ли тебе, Настя, что пора подумать о летней практике. Например, на Первом канале!..

Настя: Ха-ха! Почему только на первом? Я хотела бы на пятом французском.

Виктор: Ну, это уж слишком...

Настя: Почему же? Ребята с других факультетов ездят на стажировки за рубеж. Очень актуально!

Виктор: Есть конкретные примеры?

Настя: Конечно. Твоя сокурсница, Елена Угарова, тебе все сейчас расскажет.

Сюжет «Стажировка в Болгарии»

Настя: Виктор, что ты слышал об электронной библиотеке ВлГУ?

Виктор: Знаю, что есть такая в 1-м корпусе. Но больше люблю обычные книги.

Настя: Эх, не был ты в электронном читальном зале. Между прочим, там так много посетителей, что мне вчера даже очередь пришлось занимать.

Виктор: Что же там такого особенного?

Настя: Обо всех особенностях и удобствах электронного читального зала нам расскажет Анастасия Бирюкова.

Сюжет «Электронная библиотека»

Настя: Виктор, ты проучился на нашей кафедре 2 года. Рад, что выбрал журналистику?

Виктор: Рад. Ни разу не пожалел, тем более у нас такие хорошие преподаватели.

Настя: Это ты верно заметил! Некоторые из них начинают преподавать журналистику не только нашим студентам, но и школьникам.

Виктор: Знаю. Слово – Дарье Шишкиной.

Сюжет «Школа журналистики»

Настя: Минул год, как не стало известного владимирского журналиста и преподавателя Виталия Туркова.

Виктор: Но воспоминания о нем до сих пор живут в сердцах его друзей, знакомых и коллег.

Настя: В прошедшую субботу состоялась презентация книги воспоминаний о Виталии Ивановиче под названием «Ушел, чтобы... остаться».

Виктор: Наша съемочная группа побывала на этом событии.

Сюжет «Памяти Туркова»

Настя: Несколько раз в год в читальном зале ВлГУ открывается выставка фоторабот студентов 2-го курса направлений «Журналистика» и «Телевидение».

Виктор: Твои фотографии там тоже есть?

Настя: Сейчас узнаешь. Смотрим сюжет Александра Михалева.

Сюжет «Фотовыставка»

Виктор: Я помню чудное мгновенье:

Передо мной явилась ты,
Как мимолетное виденье,
Как гений чистой красоты.

Настя: Какой молодец всё-таки Пушкин. Надо же так красиво сказать!

Виктор: Да, я вообще люблю читать стихи, особенно вслух.

Настя: Почему ты тогда не участвуешь в конкурсе «Зачарованный голос»?

Виктор: Какой голос?

Настя: «Зачарованный»! Конкурс выразительного чтения. Проходит в университете каждый год! Сейчас Анастасия Бабайлова тебе все расскажет.

Сюжет «Зачарованный голос»

Виктор: Нам пора прощаться.

Настя: Выпуск был насыщенный – наши корреспонденты и в Москве побывали, и призывников проводили.

Виктор: Но и в следующий раз мы найдем, чем вас удивить.

Настя: Смотрите следующий выпуск «Стрелы времени» в пятницу, в 6 часов вечера, на телеканале Вариант.

Виктор: Далее в программе – «Говори, университет».

Настя: Светлана Яцко поговорила со студентами об ужасных событиях в Донбассе.

Виктор: До свидания.

Настя: До новых встреч!

