XX века: дис. … канд. филол. наук. / М.А. Аскаров. – Казань, 2004. – 166 с.

9. Газеты и журналы на татарском языке (1905-1985) / Сост. Р.М. Нуруллина. – Казань, 1989. – 94 с.

10. Гайнанов Р.Р. Татарская периодическая печать начала XX века: Библиографический указатель / Р.Р. Гайнанов, Р.Ф. Марданов, Ф.Н.Шакуров. – Казань: Милли китап, 200. – 316 с.

Д.И.Карпова
Казанский (Приволжский) федеральный университет
© Д.И.Карпова

Научный руководитель: Р.Л. Зайни
кандидат филологических наук, доцент
Казанский (Приволжский) федеральный университет
© Р.Л.Зайни

ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ МЕДИАПРОЕКТОВ СТУДЕНТОВ КФУ

КФУ СТУДЕНТЛАРЫ МЕДИАПРОЕКТЛАРЫНЫҢ ТИПОЛОГИК ҮЗЕНЧӘЛЕКЛӘРЕ

Аннотация. *Социальные сети являются одним из самых популярных источников средств массовой информации в условиях быстро меняющейся реальности. Сегодняшнюю молодежь не удовлетворяют традиционные медиапродукты, поэтому они ищут альтернативные источники информации. Они создают различные тематические группы в социальных сетях, организуют медиапроекты, медиамероприятия и представляют свои бренды. Почти в каждом университете существует определенный тип студенческого издания. Такие медиапроекты несут ответственность за формирование имиджа высшего учебного заведения и являются частью образовательного процесса. В рамках данной работы мы исследовали медиапроекты студентов Казанского (Приволжского) федерального университета, определили их преимущества и выявили недостатки.*

Ключевые слова: *университет, журналистика, медиапроект, студенческий медиапроект, Казанский федеральный университет.*

Abstract. *Social networks are one of the most popular sources of mass media in a rapidly changing reality. Contenporary's youth are not satisfied with traditional media products, so they are looking for alternative sources of information. They create various thematic groups in social networks, organize media projects, media events and represent their brands. Almost every university has a certain type of student media. These media projects are responsible for shaping the image of a higher education institution and they are part of the educational process. In this articles we studied the media projects of students of the Kazan (Volga Region) Federal University, identified their advantages and disadvantages.*

Keywords: *university, journalism, media project, student media project, Kazan Federal University.*

Блогта бастырылган һәр материал ул – редакциянең иҗат нәтиҗәсе. Гадәттә, язмалар түбәндәге этаплар уза: теманы, геройларны сайлап алу; оригиналь, сыйфатлы текст язу; материалны редакцияләү (корректура); фактларны, даталарны, исемнәрне һ.б. тикшерү; рәсмиләштерү өстендә эшләү (фото, аудио, видео, инфографика форматларын сайлап алу); бөтен материалны раслау.

Deloitte медиа-агентлык 2021 елның сентябрь ае өчен Россиядә медиаактивлык күзәтү отчеты буенча, Интернет – Россиянең иң популяр медиа каналы булып санала дип белдерә: «Россиядә яшәүчеләр арасыннан күпчелеге социаль челтәрләргә һәм блогларга өстенлек бирә: 2018 елдан 2021 елга кадәр мондый мәгълүмат чыганагының популярлыгы икеләтә артты һәм бүген 25% тәшкил итә» [1].

Социаль челтәрләр дигәннән, без бушлай интернет куллану мәйданын күз алдында тотабыз. М.А.Шатунова социаль челтәрләрдә соңгы елларда үсә торган төп трендларны билгеләп үтә [2]:

- видеоконтентның популярлыгы;
- социаль челтәрләрдә интерактивлык булуы мөһим;
- сыйфатлы контент;

– блогерлар социаль челтәрләрдә контент һәм төркемнәр формалаштыруда зур роль уйный;

– медиаконтентны куллану тизлеге.

