

УДК 32(17.022.1)

DOI: 10.24412/1998-5533-2024-3-242-246

**Возможности применения трансмедийных технологий в образовательной сфере****Фатыхова Д.Р.**

Кандидат политических наук,  
доцент кафедры связей с общественностью и прикладной политологии  
Казанского (Приволжского) федерального университета

**Зиятдинова Э.М.**

Кандидат политических наук,  
доцент кафедры связей с общественностью и прикладной политологии  
Казанского (Приволжского) федерального университета

*Цифровизация всех сфер жизни изменила подход к осуществлению коммуникации организаций с общественностью. В нынешних условиях тотальной медиатизации донесение сообщений до аудиторий возможно только с учетом таргетинга и использования уместного сочетания диджитал-инструментов и оффлайн-средств. В этом контексте структуры системы высшего образования, ведущие образовательную деятельность, находятся в поисках оптимальных коммуникационных сценариев, способных выстроить связи со всеми стейкхолдерами в единой концепции.*

*В статье рассмотрены практические аспекты применения трансмедиа в образовательной сфере на примере продвижения кафедры связей с общественностью и прикладной политологии Казанского (Приволжского) федерального университета (КФУ). Цель исследования – дать характеристику практике применения трансмедийных технологий в деятельности структур высшего академического образования, позволяющей при определенных условиях создавать в них «вселенную» – общую концептуальную среду, объединяющую единомышленников и последователей. В этой связи была рассмотрены результаты коммуникационной деятельности кафедры связей с общественностью и прикладной политологии КФУ. Авторы пришли к выводу о возможности применения технологий трансмедийной коммуникации в академической среде при создании условий вовлеченности учащихся и формулирования посыла, объединяющего всех заинтересованных сторон. Данный подход может стать опорой для выстраивания матрицы коммуникационных связей для подобных структур.*

**Ключевые слова:** трансмедиа, трансмедийные технологии, трансмедийное продвижение, медиасфера, образовательная сфера

**Для цитирования:** Фатыхова Д.Р., Зиятдинова Э.М. Возможности применения трансмедийных технологий в образовательной сфере // Вестник экономики, права и социологии. 2024. № 3. С. 242–246. DOI 10.24412/1998-5533-2024-3-242-246.

Современную медиасферу можно охарактеризовать как пространство, постоянно пополняющееся новейшими медиа-платформами, сервисами, мес-

сенджерными, каналами и приложениями, ориентированными на размещение разного рода медийных продуктов, а также на постоянное, непрерывное вза-

имодействие с аудиторией. В последнее десятилетие широко применяется понятие «трансмедиа» как новый способ передачи и распространения информации о каком-либо бренде, продукте или услуге. Само использование такой технологии дало аудитории возможность непосредственной коммуникации с авторами контента. На данном этапе развития медиакультуры опыт трансмедийного повествования в развлекательной индустрии заимствуется для продвижения социально значимых проектов [1].

Само слово «трансмедиа» вне рамок научного дискурса возникло ещё в 70-е гг. прошлого столетия, когда перестал действовать классический способ передачи истории, информации потребителю – исключительно через линейное повествование, когда существует история и есть зритель, которому эту историю и передают в рамках единого медийного канала. Однако, как термин, используемый в контексте маркетинга, медиа и брендинга в целом, характеризуемый «рассказом историй», где особое внимание уделяется возможности мультиплатформенности (использование телевидения, радио, печатных СМИ, интернет-медиа, социальных сетей, кино, мобильных приложений и т.д.), интерактивности и масштабности повествования, трансмедиа введён в употребление американским философом и культурологом Генри Дженкинсом. Цель трансмедиа – создание единой истории (вселенной) и вовлечение аудитории через различные точки входа в эту вселенную (например, при скачивании приложения на смартфон, участие в обсуждении проекта в специальных комьюнити, поход на встречу фанатов и прочее, в зависимости от типа создаваемого трансмедиа-продукта) [1].

