

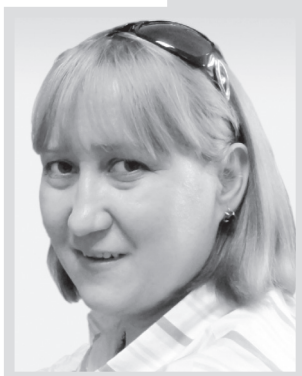
УДК 316.776

Студенческие медиапроекты как средство повышения активности молодежи**Гарифуллин В.З.**

Доктор филологических наук, профессор,
заведующий кафедрой национальных и глобальных медиа
Казанского (Приволжского) федерального университета

**Зайни Р.Л.**

Кандидат филологических наук,
доцент кафедры национальных и глобальных медиа
Казанского (Приволжского) федерального университета

**Галиева Р.М.**

Кандидат филологических наук,
доцент кафедры национальных и глобальных медиа
Казанского (Приволжского) федерального университета

Цель работы заключалась в определении особенностей активности студенческой молодежи на примере выполнения медиапроектов студентами Казанского (Приволжского) федерального университета в социальных сетях. Для достижения данной цели была проведена идентификация студенческих медиапроектов Казанского (Приволжского) федерального университета в социальной сети «ВКонтакте», велся мониторинг медиаактивности студентов в данной сети, был проведен контент-анализ публикаций, а также авторами данного исследования были организованы новые студенческие медиапроекты для изучения социальной и медийной активности студентов. В работе выявлены тематические особенности, преимущества, недостатки и тенденции развития студенческих медиапроектов.

Ключевые слова: медиапроект, социальная активность, студенты, социальные сети, ВКонтакте, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций К(П)ФУ

Современную молодежь не удовлетворяют традиционные медиапродукты, поэтому они обращаются к мессенджерам и социальным сетям в поисках альтернативных источников информации. Они сами создают тематические группы для обсуждения различных мероприятий, организации медиамероприятий, презентации своих брендов. Так,

в социальных сетях и, в частности, на платформе «ВКонтакте» появляются различные студенческие медиапроекты. Студенческие медиапроекты отвечают за формирование имиджа вуза и могут быть важной частью образовательного процесса.

Изучение активности студентов в социальных сетях становилось объектом изучения в исследо-

ваниях И.В. Жилавской [1], А.А. Журавлевой [2], А.Л. Коданиной [3], Н.В. Корытниковой [4], А. Мамяко [5], М.А. Шатуновой [6]. В процессе работы были использованы такие научные методы, как описание, наблюдение, сравнительный анализ, обобщение.

В качестве объекта исследования были взяты блоги, расположенные в социальной сети «ВКонтакте», а в качестве предмета исследования выступили особенности социальной активности студенческой молодежи на примере выполнения медиапроектов студентов Казанского (Приволжского) федерального университета (далее – КФУ) в социальных сетях (хронологические рамки – с 1 января 2022 г. по 1 января 2023 г.).

В рамках данного исследования мы уделили внимание студенческим медиаресурсам в целом и медиапроектам студентов КФУ, в частности. Хотя такие проекты не имеют надлежащей регистрации в Роскомнадзоре, они имеют много общего с традиционными СМИ: периодичность обновления публикаций, массовая аудитория, прозрачность сообщений, актуальность и отсутствие прямого контакта с коммуникатором в процессе коммуникации.

Медиапроект – это процесс создания медиапродукта, часто осуществляемый коллективно с использованием современных технологий. Создание студенческого медиапроекта требует соединения творческого и административного потенциала студента и преподавателя. Молодежь – самая активная часть нашего общества. Под «активностью» мы подразумеваем, что молодые люди активны физически, психологически, социально и коммуникативно. Подытоживая все разработки понятия «социальная активность», А.В. Паварина обобщает, что «социальная активность – это интегративное качество, самостоятельная и инициативная и целенаправленная личностная деятельность, которая направлена на вполне осознанную коммуникацию с социальной средой, осуществляющаяся в процессе внешней и внутренней деятельности с целью преобразования себя и социокультурной среды в соответствии с интересами общества». Целью и сущностью социальной активности она называет личностное саморазвитие, деятельность на благо и развитие окружающего общества, а также в некоторых случаях для организации досуга, как для себя, так и для других. Также она отмечает, что помимо саморазвития личности социальная активность так же влияет на развитие общества [7, с. 3642-3643].

