

СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННОГО ВУЗОВСКОГО РАДИОВЕЩАНИЯ

А.В. Прохоров

Тамбовский государственный университет

имени Г.Р. Державина

proh_and@rambler.ru

Развитие университетского радио в российских вузах в последние два десятилетия связано с удовлетворением необходимости образовательного процесса в практической подготовке будущих журналистов. Образовательная функция университетского радио рассматривается в качестве одного из его типформирующих признаков [1: 171]. При этом специалисты говорят об университетском радио как о формировании нового типа радиовещания.

В качестве синонимичных терминов в отечественной и зарубежной специальной литературе для обозначения университетского радио используются сочетания *«студенческое радио»*, *«колледж радио»*, *«кампус радио»*. Как правило, это станции, ориентированные на студенческую аудиторию, а в подготовке информационного продукта задействованы студенты. Программная политика радиовещания связана с интересами молодых слушателей [1: 171].

Развитие студенческого радио А.В. Колесникова связывает с тремя группами факторов:

- **техническими**: появление необходимого технического оборудования, программного компьютерного обеспечения);
- **финансовыми**: появление у университетов возможности приобретения необходимого оборудования, необходимость в имиджевой привлекательности вуза на рынке образовательных услуг путем внедрения различных новых технологий в процессе обучения и развитой системы внутрикорпоративных, вузовских СМИ);
- **практическими**: открытие специальности / направления подготовки «Журналистика» в столичных и региональных вузах и необходимость формирования у студентов практических навыков по радиожурналистике [3: 17-18].

А.В. Колесникова отмечает, что студенческое радио призвано стать «своеобразным проводником в студенческой жизни, площадкой, которая объединяет студентов, местом, где они могут обмениваться мнениями, решать проблемы, определять свои дальнейшие жизненные ориентиры». Это особенно важно в силу того, что спектр интересов и

потребностей в информации современной молодежи значительно шире, «чем та информация, которую она получает из современных федеральных или местных молодежных СМИ» [3: 15].

Важным признаком студенческого радио выступает целевая аудитория. По целевой аудитории студенческие радиостанции можно классифицировать следующим образом:

- студенческие радиостанции, направленные на широкую аудиторию, – студенческую молодежь. Сюда относятся радиостанции с 24-часовым вещанием, а также станции, представленные в сети Интернет в виде подкастов и иных форматов;
- студенческие радиостанции, направленные на узкую целевую аудиторию – учащихся конкретного вуза. Эту категорию составляют радиостанции с вещанием на территории вуза;
- студенческие радиостанции «смешанного типа», направленные как на узкую, так и на широкую аудиторию [4: 63-64].

Учредителем студенческих радиостанций как правило выступают сами учебные заведения или их структурные подразделения. Широкое распространение получила практика организации радиостудий на «журфаках» университетов.

По сущностным признакам радиостанции могут быть отнесены как к молодежным СМИ, так и к корпоративным. Студенческое радио, как и другие вузовские СМИ, в последние годы также направлены на решение корпоративных задач. Информационное наполнение радиостанций составляют новости из жизни университета, города, страны [4: 64].

По жанровому разнообразию контента радиостанций следует отметить информационные, аналитические, документально-художественные радиопередачи. Так, например, радиостанция *Алтайского государственного университета «Планета радио»*, созданная по инициативе студентов гуманитарных факультетов, представляет заметки, портретные очерки. Информационные выпуски «Планеты радио» содержат радиосообщения с прямыми включениями (репортажами), комментариями, опросами, статистикой [4: 65].

Среди задач студенческого радио значимыми в контексте нашего исследования представляются следующие:

- способствовать реализации стратегии вуза и его корпоративных задач [3];
- способствовать формированию корпоративной культуры, созданию ощущения общности внутри студенческого сообщества, с преподавателями [1, 3, 6];
- мотивировать на получение знаний, повышение своего интеллектуального уровня [3: 16].

Современные студенческие радиостанции в силу реализуемых задач сочетают черты молодежного и корпоративного СМИ. Как молодежное СМИ оно отвечает на информационные запросы студенческой молодежи и позволяет реализовать ее творческий потенциал, а как корпоративное является инструментом реализации стратегии вуза и его корпоративных задач [3: 19].

М.В. Быкова отмечает, что «реализация корпоративных интересов учебного заведения» оказывается возможной благодаря грамотному позиционированию вуза и освещению его деятельности в программах радиостанций. Данное направление может учитываться в планировании рубрик радиостанции и подготовке программ. Так, например, на «Радио СПбГУ» в передаче «Интеракция» рассказывается об образовании в университете, выступают представители факультетов, преподаватели [1: 177].