ЗАЯВКА НА ВЫЕЗД НА СЪЁМКУ

ЗАЯВКА ВЫЕЗД НА СЪЁМКИ

Тема сюжета _____
 Программа _____
 Синописис _____

 Дата съёмки _____ Время съёмки _____
 Место съёмки _____ Дата эфира _____
 Автор _____ Оператор _____
 Транспорт _____
 Согласовано: Редактор _____ Директор ЦСМК _____

ЗАЯВКА НА МОНТАЖ

Заявка на монтаж

Название материала _____
 Дата _____
 Время _____
 Монтажёр _____
 Особое монтажное оборудование _____
 Подпись _____

АРХИВ

Номер программы	Название сюжета	Дата	Хронометраж	Примечание

Приложение 6

РАСПИСАНИЕ ВЫЕЗДОВ НА СЪЁМКУ

Дата	Название материала	Место съёмки	Время съёмки	Корреспондент	Оператор
27.10					
28.10					
29.10					
30.10					
31.10					
01.11					
02.11					

Приложение 7

РАСПИСАНИЕ МОНТАЖА

Дата	Время	Монтажное место	Название материала	Монтажёр
27.10	12 – 16 12 – 16 14 – 18	№ 5 № 3 № 2	«Звездные врата» «Зачарованный голос» «Американская журналистка»	В. Кукушкина А. Бабайлова А. Егорычев
28.10	09 – 12 10 – 14	№ 5 № 2	«Звездные врата» «Американская журналистка»	В. Кукушкина А. Егорычев
29.10	15 – 18	№ 1	«Говори, университет! (супружеские измены)»	С. Тохтоназарова
30.10	09 – 12 12 – 16 14 – 18 14 – 20			
31.10	09 – 12	№ 01	Сведение программы	

ПРИМЕР НАПИСАНИЯ ЭССЕ

Понедельник, час вперед...

«Раньше сильно переживала, что по какой-то непонятной несправедливости у меня отнимают час. Час сна. Но почему именно сна? Может, час работы? Час веселья? Может, час стояния в автобусной давке? Кому-то не хватает 48 часов в сутки. А мы переживаем за час. Почему не переживаем за лишние 24 часа?» *(Дина Гущина)*

«Я никак не пойму, куда пропадает этот час. Он просто выпал из жизни, но где та свалка, на которой валяется остановившееся время?» *(Марина Березкина)*

«Наступила весна. Перевели часы. В выходные забрали из нас целый час времени. Ну и пусть. Главное, что ты идешь по улице и ощущаешь весну: ярко светит солнце, лениво тает снег, вернувшись с югов, приятно чирикают птицы...» *(Дмитрий Кузютин)*

«Помните, когда переходили на зимнее время, как это было здорово! Целый лишний час добавился к выходным! Можно было почитать интересную книжку, посмотреть концептуальный фильм... Но за все надо платить. Вот в весенние выходные у нас и забрали целый час. Как хочешь – так и выкручивайся. Печально все это, но чертовски справедливо» *(Юрий Селиверстов)*

«В России 11 часовых поясов. Получается, что мы можем не только 11 раз отметить Новый год, но и 11 раз проснуться на час вперед. Роль этих 60 минут неоценима. Без них никак бы не появился веселый рассказ барона Мюнхгаузена про 32 мая. А знаменитый композитор Свиридов, между прочим, всегда с нетерпением ждал этого часа. Даже сочинил композицию «Время, вперед!». И главный канал нашего ТВ долгое время ее включал на заставке» *(Виктория Смирнова)*

«Ворюги! Украли час, целый час моего драгоценного сладкого сна! Бессовестно обокрали и обобрали бедного и так вечно не досыпающего человека. А самое главное, что и пожаловаться некому. Милиция даже с собаками здесь бессильна. Теперь жду октября, когда мой часик мне вернут. Все-таки...» *(Юлия Дугина)*

«Когда переводят час вперед, то все мы приближаемся к будущему. Но я уверена, что все желали бы перевести стрелки назад: на час, на день, на неделю, на год, на десятилетие. Из сорокалетних – в

двадцатилетние, из студентов – в беспечных школьников, когда все еще живы и счастливы, когда еще не совершены ошибки, за которые стыдно все последующие часы вперед» (*Ольга Андриенко*)

«Надо сказать честно: я бы этого перевода часа вперед или назад и не заметила бы, если бы не часы, висящие в каждой комнате и показывающие разное время. Одни уже успели перевести, до других еще не дошли руки. Другое дело, если бы мы переводили часы на 2 – 3 часа. Вот тогда я понимаю... В субботу просыпаемся, например, при свете солнца, а в воскресенье часов до девяти ждем рассвета...» (*Елена Череменская*)