Медиапроект является частью образовательного процесса в вузе: это совместная опытно-исследовательская работа студентов и преподавателя. Этот процесс можно рассматривать как педагогическую технологию: преподаватель-наставник организует учебную деятельность студента с помощью медиапроекта, а студент собирает портфолио, накапливает опыт и знания, формирует умения и навыки и использует их на практике.

Например, медиаактивность российских студентов отслеживается через медиапроекты «Импульс-М», «Шаттл», «Мегабайт Медиа», «LINGVA», «Medach», «За науку», «The Vyshka», «Развилка».

Теперь перейдем к медиапроектам студентов КФУ. Для того, чтобы создать и развивать медиапроекты, необязательно получать образование в направлении журналистики. Тем не менее среди многочисленных проектов в первую очередь мы остановимся на тех, авторами которых являются студенты Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций КФУ.

Для студентов, обучающихся по направлению «Журналистика», в КФУ был введен курс «Прикладное медиапроектирование». Это многоэтапный, многолетний процесс, в рамках которого будущие журналисты проходят разные пути реализации своего творчества, создают проекты, учатся их защищать, таким образом готовятся к профессии. Медиапроектирование – один из способов усилить креативность работы студентов.

Медиапроект под названием «*TatNine*» (<https://vk.com/TatNine>) начал работу как медиапроект 5 сентября 2021 г. – вместе со студентами 1 курса было создано собственное интернет-СМИ в первую же неделю учебного года. Медиапроект в основном ведется на татарском языке, размещен в социальной сети «ВКонтакте». Это платформа для обучения и обмена опытом в рамках практических занятий «Прикладное медиапроектирование».

За указанный хронологический период (с 1 января 2022 г. по 1 января 2023 г.) медиапроект опубликовал 239 материалов, из них 18 – в формате лонгридов: советы и рекомендации, репортажи, интервью, статьи на различные темы. В блоге некоторые темы могут повторяться, так как это обучающая платформа для студентов, то есть разные студенты могут освещать одну и ту же тему с разных точек зрения. Например, публикаций на тему «Каким должен быть идеальный учитель?», посвященных Дню учителя, около десятка.

На этом медиапроекте также можно следить за специальными рубриками по хэштегам #TatNineМузыка, #TatNineОбои #журналисты_аягы_ашата (журналиста кормят ноги), #ӘнигәХат (письмо маме) и т.д.

Важно отметить, что проект доступен всем: за ним наблюдают студенты других курсов, преподаватели, знакомые, друзья, родители, родственники, что означает большую ответственность студента при выполнении заданий. «*TatNine*» был обозначен как «специальный проект татароязычных студентов-журналистов». Название и слоганы группы выбирают сами студенты. Работа началась с того, что на странице каждый представил самого себя. На стене периодически публикуются задания, выпол-

ненные на практических занятиях, а также во время рассредоточенной практики; вместе с педагогом-наставником систематически осуществляются специальные освещения различных тем, выполнение индивидуальных проектов.

Как известно, каждый студент выполняет одно и то же задание на разном уровне. Вначале было принято решение публиковать все работы подряд, несмотря на удачные или неудачные результаты. Например, публикаций, посвященных Дню Учителя или Дню матери (выполнены в сентября – октябре) на стене огромное количество. Далее перешли к тому, что начали публиковать только те материалы, которые полностью отвечали требованиям журналистского материала, подходили по критериям, одним словом, оказывались успешными. Для определения успешности каждый материал был проанализирован во время практических занятий. Первые посты в основном были только в формате текст + фото и в большей степени относились к информационным жанрам, а именно – к заметке, предпочтение отдавалось более легким темам. Во втором семестре уже начали брать за проблемные темы. Каждый студент делился своим мнением и отношением к описываемой проблеме, и, несмотря на то что тема и проблема были одинаковыми для всех, каждый студент по-своему искал причину явлений, анализировал их, делал выводы, оценивал и строил гипотезы.