По форме собственности большинство студенческих радиостанций представляют собой университетское СМИ. Их аудитория – студенты вуза, в котором вещает радиостанция. При условии размещения радиопрограмм в сети Интернет-аудитория включает студентов других вузов.

По формату студенческие радиостанции в большинстве своем являются информационно-музыкальными, где новости, заранее подготовленные рубрики и музыкальные композиции объединяются репликами ведущего. Музыкальная составляющая формата студенческих радиостанций – современная популярная и рок-музыка.

Из основных содержательно-тематических направлений, преобладающих на большинстве студенческих радиостанций, можно выделить следующие:

- новости и события университета;
- учебная, внеучебная, научная деятельность;
- творческая реализация студентов;
- проблемы, возникающие в студенческой среде;
- познавательная тематика;
- культура и искусство (музыка, кино, театр, литература и т.д.);
- городские события, в том числе молодежные;
- рекреативная тематика [3: 20].

Что касается жанрового разнообразия, то в основном преобладают информационные жанры (радиосообщение, интервью, репортаж, обзор, отчет и т.д.), однако студенты не боятся пробовать себя в аналитических и документально-художественных жанрах. Во многом использование того или иного жанра связано с периодичностью выхода выпусков радиостанции и наличием у авторов радиопрограмм необходимости в журналистской практике [3: 20].

Радио УрГУПС создают активные студенты различных факультетов в качестве внеучебной деятельности, соответственно там используются наиболее простые информационные жанры, такие, как радиосообщение или радиоинтервью. Если радиостанция организована по инициативе факультета или кафедры журналистики, то палитра жанров более разнообразна: от заметки до портретного очерка, например, радио «Навигатор» факультета журналистики Воронежского государственного университета отличается широтой жанровой палитры [3: 20-21].

В диссертационном исследовании А.В. Колесниковой [3] представлена концепция студенческой радиостанции «Перемена» *Тольяттинского государственного университета*. В качестве основной формы материала радиостанции рассматривается **радиожурнал**. Для студенческого радиожурнала на радио «Перемена» характерно следующее наполнение: новости университета; несколько тематических рубрик, согласно эфирной сетке каждого конкретного вещательного дня; музыкальные композиции; реплики ведущего; звуковое оформление (заставка радиостанции, основные слоганы радиостанции, реклама постоянных рубрик) [3: 22].

В Воронежском государственном университете понадобилось 4 попытки для появления студенческого радио. В 2009 году на факультете журналистики ВГУ в эфир вышла еженедельная информационная программа «Навигатор». Она звучала в трёх корпусах ВГУ и представляла собой информационную программу о жизни университета, города, страны, мира, с репортажами и сюжетами на актуальные и волнующие молодёжь темы. Радиопрограммы готовили студенты, обучающиеся по специализации «Телевидение и радиовещание».

«Навигатор» начинался исключительно как информационная программа, но позже был дополнен авторскими рубриками, аналитическими сюжетами, интервью. В процессе работы появилась мини-редакция. Каждый студент мог попробовать себя в роли ведущего, звукорежиссера и корреспондента информационного отдела. 7 мая 2010 года, в День радио, факультет журналистики торжественно открыл информационно-музыкальное студенческое радио «Навигатор» [2: 37]. Выпуски радио «Навигатор» начали размещаться в группе социальной сети ВКонтакте.

Контент радио «Навигатор» со временем становился более разнообразным, учитывались пожелания целевой аудитории. Так, основываясь на результатах опроса, на радио «Навигатор» появились музыкальные программы «Есть повод», где передавались поздравления, музыкальные приветствия. Популярностью пользовалась программа «На любителя», повествовавшая об актуальных музыкальных событиях.

В 2012 году на «Навигаторе» появился новый проект – «Навигатор» online». Он выходил в эфир каждый день в прямом эфире на большой перемене. Это были короткие выпуски новостей журфака, университета и города [2: 39].

В Южно-Уральском государственном университете (г. Челябинск) 21 декабря 2005 года была открыта учебная радиостудия кафедры «Средства массовой информации». Первый выпуск студенческой радиопрограммы «Здравствуй!» вышел 8 мая 2006 года. Эта еженедельная тематическая радиопередача о жизни университета выходила на интернет-сайте телерадиокомпании «ЮУрГУ-ТВ» до 2009 года. За это время в редакции «Радио ЮУрГУ» студентами было подготовлено более ста выпусков радиопрограммы. С самого начала деятельности редакция «Радио ЮУрГУ» руководствуется целями и задачами, сформулированными в концепции студенческого радиовещания, а именно: информирование профессорско-преподавательского состава, сотрудников, студенческой молодёжи и абитуриентов о событиях, происходящих в ЮУрГУ и других вузах города, области, страны; качественное, полное распространение своевременной, объективной, всесторонней информации о научной, образовательной, политической, духовной сферах жизни молодёжи; побуждение студенческой молодёжи к созидательному действию, адаптация в профессии и успешная социализация личности в обществе; формирование корпоративного духа у студентов и сотрудников университета; возможность апробации теоретических знаний по радиожурналистике на практике и возможность самореализации студентов в рамках радиовещания [7: 185].

