

УДК: 004.023

Александра Колпакова

студент

Марийский государственный университет

г. Йошкар-Ола, Россия

© А.В. Колпакова

СТУДЕНЧЕСКИЙ МЕДИАЦЕНТР МАРГУ В СИСТЕМЕ НОВЫХ МЕДИА

Аннотация. Статья посвящена исследованию структуры новых медиа и её базовых составляющих в системе функционирования современных СМИ. Рассмотрены принципы реализации конвергентной журналистики и феномен клипового мышления, которые оценены сквозь призму реальной практики творческого коллектива редакции медицентра Марийского государственного университета.

Ключевые слова: новые медиа, интернет-СМИ, редакция, студенческий медицентр, клиповое мышление, конвергентная журналистика

Abstract. The article is devoted to the study of the structure of the new media and its underlying components in the system of functioning of modern media. The principles of implementation of converged journalism and the phenomenon of klip-thinking that are that are evaluated through the lens of real practice of the Media Center's staff in the Mari State University are considered.

Keywords: new media, online massmedia, editorship, student media center, klip-thinking, converged journalism

Новые СМИ или новые медиа (англ. New media) — термин, который в конце XX века стали применять для интерактивных электронных изданий и новых форм коммуникации производителей контента с потребителями для обозначения отличий от традиционных медиа, таких как газеты, то есть этим термином обозначают процесс

развития цифровых, сетевых технологий и коммуникаций. Конвергенция и мультимедийные редакции стали обыденными элементами сегодняшней журналистики [4].

Исследователи медиа отмечают, что новые медиа имеют три базовые составляющие: цифровой формат, интерактивность и мультимедийность. Другие исследователи выделяют ещё четвёртый базис – гипертекстуальность. Принципиальное отличие гипертекста в мировой паутине состоит в том, что эта связь между отдельными текстами осуществляется в единой среде, что позволяет читать текст не только на одном уровне, как на бумаге, но благодаря внутренним и внешним ссылкам просматривать его вглубь. Это, бесспорно, расширяет информационные возможности не только производителей медиа-продукта, но и его потребителей. Ссылки на разнообразные источники, выполненные в гипертекстовом режиме, предоставляют первым уникальную возможность повысить качество информации, а именно ее полноту и достоверность, вторым – воспользоваться альтернативными источниками и самостоятельно участвовать в интерпретации фактов, приходить к собственным выводам [3, с. 24]

В связи с законами всемирной сети Интернет, которая является универсальной площадкой для распространения информации, меняется и структура журналистских материалов. В профессиональной среде появилось такое понятие как «конвергентная журналистика» - это результат слияния, интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс [2, с. 12]. Другими словами, основываясь на мультимедийной основе подачи информации, современные медиаконпании распространяют свой контент на максимально широкий спектр медиа-платформ. Примером может послужить Медиа-центр Марийского государственного университета, который включает в себя работу четырёх направлений: TV (студенческая студия «Объектив»), печать (информационное агентство «Рупор»), радио («ТвойО»), SMM (продвижение в социальных сетях). Работа

Медиа-центра консолидировала все существующие ресурсы журналистики и создала единую площадку для освещения мероприятий ВУЗа с разных сторон.

Мы живём в век информационных технологий. И наиболее активно в этот процесс вовлечена молодёжь. Ни для кого не секрет, что студенческие медиацентры в настоящее время есть во многих университетах России. Медиацентры – это новое коммуникационное движение вперед молодых студентов и профессиональным сообществом. Первостепенная функция медиацентров – образовывать связующее звено между администрацией университета и студенческой средой, консолидируя усилия по созданию единого информационного пространства вокруг вуза.

Медиацентр МарГУ объединяет активных студентов, которые хотят развивать и улучшать имидж университета в информационном пространстве, а также информировать аудиторию о событиях, происходящих в студенческой среде. Во время работы в медиацентре студенты приобретают профессиональные навыки, которые они в дальнейшем могут использовать для своей карьеры.

Среди основных направлений деятельности медиацентра – создание фото- и видеоконтента, текстовое наполнение сайта, SMM, PR. Готовый медиапродукт размещается на базовой информационной площадке – в группе «Студенчество МарГУ». Она существует с марта 2016 года. В ней уже свыше 2300 подписчиков, но, разумеется, планируется увеличение этих показателей. Над созданием медиа продукта трудятся наши студенты (преимущественно журналисты): оперативно выкладывают информацию, проводят конкурсы, следят за событиями вуза.

Развитие современного российского общества связано с серьезными изменениями в его структуре. Основные социальные институты теряют свое влияние, и общество становится более подверженным негативным воздействиям извне. Особенно

подвержена влиянию со стороны молодежь. Студенты – серьезная социальная и политическая сила.

Наша целевая аудитория – студенческая молодёжь. Мы исходим из специфики восприятия информации данной социальной категорией.

К специфике относятся:

Клиповое мышление

Популярность социальных сетей

Востребованность фото- и видеоконтента

Визуализация информации.

Исходя из запросов целевой аудитории, мы стараемся делать интересный, молодежный контент.

Так, особенно востребованными стали альбомы с фотографиями с крупных мероприятий, организуемых МарГУ. Посещаемость сайта резко возрастает в момент публикации альбомов. Студенты – активные пользователи сети Instagram, мы также имеем площадку на этом ресурсе под названием facemarsu. Уникальные хэштеги – #СтуденчествоМарГУ #ЯлюблюМарГУ #МарГУОпорныйВуз позволяют нам следить за активной жизнью наших студентов, получать отклик от аудитории, быть в курсе событий.