Каждую неделю в группе «*TamNine*» работает один редактор, и он меняется еженедельно. Этот студент читает материалы публикаций, редактирует их и размещает на странице. У каждого редактора есть два заместителя главного редактора, они помогают в сборе материалов и исправлении ошибок. Данная команда постоянно консультируется с преподавателем (практикующим журналистом). То, что даже после публикации интернет-выступления в соцсети публикации можно повторно редактировать и изменять, дает дополнительные возможности для дальнейшей корректировки и исправления ошибок. Этот момент учит студентов не бросать свои публикации («детиса») на полпути и постоянно совершенствоваться. Авторы проекта (студенты) также внедряют форматы работы с видео, проводят опросы, видеоигры, осваивают мастерство создания различных обоев и баннеров.

Все это позволяет студентам наблюдать за работой друг друга и поощряет творческую конкуренцию, а также ведет к сплочению учебной группы как коллектива. Студенты могут оставлять комментарии под публикациями одногруппников, отвечать на чужие комментарии, также сделать репосты опубликованных публикаций на своей странице, таким образом популяризируя данный проект. В отличие от традиционных газет, такая платформа очень удобна своей интерактивностью и мультимедийными возможностями. За активностью можно наблюдать и

изучать с помощью статистических данных: студенты могут постоянно анализировать посещаемость, просмотры, охват, подписчиков, выявлять популярные темы, отношение аудитории к конкретным публикациям.

Помимо «*TamNine*» для студентов разных курсов до 2020 г. был создан веб-блог «Медиаблог» на той же платформе (<https://vk.com/public187069626>). Данная группа создала хорошую возможность для студентов быть активными во время пандемии COVID-19. У студентов заочного отделения также существуют свои группы в социальной сети «ВКонтакте»: творческие работы и практические задания публикуются в паблике «Баш уйлы, кул яза» («Голова думает, рука пишет») (<https://vk.com/club196452090>) и «Безнең тавыш. Наш голос» (<https://vk.com/public201771113>).

Проект «*TamNine*» имеет сходство с «*ЖурLine*»: их основная цель – повышение профессионального мастерства студентов-журналистов. Как известно, «в полной мере проектная деятельность может быть сформирована только в рамках учебного процесса, так как в профессиональной деятельности на производстве специалист уже должен уметь осуществлять эту деятельность, оценивать ее результаты, общаться с коллегами и руководством, рефлексировать» [8, с. 156]. Среди образовательных профессиональных компетенций, которыми должны обладать выпускники-журналисты по профилям «Мультимедийная журналистика» и «Новые национальные медиа» по окончании подготовки в бакалавриате КФУ, особо выделяются такие, как способность создавать и управлять информационными ресурсами, создавать информационные материалы и редактировать их для сайта, контролировать наполнение сайта. Также они должны иметь знания, умения и навыки работы над содержанием публикаций СМИ, включая выбор темы публикации, работу с источниками информации, отбор, отслеживание и оценивание информационных поводов в зависимости от типа средств массовой информации, систематизацию актуальной информации для аудитории через СМИ.

Итак, «*ЖурLine*» – медиапроект на русском языке в социальной сети «ВКонтакте» (<https://vk.com/zhurline>). За хронологический период в медиапроекте было опубликовано 312 материалов, из них 278 размещено в формате лонгрида (большой объем текстового материала, написанного с использованием мультимедийных элементов, таких как фото, видео, инфографика). Это означает, что 89 % постов, опубликованных в этот период, являются публикациями в формате лонгрида.