«Сижу, зеваю. И думаю: с самого детства ведь обманывают! Какая несправедливость! И птичье молоко птицы приносят! И олады из моих нелюбимых кабачков под видом обыкновенных подают. Еще и стрелки часов переводят! Только теперь я обман и вижу, и чувствую!» (*Екатерина Захарова*)

«Вообще это ужасно! Как так можно? Час менять 2 раза в год? Сначала было много времени, чтобы поспать, а теперь – мало. Дома (в Африке) ни разу не слышал, что час вперед или назад. Из-за этого на первую пару уже 5 лет не хожу. В общежитии стал рано вставать и поздно ложиться спать – получается, мало сплю. И самое смешное, что когда рано вставал – все спят еще, и я, как псих, по коридорам гуляю. А в понедельник еще хуже будет – обязательно засну на какой-нибудь паре. Пусть препод на меня не сердится. Не виноват я! Погода такая!» (*Куссакана Сей*)

«Организм борется с новым временем. Все сонные. В голове – не пойми что, и кондукторы в автобусе еще злее. Но при этом есть одна, но очень приятная мысль – всем плохо, не только тебе. Это объединяет нацию. Хорошо только энергетикам, экономия. Но придет октябрь – и мы отоспимся. За весь недоброжелательный апрель» (*Антон Терешкин*)

«Подъем. На телефоне 8 утра. «Вроде все как всегда, то же небо опять голубое», но что-то изнутри говорит мне об обратном. Я – не выспался. Мой мозг по-прежнему в спячке. Включаю Первый канал. Екатерина Стриженова с экрана сообщает, что вся страна перешла на летнее время. Я с тоской вспоминаю о своей неосуществленной детской мечте – стать космонавтом. Сейчас бы жил по декретному времени и спал бы еще и спал. Может, все-таки попробовать мечту осуществить?» (*Алексей Метелкин*)

ТЕКСТ СЮЖЕТА

«Наследники Левши» (февраль 2014 г.)

Иллюстрации из книг Лескова	Каждый из нас знает историю кузнеца Левши. Герой повести русского писателя XIX века Николая Лескова умудрился подковать блоху, чем прославился на весь мир. В наше время имя литературного персонажа звучит в названии российской олимпиады по физике – «Наследники Левши». Идея ее проведения принадлежит Тульскому государственному университету.
Николай Коржук – зам. начальника управления довузовской подготовки Тульского государственного университета (23:50:05 – 24:28:24)	<i>Смысл и цели нашей олимпиады заключаются в том, чтобы выбрать детей, которые мыслят не стандартно и оригинально. Поэтому мы назвали эту олимпиаду «Наследники Левши» – по имени человека, который смог не стандартно и оригинально поступить в сложившейся ситуации. Мы ищем именно таких ребят и надеемся, что за ними – будущее нашей страны.</i>
Школьники сидят за партами и готовятся к олимпиаде	Юные физики прибыли в ВлГУ со всей Владимирской области. Все они свяжут свою жизнь с точными науками и будут поступать в разные вузы страны.
Ярослав Сбруев, г. Гусь-Хрустальный (22:41:10 – 22:51:13)	- Почему ты пришел на олимпиаду по физике? - Я собираюсь поступать в университет, где нужна будет физика. Она мне интересна. - Ты к нам собираешься поступать или в другой вуз? - Нет, не в ваш. В Химки. В МЧС.
Анастасия Никологорская, г. Вязники (24:12:18 – 24:27:13)	- Почему ты пришла на олимпиаду по физике? - По физике, потому что мне нужно это для моей будущей профессии. - А какая у тебя будущая профессия? - Я хочу быть строителем. - А ты будешь поступать в наш вуз или другой? - ...Я буду подавать документы и к вам, и в другие университеты.
Выступление Садовского, слушающие школьники	У победителей олимпиады «Наследники Левши» появятся новые возможности: они смогут поступить в университет без дополнительных экзаменов, заниматься научной работой уже с 1-го курса и еще, что немаловажно, получать повышенную стипендию.
Николай Садовский, декан факультета довузовской подготовки ВлГУ (07:00:02 – 07:29:23)	<i>В соответствии с решением Ученого совета за каждым из них сохраняется право получить персонального руководителя в виде доктора наук или кандидата наук, ведущего активную работу в научной области, которую они выберут. ... Как правило, это одна из наукоемких технологий, связанных либо с лазерными технологиями, нанотехнологиями или электронными системами и так далее.</i>

