



3. Сантехническое оборудование:

- столешницы с интегрированными умывальниками, выполненные из керамогранита с использованием сливного трапа



Заключение. Таким образом можно сделать вывод, что именно широкий формат позволил данному материалу расширить сферы применения в современном интерьерном дизайне. Большой формат позволяет получить визуальную целостность, лаконичность, что в свою очередь позволяет применять широкоформатный керамогранит даже в самых неожиданных сферах.

ТЕЛЕВИДЕНИЕ ВИТЕБСКОГО УНИВЕРСИТЕТА КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАСРЕДЫ ВГУ ИМЕНИ П.М. МАШЕРОВА И КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ КОММУНИКАЦИЙ

*А.Р. Гергаев
Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова*

Медиасреда – это открытая социальная система, которая создается взаимообусловленной целостностью отношений производителей и потребителей массовой информации, передаваемой через средства массовой коммуникации. В Витебском государственном университете имени П.М. Машерова существует разветвлённая структура средств взаимодействия с обществом. Работу по освещению и презентации деятельности университета, как образовательного, научного, исследовательского и социокультурного центра Витебской области, ведёт Медиацентр ВГУ, созданный в качестве инструмента для формирования внутренней медиасреды университета и обеспечения его присутствия во внешнем информационном поле для реализации более масштабной цели – популяризации Витебского государственного университета имени П.М. Машерова как лидера региона в образовательной среде [1]. Одним из направлений деятельности Медиацентра является освещение событий ВГУ с помощью корпоративного аудио-визуального средства массовой информации – Телевидения Витебского Университета.

Цель исследования – анализ влияния Телевидения Витебского Университета (ТВУ) на формирование медиасреды ВГУ имени П.М. Машерова и компетенций студенческой молодежи в области информационных коммуникаций.

Материал и методы. Изучено развитие ТВУ на протяжении с 2011 по 2020 гг. В частности, проанализирован видеоконтент, созданный ТВУ в 2020 году. Для решения поставленной задачи были использованы метод анализа и классификации.

Результаты и их обсуждения. В 2011 году в ВГУ имени П.М. Машерова было создано университетское студенческое интернет-телевидение [3; 84]. Оно выполняло функции учебного, образовательного и корпоративного телевидения. Своей целью ставило создание универсальной площадки для полилового взаимодействия между различными заинтересованными аудиториями. В работе телевидения принимали участие студенты разных факультетов под руководством опытных наставников. Таким образом, было организовано целое производство видеоконтента. Программа передач состояла из постоянных («Новости», «Вопрос дня», «ВГУ: судьбы», «Здесь. Сегодня. Сейчас») и тематических («Альтернативные истории», «Топ-миллениум», «С шутками-прибаутками», «Репортёр», «Живём со вкусом», «Фишка», «Витебск. История вокруг нас», «С русского на русский», «Знакомые незнакомцы») рубрик. В них освещалась учебная, общественная и культурная жизнь университета.

В дальнейшем ТВУ стало преследовать цель создать единое информационное поле ВГУ имени П.М. Машерова для формирования корпоративного имиджа. Он начинается в рамках самой организации на основе её ценностей, политики и организационной культуры, проецируемых во внешнюю среду с помощью фирменного стиля, маркетинговых коммуникаций и поведения персонала, полностью или частично контролируемых менеджментом предприятия.

Факторы, влияющие на формирование имиджа, могут быть разделены на внешние (проецируемые внешней средой) и внутренние (проецируемые внутренней средой). К внутренним могут быть отнесены: корпоративная культура, проявляющаяся в видении, миссии, а также официальной политике предприятия, отражающейся в визуальных элементах (фирменном стиле), истории развития, качестве продукции, маркетинговых коммуникациях и каналах распространения информации. Внешние факторы исходят не от предприятия и представляются более объективными. Это популяризация и устная коммуникация, предыдущий опыт общения с организацией, воспринимаемое качество продукции, имидж страны, отрасли или торговой марки [2; 98].

В 2017 году в Витебском государственном университете имени П.М. Машерова было создано отдельное структурное подразделение – Медиацентр ВГУ. Оно было образовано путём объединения и дополнения корпоративных средств массовой информации (официальный интернет-портал vsu.by, интернет-журнал VSUonline, ТВУ). Основными задачами Медиацентра стали: развитие информационного пространства и коммуникационной среды университета; развитие современных технологий в области представления и передачи информации (интернет-телевидение, печатные, электронные СМИ, социальные сети и др.); обеспечение функционирования собственных (корпоративных) средств массовой информации и информационная поддержка сайта университета; развитие у обучающихся компетенций в области информационных коммуникаций, формирование площадки для создания студенческих мультимедийных проектов [1].

Телевидение Витебского Университета, как составляющая Медиацентра, является аудиовизуальным СМИ, которое не только рассказывает, но и показывает, чем живет ВГУ. Над созданием новостных сюжетов, тематических программ, документальных фильмов, рекламных и социальных роликов, телеверсий лекций и концертов работают сотрудники Медиацентра и студенты (ведущие, корреспонденты, операторы и режиссеры монтажа). Съёмки программ проходят на видеостудии или непосредственно «на месте событий». Готовый контент размещается на видеохостинге YouTube.