Россиядә иң популяр 5 социаль челтәр һәм мессенджерлар исемлегенә бүген WhatsApp (87%), YouTube (75%), «ВКонтакте» (62%), Telegram (55%) һәм «Одноклассники» (42%) керә [3]. Социаль челтәрләрнең, охшашлыклардан кала, аермалы яклары да бар. Моңа бәйле рәвештә һәр медиапроектның үз концепциясе ясала һәм контент булдыру, урнаштыру, үстерү буенча төрле сораулар хәл ителә.

ВКонтакте социаль челтәрен иң универсаль мәйданчык дип атарга була. Бүген анда 70 миллионнан артык актив кулланучы бар.»ВКонтакте»кулланучыларга үз битләрен һәм төркемнәрен булдырырга, хәбәрләр җибәрергә, фото, аудио- һәм хронометраж буенча төрле видеофайллар алмашырга тәкъдим итә. Өстәвенә, күләм буенча пост, лонгрид форматында материал бастырырга була.

Әлеге эш кысаларында без Казан (Идел буе) федераль университеты студентлары медиапроектларына игътибар итәбез. Аларның Роскомнадзорда тиешле теркәлүе булмаса да, традицион массакүләм мәгълүмат чаралары белән охшаш яклары күп: чыгу даимилеге, аудиториянең массакүләм булуы, хәбәрләрнең ачык булуы, актуальлек.

Әйтик, КФУда журналистика юнәлеше буенча укучылар медиапроектлары: «ЖурLine», «ТатNine», «Яңарыш», «По фактам». Өстәвенә, КФУның «Darelfønyn» (гарәп теленнән – «белем йорты») дигән газетасы 1000 экземпляр тираж белән (күләме – А4 форматындагы 8 полоса) чыгып килгән. ««DarelfӨnyn» уку йорты яңалыклары һәм актив студент тормышыннан тыш, Идел буе регионнарында, республика һәм шәһәр тормышындагы яңалыкларны, туган тел, гореф-гадәт, ТР һәм Идел буе халыкларына кагылган мәсьәләләрне дә яктырткан [4].

Бу медиаресурсларны булдыру өчен бары тик журналистика факультетында белем алырга кирәк дигән сүз түгел, чөнки башка студентлар да үз блогларын ясый ала. Медиапроект югары уку йортларында белем бирү процессының бер өлеше булса да, иң мөһиме – кызыклы контент булдыру һәм аудиториягә мәгълүматны җиткезү.

Димәк, КФУ студентлары медиапроектларына анализ ясау һәм аларның үзенчәлекләрен билгеләү өчен, безнең «ЖурLine», «ТатNine», «Люстра», «Труба» һәм «Студия ай» медиапроектларына игътибар итәсебез килә. Без 2021, 2022, 2023 елгы язмаларны карадык.

Беренче медиапроектлар арасында «ЖурLine» һәм «ТатNine» блогларын журналистика юнәлеше буенча укый торган студентлар әзерли. Аларның төп максаты – укучы-журналистларның һөнәри осталыгын камилләштерү, традицион жанрларны үзләштерергә, яңа форматлар кулланырга, оригиналь материаллар булдырырга өйрәтү тора.

Мәсәлән, бер ел вакыт эчендә «ЖурLine» блогында 312 материал чыккан һәм аларның 278е лонгрид (фото, видео, инфографика кебек мультимедиа элементларын кулланып язылган материал) форматында бастырылган (барлык постларның 89%). Әлеге блогта кино темасына 20 материал, «Беренче курслар көне», «Студентлар язы» турында 17 язма бар. Психология, экология, финанс грамотлыгы – иң популяр темалар.

«Люстра» медиапроекты КФУның Юридик факультеты студентлары тарафыннан булдырылган һәм медиаүзәк дип аталган. Монда юридик юнәлештәге темалар өстенлек итә, ә дайджест – иң популяр жанр. Барлыгы әлеге периодта 55 материал чыккан, шуларның 21 – дайджестлар (38%), ә 4 – юриспруденция турында кино рекомендацияләре.