Что касается тем, то их количество в блоге «*ЖурLine*» неисчислимо, потому что студенты интересуются различными видами деятельности и вопросами и стараются их раскрыть. Например, было опубликовано 20 рецензий на различные кинофиль-

мы, 17 заметок, репортажей с фестивалей «День первокурсника» и «Студенческая весна». А самыми популярными темами для студентов-журналистов оказались психология, экология и финансовая грамотность. Что касается жанрового многообразия, в этом блоге мы можем прочитать заметки, интервью (31 материал), репортажи, рецензии, лиц-опросы, обзоры. Наблюдается уместное использование хештегов в постах: #КитайскийОбъектив, #Выставка, #мажор, #КрутойТур и т.д.

При тематическом анализе материалов «ЖурLine» можно отметить ту же функциональную направленность медиапроекта: несмотря на то что он старается информировать, просвещать и оказывать психологическую поддержку аудитории, самой главной целью этого проекта является повышение профессионального мастерства студентов-журналистов.

А вот медиапроект «Люстра» в социальной сети «ВКонтакте» создан студентами юридического факультета КФУ и является медиацентром (<https://vk.com/lustrajournal>). Перед участниками медиапроекта не стоит задача освоения журналистских жанров, и медиапроект не является площадкой для обучения, формирования умений и навыков работы над публикациями. Редакция стремится создавать полезные материалы, размещает новости и еженедельные дайджесты для студентов. Благодаря такой целенаправленной работе блог имеет гораздо больше подписчиков в сравнении с предыдущими двумя медиапроектами.

Все материалы на странице «Люстра» можно разделить на две тематические группы: во-первых, это посты развлекательного направления (анонсы, рецензии, рекомендации художественных фильмов, так или иначе поднимающие темы юриспруденции, а также музыкальные плей-листы, советы и рекомендации от студентов, их цитаты и т.д.); во-вторых, это заметки информационного характера (анонсы и приглашения на различные мероприятия, например, к судебным дебатам; также дайджесты и полезные материалы по юриспруденции, интервью со студентами и преподавателями юридического факультета, а также специалистами в различных областях права).

Всего за исследуемый период было опубликовано 55 материалов, из них 21 дайджест (38 %). В публикациях медиацентра «Люстра» доминирует юридическая тематика, а дайджест – самый популярный жанр.

Медиапроект «Труба» в социальной сети «ВКонтакте» создан студентами Института физики КФУ и также называется медиацентром (https://vk.com/truba_if). За указанный хронологический период в медиапроекте «Труба» было опубликовано 84 материала, из них 14 подборки фотографий, сделанных студентами, которые фигурируют под хэштегом #trubaph. Это означает, что у этого проекта есть определенная рубрика, не связанная с физикой. Также есть различные подкасты, такие как

астрономия, великий физик-теоретик Лев Ландау и разговорный клуб – 3 подкаста, которые запущены на данный момент.

Так как «Труба» – это медиацентр, созданный студентами физического института, то большая часть постов связана с темой физики. На этом медиапроекте представлены анонсы, заметки и отчеты о событиях, интересующих студентов физического института. Кроме того, много постов развлекательного характера: интересные мемы, опросы, клипы, сабы.

Медиапроект «Студия ай» – продукт деятельности студентов Института международных отношений (далее – ИМО) КФУ (<https://vk.com/imostudioai>). Это, безусловно, самый подписываемый студенческий медиа-ресурс среди выбранных медиа-проектов.

Они описывают себя так: «лайфстайл-медиа о поисках, творчестве и студенческой жизни». Это не медиацентр ИМО: они не освещают деятельность института как информационного центра, а вместо этого студенты создают на этой площадке творческие проекты о студентах, саморазвитии и реализации. Это означает, что темы в постах могут не иметь отношения к Институту международных отношений.