Все эти установки успешно реализуются благодаря особому формату студенческого вещания – «Elevate-версия “Радио ЮУрГУ”» – трансляция радиопрограмм в лифтах главного корпуса университета. Это один из основных проектов студенческого радио, когда в течение рабочего дня в четырёх лифтах главного корпуса ЮУрГУ звучит восьмичасовой информационно-познавательный медиапродукт, подготовленный силами студентов – будущих радиожурналистов. Учитывая специфику функционирования «Elevate-версии “Радио ЮУрГУ”», можно предположить, что её создание и дальнейшее развитие послужит необходимой базой для повышения качества образования студентов. Во-первых, студенты сами создают новые рубрики, продумывая тематику, концепцию, пути решения творческих задач; во-вторых, в связи с тем, что «Elevate-версия “Радио ЮУрГУ”» имеет свою периодичность и студенты должны работать в заданных временных рамках, это позволяет повышать уровень организованности учащихся. В-третьих, так как радио имеет конкретную целевую аудиторию, интересы которой необходимо учитывать, повышается и ответственность студентов за свои материалы.

Можно с уверенностью утверждать, что студенческое радиовещание в лифтах – явление новое, никем ранее не освоенное. Нарботанный опыт позволяет говорить об эффективности данного проекта в процессе профессиональной подготовки радиожурналистов, овладении ими необходимых компетенций [7].

А.А. Морозова в рамках анализа контента медиаобразовательных проектов в Челябинской области обращается к опыту «Учебного радио «Диктум» (факультет журналистики Челябинского госуниверситета)» и «Учебного радио ЮУрГУ (факультет журналистики Южно-Уральского госуниверситета)». Она обращает внимание, что жанровые и тематические особенности продукции данных учебных радиостанций определяются политикой вуза и факультета, спецификой обучения (в том числе требованиями преподавателей, предъявляемыми к студентам), моделью обучения (практико-ориентированная или академически-ориентированная). Данные вузовские радиопроекты имеют между собой в плане функционирования и контента как сходства, так и различия. В качестве сходства можно отметить, что такие проекты основаны на смешанной модели обучения. Также в рассмотренных радиопроектах отсутствует музыкальный формат, жанры аналитические или документально-художественные студенты используют в своих программах достаточно редко. Это обстоятельство («общее место») мы оцениваем однозначно – как слабость, незрелость челябинских студенческих радиопроектов. Что касается специфических моментов контента данных проектов, то каждая из вузовских учебных радиостанций Челябинска имеет свои уникальные жанрово-тематические и музыкальные особенности, детерминируемые «стилем» обучения радиожурналистов в учебном заведении [5: 16].

Развитие университетского радио связано, в первую очередь, с необходимостью качественной подготовки журналистских кадров, а также внутреннего информирования о событиях в вузах, отчасти поэтому радиовещание нередко ограничивалось пространством учебных корпусов, общежитий, университетских лифтов. С развитием социальных сетей и специализированных платформ новым импульсом для студенческих радиостанций возможность производства подкастов, формата, ставшего востребованным у молодежной аудитории.

1. Быкова М.В. Образовательные возможности современного университетского радио и проблемы их реализации // Научные ведомости БелГУ. Серия Гуманитарные науки. 2013. №13. Вып. 18. С. 171-180.

2. Гаг Н. А. Студенческое радио «Навигатор»: мы больше, чем звук // УМО-регион. Сборник информационных и научно-методических материалов. / Отв. ред. Бебчук Е.М. Воронеж: Фак-т журналистики ВГУ 2015. С.34-41.
3. Колесникова А.В. Типологическая характеристика со-временного студенческого радиовещания: автореф. канд.филол.наук: 10.01.10. Санкт-Петербург, 2011.
4. Марсавина Е.А. Основные типологические характеристики студенческого радиовещания на современном этапе // Медиасреда. 2018. № 14. С. 62–67.
5. Морозова А.А. Региональные медиаобразовательные проекты в сфере радиовещания: особенности контента (на примере Челябинской области): автореф. канд.филол.наук: 10.01.10. Екатеринбург, 2012.
6. Прохоров А.В. Трансформация и современное состояние вузовской медиасреды: монография. Тамбов: Издательский дом «Державинский», 2020.
7. Шестёркина Л.П., Сальникова Н.В. Университетское радиовещание как информационно-образовательная среда для профессиональной адаптации студентов-журналистов // Гуманитарный вектор. 2016. Т. 11. № 5. С. 184-189.