«Труба» медиапроекты КФУның Физика институты студентлары тарафыннан булдырылган һәм шулай ук медиаүзәк дип аталган. Монда күңел ачу характерындагы постларның санына күп булуына карамастан, физика юнәлешендәге темалар өстенлек итә һәм мәгълүмати публикацияләр шактый.

«Студия ай» медиапроекты КФУның Халыкара мөнәсәбәтләр институты студентлары тарафыннан булдырылган. Әлеге медиапроект медиаүзәк булмагач, монда укучылар үз-үзен үстерү, тормышка ашыру, психология турында иҗади проектлар тудыра.

Медиаресурсларының барысының да постлар чыгу даимилеге билгеле түгел. «ЖурLine» блогын мисалга китерсәк, аларның кайбер көннәрдә, әйтик, 2021 елның 27 декабрендә 10 материал чыккан, ә кайбер периодлар, гомумән, публикацияләр булмаган. Гадәттә, ул бәйрәмнәр һәм каникуллар белән бәйле.

Ә «Труба» медиаблог язмалары актуальлеген бераз югалткан. Мәсәлән, 5 октябрьдә узган «Беренче курс студенты көне – 2022» фестиваленең концерты турында материал 9 октябрьдә генә чыккан.

Студент медиапроектлары, гадәттә, ситуатив, озак уңышка ирешә торган һәм югары уку йортына бәйле, билгеле бер вакыт чорында актив була. Әлбәттә, без аларны иҗат итү һәм билгеле күнекмәләр, белем алу өчен мәйданчык буларак карый алабыз.

Димәк, яшьләр медиатекстының төп характеристикалары – мультимедиа форматларын куллану һәм интерактивлык. Студент блоглары аралашуда катнашучыларны мөмкин кадәр якынайта: таныш геройлар, аңлаешлы темалар, бертөрле тел һәм материаллар стиле. Әлеге проектлар вуз студентларына исәпләнгән гомумиләштерелгән контентны тәкъдим итә.

Һәр студент медиаресурсы югары уку йортына һәм укыту факультетына бәйле. Булачак журналистлар – журналистика, яңа медиа турында һәм гомуми темаларга яза, юристлар – шартнамә типлары һәм килешүләр төзү ысуллары турында фикерләшә, физиклар астрономия һәм фәнни карашлар турындагы сорауларга җавап эзли. Аларның охшаш өстенлекләре һәм кимчелекләре бар.

Кайбер блогларда рубрикацияләр стихияле була, ягъни рубрика башланып китә һәм берничә публикациядән соң бетә. Постларны бастыруның даимилеге шул ук хәлдә: материаллар йә көн саен чыга, йә атна буе бернинди яңалык та чыкмый, ә кайвакыт бер көнне хәтта 2-3 язма чыга. Шунысын дә әйтергә кирәк: кайвакыт студентлар постларның сыйфаты өчен түгел, ә аларның саны өчен борчыла – хаталар да очрый.

Әлеге фәнни тикшерүебезгә йомгак ясап, без түбәндәге нәтиҗәләргә килдек.

Беренчедән, медиапроектларның массакүләм мәгълүмат чаралары белән охшаш яклары күп: чыгу даимилеге, аудиториянең массакүләм булуы, хәбәрләрнең ачык булуы, актуальлек.