В 2020 году ТВУ обновило свой формат и осуществило ребрендинг. Появились новые тематические программы образовательного, научного, информационного и культурно-просветительского характера. Среди них «ВГУ LIVE», «Открыто», «ВГУstart 2.0», «Острый репортаж», «Правила жизни», «Поступай правильно», «Большой репортаж», «Марафон поздравлений», «PROискусство», международный проект «Планета ВГУ». Так, в период за январь-декабрь 2020 года были подготовлены и выпущены более 80 видеороликов. Впервые за 9 лет YouTube-канал Телевидения Витебского Университета стал площадкой для проведения Дней открытых дверей Онлайн. Будущие абитуриенты и их родители могли узнать об университете практически всё и в режиме реального времени задать и получить ответы на интересую-

ющие их вопросы. Также, команда ТВУ создаёт промо-продукцию для продвижения и популяризации бренда Витебского государственного университета имени П.М. Машерова как флагмана на рынке образовательных услуг региона и надёжного делового партнёра на внешнем рынке.

Заключение. На основании анализа деятельности Телевидения Витебского Университета в 2011-2020 гг. можно сделать вывод, что оно коренным образом влияет на формирование медиасреды ВГУ имени П.М. Машерова и компетенций студенческой молодёжи в области информационных коммуникаций. ТВУ занимается полным циклом производства видеоконтента, начиная от разработки сценария, поиска необходимых материалов до съёмки и монтажа. Выступает площадкой для создания молодёжных инициатив. Телевидение Витебского Университета как корпоративное аудиовизуальное средство массовой информации Медиацентра ВГУ является инструментом для формирования корпоративной культуры и командного духа университета. Оно объединяет единомышленников и профессионалов своего дела для достижения общей цели.

1. ВГУ имени П.М. Машерова [Электронный ресурс] / Главная / Университет / Структура университета / Отделы / Отдел медиакоммуникаций. – Витебск, 2017. – Режим доступа: <https://vsu.by/otdely/otdel-mediakommunikatsij.html> - Дата доступа: 14.01.2021.

2. Грабельников, В.А. Развитие корпоративных СМИ в новой медиасреде: на примере интернет-портала: дис. канд. филол. наук: 10.01.10 / В.А. Грабельников. – Москва, 2012. – 207 с.

3. Гриневский, Ф.Н. История развития телевидения в Витебском государственном университете имени П.М. Машерова / Ф.Н. Гриневский // Современное образование Витебщины. – 2018. - №2. – С. 81-85. – 12 фот.

РАЗРАБОТКА ПЕРСОНАЖА В ТЕХНИКЕ КОМПЬЮТЕРНОЙ ГРАФИКИ В РАМКАХ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ ХУДОЖЕСТВЕННО-ГРАФИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА

*Д.П. Глузук, С.А. Коноваленко
Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова*

Современная компьютерная графика имеет высокую популярность среди художников, у которых при ее использовании появляется гораздо больше возможностей, чем в традиционном рисовании: работа со слоями, возможность отражать и вращать работу, функции отмены действий, изменение тонового диапазона, виньетирование, специальные эффекты и т.д. С помощью компьютерной графики в изобразительной сфере свое развитие получают комиксы, графические романы, иллюстрации, плакаты и др.

Дисциплина «Компьютерная графика» изучается студентами художественно-графического факультета на 3 курсе. Согласно учебной программе курс включает изучение приемов и методов работы в графических редакторах растровой и векторной графики. При этом предусмотрена также самостоятельная работа, которая оценивается преподавателем. Актуальность нашего исследования заключается в определении тематики самостоятельной работы студентов по компьютерной графике, способствующей развитию навыков работы на графическом планшете. Одной из тем для самостоятельной работы предлагается выполнение персонажа.

Цель исследования – рассмотреть основные принципы самостоятельной работы по созданию персонажа в рамках курса компьютерной графики для студентов специальности «Изобразительное искусство, черчение и народные художественные промыслы».

Материал и методы. В процессе исследования была рассмотрена учебно-методическая литература по компьютерной графике, рисунку, композиции, а также электронные ресурсы по дизайну персонажей (онлайн-университет Skillbox, интернет-проект Artlab и др.). Проведен анализ учебных работ по компьютерной графике, выполненных студентами художественно-графического факультета дневной формы получения образования.

Результаты и их обсуждение. Самостоятельная работа, выполняемая в рамках курса компьютерной графики, и направленная на разработку персонажа позволит студентам совершенствовать навыки владения графическим планшетом и графическим редактором Adobe Photoshop, закрепить знания и умения в области цветоведения, композиции, рисунка, графики, живописи и т.д. От студентов потребуется осуществление информационного поиска, включающего в себя важные для работы детали, которые в дальнейшем будут раскрыты в создаваемом образе персонажа.