Окончание

Школьники приступили к решению заданий	Для выполнения заданий олимпиады нужны знания сверх школьной программы. Такой серьезный уровень подготовки бывает у тех, кто занимается дополнительно с учителями математики в кружках, на факультативах.
Жанна, г. Гусь-Хрустальный (53:27:05 – 53:32:12)	<i>Задания были решаемые. Можно было решить, ничего такого заумного в принципе не было. // Но были такие задания, которые я не смогла решить, ну там 5-я задача, 4-я – сложные.</i>
Антон Юдин, г. Ковров (59:50:14 – 59:58:16)// (00:03:18 – 00:10:01)	<i>Было не сложно, но не решил задачи. Не особо готовился и некоторые формулы забыл. // Уровень не школьный, ближе уже так к областным олимпиадам, но вполне решаемо.</i>
Школьники в коридорах	Каждый год ученикам школ Владимирской области можно и нужно попробовать свои силы в олимпиаде по физике. Побороться за возможность интересного обучения с повышенной стипендией. Да и стать «наследником Левши» – великая честь! Алина Новосельцева, Сергей Гусаров специально для «Стрелы времени».

Приложение 10

ОТЧЕТ О РАБОТЕ СТУДЕНТА

Отчёт

студента гр. ЖРк-113 Евгения Иванова
о работе в программе «Стрела времени»
в 3-м семестре 2014 – 15 уч. г.

1. День знаний. 05.09.14, хронометраж 1 мин 50 с.
2. Конференция «Нанотехнологии и наноматериалы». 19.09.14, хр. 2 мин 45 с.
3. Греко-римская борьба. Серебро чемпионата Европы. 21.10.14, хр. 3 мин 05 с.
4. День открытых дверей. 28.10.14, хр. 1 мин 55 с.
5. Ученый совет университета. 28.10.14, хр. 2 мин 10 с.
6. ВлГУ – антитабачная территория. 05.11.14, хр. 3 мин 40 с.
7. «ОГО-шоу»-2014. 19.11.14, хр. 5 мин 15 с.
8. «Среда образования»-2014. 03.12.14, хр. 3 мин 15 с.

_____ (подпись)
_____ (дата)

Приложение 11

ЗАЯВЛЕНИЕ НА ВЫБОР КУРСА ОБУЧЕНИЯ

Зав. кафедрой ЖРСО
студентки гр. ЖРк-112
Орановой А.А.

Заявление

Прошу разрешить в 5-м семестре 2014 – 15 учебного года в курсе «Конвергентная редакция: курс на выбор» выбрать работу в «Университетской газете» (на университетском телевидении, на интернет-портале).