За указанный хронологический период в медиапроекте было опубликовано 72 материала, из них 21 – о медиалектории Института международных отношений (проводился 2 раза в год, поэтому материалов о ней довольно много – 29 % от общего количества публикаций). На этом блоге также есть 8 постов, посвященных праздникам, что составляет 11 % от общего количества публикаций, но помимо них также активно освещаются темы саморазвития, страхов и психологии. Кроме того, в блоге есть обзоры из секонд-хендов и другие креативные посты. Следует также отметить, что каждый пост привлекательно оформлен с точки зрения дизайнера и стиля.

Как было отмечено выше, медиапроект является частью образовательного процесса. Кто-то создает конкретный медиаресурс в рамках программы обучения журналистике, а кто-то учится по другим направлениям и создает разные медиапроекты по интересам. Это означает, что мы можем рассматривать все эти медиапроекты как пространство для творчества и обучения студенческой молодежи.

Основными характеристиками молодежного медиатекста являются использование мультимедийных форматов и интерактивность. Студенческие блоги максимально сближают участников общения: знакомые герои публикаций, понятные темы, единый язык и стиль материалов. Эти проекты обычно предлагают обобщенный контент, ориентированный на студентов университетов.

Каждый студенческий медиа-ресурс зависит от университета и преподавательского состава. Будущие журналисты пишут о журналистике, новых медиа и обо всем в целом, юристы – о видах договоров и способах их заключения, физики – об астрономии

и научных подходах в поисках ответов на конкретные вопросы.

Все вышеперечисленные медиапроекты используют разные мультимедийные форматы и пытаются найти новые способы вовлечения аудитории. Примечательно, что обычно каждый текст в медиапроекте укомплектован фото, видео или инфографикой, т.е. большинство статей сформированы в формате лонгрида, а также встречаются интерактивные форматы, т.е. это говорит о креативности и творческом начале со стороны студентов.

Студенты очень редко пользуются фотобазами, стараются использовать в постах оригинальные фотографии, сделанные ими самими, потому что это повышает доверие.

При оформлении постов стараются использовать единый стиль, это особенно заметно на примере медиапроекта «Люстра». А в проекте «Труба» часто используются синий, оранжевый и зеленый цвета.

Студенческие медиа-проекты, как правило, ситуативны, успешны в краткосрочной перспективе и зависят от учебного заведения, активны в течение определенного периода времени.

Что касается недостатков, то самый первый – это нерегулярность публикаций. Например, обычно в конце декабря в проектах в день публикуется около 10 материалов, а в последующие недели вообще не бывает ни одной публикации.

Обычно «простои» в ведении медиапроектов связаны с праздниками и каникулами, например, периоды с 28 декабря по 14 января или с 26 июля по 19 сентября – это как раз такие паузы.

Иногда студенты забывают о необходимости оперативности в освещении актуальных событий. Например, репортаж с концерта в рамках фестиваля «День первокурсника – 2022» может появиться на страницах медиапроектов через неделю. Бесспорно, преподавателю-куратору необходимо сосредотачиваться на оперативности, на актуальности материалов, то есть прививать навыки своевременного размещения материалов о мероприятиях.

На некоторых сайтах рубрики часто бывают спонтанными, а это означает, что не все авторы имеют представление о теме и идейном содержании каждой рубрики.

Следует также отметить, что иногда студентов беспокоит количество постов, а не их качество. Такие случаи должны озадачивать преподавателя (руководителя практики), он обязан обратить внимание студентов на качественные характеристики публикации.

Исходя из всего перечисленного выше, попытаемся определить рекомендации для дальнейшего развития студенческих проектов. Необходимо:

– повысить скорость донесения информационного контента до аудитории и эффективности сообщений;

– определять определенный порядок (регулярность) выхода публикаций;

– повысить уровень медиаграмотности, общей культуры и мировоззрения у авторов-студентов;

– развивать творческие способности студентов, давать возможность креативно, нестандартно подходить к решению вопросов;

– создавать специальные и периодические рубрики;

– искать новые способы взаимодействия с аудиторией.