Не менее популярными стали короткие видеоролики с мероприятий. Количество просмотров за первый день публикации может достичь цифры в несколько тысяч человек.

Частью Медиacentра является Студенческое телевизионное объединение «Объектив». Этот творческий коллектив был создан в 2012 году и с этого времени пережил не одну смену руководства, дизайна, концепции, стиля выпускаемого продукта. ТВ редакция является одной из самых многочисленных в составе Медиacentра и включает в себя операторов, корреспондентов, корректоров, специалистов по монтажу. «Объектив» создаёт средние по продолжительности ролики аналитического, информационного, развлекательного характера, строящихся по принципу новостных выпусков.

Самым оперативным структурным подразделением Медицентра является пресс-редакция. Корреспонденты обеспечивают информационное текстовое сопровождение всех главных вузовских мероприятий, а также готовят интервью для ряда рубрик:

«Золотые наши» – о талантливых студентах и выпускниках, добившихся значительных успехов

«Познакомимся?» – о необычных увлечениях обучающихся

«МарГУ Интернациональный» – о жизни иностранных студентов в России

«МарГУ Спортивный» – о спортивных мероприятиях вуза и его спортсменах

«Меняем мир» – об активистах Добровольческого центра МарГУ). Также публикации работников прессы пользуются спросом в журналах «Марийский государственный университет» и «Опорный вуз».

Медицентр насчитывает порядка 40 сотрудников, среди которых не только студенты-журналисты, но и представители других факультетов и институтов МарГУ. Например, рубрику «МарГУ Интернациональный» ведёт студентка факультета иностранных языков. Главная особенность многоуровневой редакции Медицентра – занятость конвергентной журналистикой. То есть Медицентр как звено системы новых медиа является площадкой, гармонично объединяющей продукты деятельности текстовой, видео- и фотожурналистики. Этот фактор обеспечивает максимально возможную полноту информации, передаваемой аудитории, а также позволяет публике избирательно подходить к транслируемому контенту.

Как молодая и целеустремлённая редакция, Медицентр постоянно намечает новые горизонты своего развития. В частности, мы планируем защитить проект об организации научно-образовательного центра на базе нашего объединения как места прохождения практики для студентов-журналистов и организации

учебных занятий для всех активных студентов. Также мы активно пишем гранты, обсуждаем идеи по актуализации контента в соответствии с интересами молодёжной аудитории, оборудуем офис, сотрудничаем с медиацентрами других вузов России. К ближайшим планам можно отнести запуск самостоятельного сайта с обновлённым функционалом и издание собственной газеты.

К сожалению, в настоящий момент не обходится и без некоторых трудностей. Мы столкнулись с нехваткой профессиональной аппаратуры, людей, разбирающихся в искусстве фотографии, зачастую сотрудничество с некоторыми организациями вуза становится затруднительным, так как не все готовы предоставлять интересующую нас информацию. К счастью, нам активно помогает администрация МарГУ, волонтеры, часто выручает сотрудничество с иногородними коллегами, так что мы уверены, что вскоре обозначенные проблемы будут с успехом решены.

За плечами наших студентов множество разнообразных форумов регионального, Всероссийского и даже Всемирного масштаба. Среди них такие, как «Россия студенческая», «ИВолга», «Территория смыслов», «Таврида», «Евразия», «Машук», «You Lead», и, конечно же, «XIX Всемирный фестиваль молодежи и студентов» в Сочи. Каждый год ребята занимают призовые места, реализуют свои проекты в разных областях, от науки до творчества. Работают на благо университета и республики.

Все, кто является частью студенческого медиацентра МарГУ, состоят в нём на добровольных началах. Наша редакция – яркий пример воплощения конвергентной журналистики и знаковый представитель системы новых медиа. Как утверждала Дейдра Брекенридж, профессиональный исследователь новых медиа, «этим понятием обозначаются интерактивные электронные издания и новые формы коммуникации производителей контента и его потребителей» [1, с. 189]. Следует отметить, что Медиацентр МарГУ имеет все три отличительных признака новых медиа:

Цифровой формат (ведение группы «Студенчество МарГУ» на базе социальной сети ВКонтакте)

Интерактивность (возможность аудитории оставлять комментарии в режиме реального времени)

Мультимедийность (новостной текст сопровождается фотоиллюстрациями и видеорядом).

Также следует отметить образовательную ценность информационного ресурса «Студенчество МарГУ». Мы не только транслируем качественные тексты, внушая целевой аудитории необходимость развития сплошной грамотности, но и являемся базой для профессионального становления студентов-журналистов. Таким образом, Медиацентр МарГУ выполняет все основополагающие функции, присущие качественной журналистике.

Литература:

1. Брекенридж Д. PR 2.0: Новые медиа, новые аудитории, новые инструменты. – М.: Эксмо, 2010. – 272 с.

2. Вартанова Е.Л. К чему ведет конвергенция в СМИ. – М.: Аспект-Пресс, 1999.

3. Лукина М.М., Фомичева И.Д. СМИ в пространстве Интернета. – М., 2005. – 89 с

4. Новые медиа – миф или реальность? Практические примеры интеграции традиционных и новых медиа. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.media-online.ru> (дата обращения: 01.12.2017).