_____ (подпись)
_____ (дата)

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК*

1. Алексеев, Д. А. Корпоративное издание в формировании имиджа регионального вуза : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Д. А. Алексеев ; С.-Петербург. гос. ун-т. – СПб., 2005. – 21 с.
2. Баканов, Р. П. Телевидение Казанского университета: итоги контент-анализа / Р. П. Баканов // Знак. – 2012. – № 6. – С. 30 – 34.
3. Бережная, М. А. Университетское ТВ: вариативность концепций [Электронный ресурс] / М. А. Бережная. – Режим доступа: <http://www.http:planetasmi.ru/blogi/comments/6>. (дата обращения: 12.06.2012).
4. Борецкий, Р. А. Телевидение на перепутье / Р. А. Борецкий. – М. : ТЭФИ, 1998. – 298 с.
5. Борецкий, Р. А. Осторожно, телевидение! / Р. А. Борецкий. – М. : ИКАР, 2002. – 380 с.
6. Борецкий, Р. А. Журналист ТВ: за кадром и в кадре / Р. А. Борецкий, Г.В. Кузнецов. – М. : Искусство, 1990. – 234 с.
7. «Зачетное ТВ»: три вида телестудий для учебного заведения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.matrixeng.ru/library/articles/element.php?> (дата обращения: 12.02.2012).
8. Зверева, Н. В. Школа регионального тележурналиста : учеб. пособие для студентов вузов / Н. В. Зверева. – М. : Аспект-Пресс, 2004. – 320 с.
9. Кузнецов, Г. В. Журналист на экране / Г. В. Кузнецов. – М. : Искусство, 1985. – 318 с.
10. Кузнецов, Г. В. Так работают журналисты ТВ / Г. В. Кузнецов. – М. : Изд-во МГУ, 2001. – 279 с.
11. Кузнецов, Г. В. ТВ-журналистика: критерии профессионализма / Г. В. Кузнецов. – М. : РИП-холдинг, 2002. – 274 с.
12. Кузнецов, В. Г. Телевизионная журналистика / В. Г. Кузнецов, В. Я. Цвик, А. Я. Юровский. – М. : Изд-во МГУ : Высш. шк., 2012. – 274 с.
13. Лейтес, Л. С. Развитие техники и ТВ-вещания в России : справочник / Л. С. Лейтес. – М. : ФГУП ТТЦ «Останкино», 2005. – 234 с.
14. Маклюэн, М. Понимание медиа / М. Маклюэн. – М. : Жуковский, 2003. – 165 с.

*Приводится в авторской редакции

15. Муравьёва, Н. А. Вузовские медийные ресурсы / Н. А. Муравьёва // Высшее образование в России. – 2006. – № 2. – С. 99 – 102.
16. Муратов, С. А. Телевидение в поисках телевидения / С. А. Муратов. – М. : МГУ, 2001. – 194 с.
17. Нигматуллина, К. Р. Идеологическая концепция проекта университетского телевидения / К. Р. Нигматуллина // Корпоративные массмедиа (генезис, функционирование, трансформации) : материалы науч.-практ. семинара «Современная печать в контексте коммуникативных процессов (корпоративные массмедиа)» / отв. ред. Б. Я. Мисонжников. – СПб. : СПбГУ, 2010. – С. 166 – 170.
18. Николаенко, В. А. История создания учебного телевидения УлГТУ / В. А. Николаенко, М. Я. Николаенко, Г. С. Тетнев // Телевидение и учебный процесс : сб. тез. – Ульяновск : УлГТУ, 2001. – С. 8 – 10.
19. Носкова, Т. Н. От учебных телепередач к современным информационным технологиям в образовании [Электронный ресурс] / Т. Н. Носкова. – Режим доступа: <http://www.ict.edu.ru/ft/004292/sec1.pdf> (дата обращения: 14.02.2012).
20. Российское телевидение: между спросом и предложением : в 2 т. / под ред. А. Г. Качкаевой, И. В. Кирия. – М. : Академия телевидения, 2007. – 478 с.
21. Саппак, В. С. Телевидение и мы: Четыре беседы / В. С. Саппак. – М. : Искусство, 1988. – 375 с.
22. Сидорова, Т. И. Университетское телевидение как инструмент формирования корпоративной культуры вуза : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Т. И. Сидорова ; УрГУ. – Екатеринбург, 2011. – 25 с.
23. Смирнова, О. В. Особенности преподавания журналистики в США / О. В. Смирнова // Современное журналистское образование: технологии и особенности преподавания / под ред. Е. Л. Варгановой. – М. : Медиамир, 2008. – С. 68 – 77.
24. Современное журналистское образование: синтез теории и практики / под ред. Г. В. Лазутиной. – М. : Медиамир, 2010. – 248 с.
25. Современное журналистское образование: компетентностный подход / под ред. Г. В. Лазутиной. – М. : Медиамир, 2011. – 230 с.
26. Телевидение и учебный процесс : сб. науч. тр. – Ульяновск : УГТУ : Венец, 2001. – 229 с.

27. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 031300 «Журналистика» (квалификация (степень) «бакалавр») [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.edu.ru/db-mon/mo/Data/d_09/prm775-1.pdf (дата обращения: 24.10.2011).

28. Фатеева, И. А. Медиаобразование: теоретические основы и практика реализации : монография / И. А. Фатеева. – Челябинск : Изд-во Челябин. гос. ун-та, 2007. – 130 с.

29. Цветкова, Н. С. К проблеме формирования речевой концепции корпоративного издания / Н. С. Цветкова // Корпоративные массмедиа (генезис, функционирование, трансформации): материалы науч.-практ. семинара «Современная печать в контексте коммуникативных процессов (корпоративные массмедиа)» / отв. ред. Б. Я. Мисонжников. – СПб. : СПбГУ, 2010. – С. 170 – 173.

30. Чемякин, Ю. В. Корпоративные СМИ: секреты эффективности / Ю. В. Чемякин. – Екатеринбург : Изд-во УрГУ, 2006. – 124 с.

31. Чемякин, Ю. В. Вузовские издания как тип корпоративных СМИ / Ю. В. Чемякин // Корпоративные массмедиа (генезис, функционирование, трансформации): материалы науч.-практ. семинара «Современная печать в контексте коммуникативных процессов (корпоративные массмедиа)» / отв. ред. Б. Я. Мисонжников. – СПб. : СПбГУ, 2010. – С. 132 – 137.

32. Черепинский, И. С. Учебное кино: история становления, современное состояние, тенденции развития дидактических идей / И. С. Черепинский. – Воронеж : Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1989. – 168 с.

33. Шейнин, А. Н. Журналистское образование и СМИ / А. Н. Шейнин // Знак: проблемное поле дискуссии. – 2009. – № 3. – С.17 – 35.

34. Шестёркина, Л. П. Методика телевизионной журналистики : учеб. пособие / Л. П. Шестёркина. – Челябинск : Изд-во ЮУрГУ, 2009. – 119 с.

35. Шестёркина, Л. П. Университеты и медиа: опыт и тенденции развития телерадиокомпании ЮУрГУ / Л. П. Шестёркина. – Челябинск : Изд-во ЮУрГУ, 2010. – 130 с.

36. Шестёркина, Л. П. Учебная модель конвергенции СМИ : учеб. пособие / Л. П. Шестёркина. – Челябинск : Изд-во ЮУрГУ, 2010. – 143 с.

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Глава 1. УНИВЕРСИТЕТСКОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ В РОССИИ	5
1.1. История университетского телевидения в СССР и России	5
1.2. Университетское телевидение ВлГУ	13
Контрольные вопросы	43
Глава 2. ИНФОРМАЦИОННЫЙ КОНТЕНТ УНИВЕРСИТЕТСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ.....	45
2.1. Структура информационных программ	45
2.2. Планирование информационных выпусков.....	46
2.3. Требования к информационным выпускам.....	49
Контрольные вопросы	56
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	57
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	59
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	70

Учебное издание

ГОВЕРДОВСКАЯ-ПРИВЕЗЕНЦЕВА Светлана Александровна

УНИВЕРСИТЕТСКОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ.
ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПРОГРАММЫ

Учебное пособие

Редактор Е. А. Лебедева
Технический редактор Н. В. Тупицына
Корректор В. С. Тверовский
Компьютерная верстка Е. А. Кузьминой

Подписано в печать 10.04.15.
Формат 60×84/16. Усл. печ. л. 4,42. Тираж 80 экз.

Заказ

Издательство

Владимирского государственного университета
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых.
600000, Владимир, ул. Горького, 87.