Прежде всего, студенческий медиапроект – это процесс создания медиапродукта, зачастую осуществляемый коллективно с использованием современных технологий. Особо надо отметить, что «интегрирование социального проекта в образовательную среду вуза, в учебно-воспитательный процесс способствует формированию не только профессиональной компетентности и развитию творческого потенциала у учащихся, но и формированию активного, социально ответственного специалиста, способного эффективно работать на благо своей страны – воспитанию гражданственности» [8, с. 157-158].

Студенческие медиапроекты обычно создаются с учетом особенностей социальных сетей. Это означает, что определенный контент нельзя публиковать в каждой социальной сети. В этой связи социальную сеть «ВКонтакте» можно назвать самой универсальной и удобной площадкой для использования в педагогических целях: тексты, иллюстрации в виде фото, рисунков, аудио-, видеофайлы с различным хронометражем, интерактивные публикации доступны для каждого пользователя.

Конечно, у каждого студенческого медиапроекта есть свои преимущества и недостатки. Тем не менее каждый из них, преследуя определенные цели, направлен на личностное развитие студента и на решение проблем общества. Ведь студенческие медиапроекты, с одной стороны, позволяют учащимся усвоить компетенции в сфере журналистики, умения и навыки работы с интернет-контентом, с другой – созданный ими контент так или иначе составляет часть информационного пространства не только собственного учебного заведения, но и республики, и страны в целом.

Литература:

1. Жилавская И.В. Медиаактивность молодежи как фактор медиаобразования // Медиа. Информация. Коммуникация. – 2013. – № 3. – URL: <https://mic.org.ru/vyp/4-nomer-2013/mediaaktivnost-molodezhi-kak-faktor-mediaobrazovaniya/> (дата обращения: 20.10.2022).
2. Журавлева А.А. Медиаобразовательный проект как системообразующее звено работы подготовительных курсов факультета журналистики Челябинского государственного университета // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. – № 4 (26). – С. 102.
3. Коданина А.Л. Медиапроекты в социальных сетях в аспекте межкультурного диалога (на примере нижегородского медиапроекта «Rise_info») // Челябинский гуманитарий. – 2021. – № 1 (54). – С.25-30.
4. Корытничкова Н.В. Уровни интернет-активности студентов как новый фактор социальной дифференциации // Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия: экономическая. – 2013. – № 4 (46). – С. 141-147.
5. Мамяко А. 6 крутых студенческих медиа не про университет // Журналист. – URL: <https://jrnlst.ru/st-media?ysclid=lazwbdc0cj334024135> (дата обращения: 25.11.2022).
6. Шатунова М.А. Основные тенденции медиапотребления в социальных сетях Рунета // Молодой ученый. – 2021. – № 21 (363). – С. 349-352.
7. Паварина А.В. Сущность социальной активности студентов в современном университете // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры. Материалы Всерос. науч.-метод. конф. (с международным участием). – Оренбург, 2021. – С. 3641-3646.
8. Меренков А.К. Проектная деятельность как направление развития социальной активности студента // Студент XXI века: ценности, мировоззрение, идеалы. Материалы Всерос. науч. студенческих чтений, посвященных Дню российской науки и 20-летию Старооскольского филиала НИУ «БелГУ». – Белгород, 2019. – С. 154-158.

Student Media Projects as a Means of Increasing Youth Activity

**Garifullin V.Z., Zayni R.L., Galieva R.M.
Kazan (Volga Region) Federal University**

The purpose of our work was to determine the characteristics of the activity of student youth on the example of the implementation of media projects by Kazan (Volga Region) Federal University students in social networks. To achieve this goal, the identification of student media projects of the Kazan (Volga Region) Federal University in the social network "VKontakte" was carried out, the media activity of students in this network was monitored, content analysis of publications was carried out, and the authors of this study organized new student media projects to study the social and media activity of students. The work reveals thematic features, advantages, disadvantages and trends in the development of student media projects.

Key words: media project, social activity, students, social networks, VKontakte, Kazan (Volga Region) Federal University, Higher School of Journalism and Media Communications of K(VR)FU