Икенчедән,»ВКонтакте»социаль челтәрен иң универсаль мәйданчык дип атарга була. Монда КФУ студентлары медиапроектлары актив алып барыла. Әйтик, укучы-журналистлар тарафыннан оештырылган блоглардагы («ЖурLine» һәм «ТатNine») постлар төрле темаларга багышланган. Укучылар аларны өйрәнә һәм һәр теманы да

ачыкларга тырыша. Ә менә КФУның Юридик факультеты студентлары тарафыннан булдырылган «Люстра» медиаүзәгенең юридик юнәлештәге темалар өстенлек итә. КФУның Физика институты студентлары тарафыннан булдырылган «Труба» блогында шулай ук физика юнәлешендге темалар күп. КФУның Халыкара мөнәсәбәтләр институты студентлары тарафыннан булдырылган «Студия ай» медиапроектында укучылар үз-үзен үстерү, планнарны тормышка ашыру турында иҗади проектлар да тудыра.

Медиапроектларның барысы да мультимедиа форматларын куллана, аудиторияне җәлеп итү өчен яңа алымнар табарга тырыша. Әмма аларның һәрберсендә дә материаллар бастыруның билгеле бер тәртибе юк, актуальлек онытыла сыман.

Димәк, кимчелекләр булган очракта, безнең әлеге медиапроектларның алга таба үсеш тенденцияләренә тукталасы килә. Ул мәгълүмати контентны аудиториягә җиткерү тизлеген арттыруда; публикацияләрне бастыруның даимилеген билгеләүдә; медиамәгълүмати белем, мәдәният дәрәҗәсен күтәрүдә; креативлык мөмкинлекләрне үстерүдә; билгеле һәм периодик рубрикацияләр булдыруда; материалларның сыйфатына игътибарны юнәлтүдә һәм аудитория белән үзара хезмәттәшлекнең яңа ысулларын эзләүдә тора.

Литература:

1. Медиапотребление в России – 2021. [Электронный ресурс]. URL: file:///C:/Users/Пользователь/Downloads/Медиапотребление%20в%20России%20–%202021.pdf (дата обращения: 17.11.2022).

2. Шатунова, М. А. Основные тенденции медиапотребления в социальных сетях Рунета // Молодой ученый. 2021. № 21 (363). С. 350-351.

3. ВЦИОМ. Новости: Российская аудитория социальных сетей и мессенджеров: изменения на фоне спецоперации. [Электронный ресурс]. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rossiiskaja-auditorija-socialnykh-setei-i-messendzherov-izmenenija-na-fone-specoperacii (дата обращения: 20.11.2022).

4. Газета турында – DarelfӨnyn. [Электрон ресурс]. URL: https://darelfonyn.kpfu.ru/o-gazete/ (мөрәҗәгать итү көне: 25.11.2022).

И.М. Касимова
Казанский (Приволжский) федеральный университет
© И.М. Касимова

Научный руководитель: Р.Л.Зайни
кандидат филологических наук, доцент
Казанский (Приволжский) федеральный университет
© Р.Л. Зайни

ВОЗМОЖНОСТИ СОХРАНЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ПЕЧАТНЫХ СМИ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ

ГАЗЕТА-ЖУРНАЛЛАРНЫ ИНТЕРНЕТ АША САКЛАП КАЛУ ҺӘМ ҮСТЕРҮ МӨМКИНЛЕКЛӘРЕ

Аннотация. *В настоящее время выделяются два класса СМИ: традиционные и новые. Традиционными называются те, которые существовали до изобретения Интернета, а новые СМИ – это плод появления компьютерных, цифровых и сетевых коммуникаций и технологий в конце XX века. Последнюю четверть века медиа активно трансформируются из-за появления новых технологий, в связи с этим многие газеты и журналы исчезают. Надо также отметить, что некоторые традиционные СМИ, наоборот, используют возможности сохранения и развития газет и журналов через Интернет. В этой научной работе мы сделаем попытку доказать эту гипотезу на примере национальных СМИ.*

Ключевые слова: *традиционные СМИ, новые медиа, Интернет, сайт, социальные сети, газета, журнал.*

Abstract. *Currently, there are two classes of media: traditional and new. The traditional ones are those that existed before the invention of the Internet, and the new media is the emergence of computer, digital and network communications and technologies at the end of the XXth century. Over the last quarter of a century, the media has been actively transformed due to the emergence of new*