Трансмедийные проекты сегодня представляют собой и высокотехнологическое средство трансляции рекламы, особый метод публичной коммуникации (пришедший на смену интегрированным рекламным технологиям). Выйдя за рамки развлекательной сферы, подобные проекты стали использоваться уже в различных сферах общественной жизни: от политических кампаний, инициатив, связанных с развитием гражданской активности, коммерческих крупных рекламных франшиз, культурной сферы (например, в трансляции онлайн-выставок ведущих мировых музеев, раскрутке театров и т.д.), до сферы образования (из описанных трансмедийных проектов в сфере образования можно выделить прежде всего проекты Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ)).

В рамках данной статьи рассмотрен опыт применения трансмедийных коммуникаций в продвижении кафедры связей с общественностью и прикладной политологии Казанского (Приволжского) федерального университета (далее – КФУ, Кафедра) в рамках празднования 20-летнего юбилея с момента ее основания.

Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии КФУ – один из первых научно-образовательных центров по изучению публичных коммуникаций в системе университетского образования России. Она была образована в 2003 г., ее становление и развитие было связано с трансформацией в системе коммуникаций, появлением информационно-коммуникативных технологий, ориентированных на индивидуальные запросы [2].

Соответственно, 2023 г. стал годом празднования юбилея Кафедры, на протяжении которого силами межпоколенческого, профессионального взаимодействия профессорско-преподавательского состава и студенческого сообщества был запланирован целый ряд мероприятий, объединенных в единую концепцию (вселенную) проекта – «Казанская школа коммуникаций – сила традиций и инноваций». На базе этой вселенной были проведены следующие активности:

1. Съёмка фильма об истории и развитии Кафедры. В нем через интервью преподавателей повествуется об этапах и сложностях, с которыми столкнулась университетская коммуникационная школа, о современных формах и приоритетах обучения на Кафедре. Фильм был показан на торжественных мероприятиях Кафедры и размещен в официальном сообществе Кафедры *PR/Media* КФУ в социальной сети «ВКонтакте» [3].

2. Конференция «Медиа и власть: власть медиа?», состоявшаяся в апреле 2023 г. – это научная платформа Кафедры. В рамках конференции участники выступили с докладами по вопросам функционирования медиaprостранства современной России, взаимодействия медиа и власти. Отдельное внимание уделялось проведению сессии молодых ученых, магистрантов и студентов старших курсов, обучающихся по коммуникационно-ориентированным специальностям. По итогам конференции был издан сборник материалов конференции [4].

3. IX Всероссийский форум мультимедийных технологий *Russian PR Week 2023* – апрель 2023 г. В нем приняли участие свыше тысячи студентов российских вузов, преподаватели, специалисты и заинтересованные в изучении *public relations*, рекламы, *digital*, *SMM* и маркетинга. *Russian PR Week* собрал на одной площадке студентов, молодых специалистов, преподавателей и профессионалов. Цель форума – разбавить теорию актуальными кейсами от практиков. Первоначально он стал «ответом» на студенческие просьбы – расширить практику образовательного процесса, когда известные российские специалисты PR и рекламы делятся своим опытом в профессиональной деятельности. Онлайн-трансляция форума была осуществлена на платформе *Znanium.ru*. В юбилейный год Кафедры длительность форума составила 3 дня, в течение которых для участников была проведена вечеринка #напи-

римся, квиз и экскурсия по Казани. Информационное сопровождение форума осуществлялась в тематическом сообществе проекта в социальной сети «ВКонтакте», на медиаресурсах Кафедры и КФУ, в региональных средствах массовой информации [5].

4. *PR Media Gala*, май 2023 г. – это вечернее торжественное мероприятие для студентов, магистрантов, преподавателей Кафедры, завершающее учебный год. В юбилейный год кафедры *PR Media Gala* отличался тем, что на вечер были приглашены выпускники, друзья и партнёры Кафедры. В рамках мероприятия были отмечены студенты-отличники, активисты и старосты групп всех курсов направлений «Реклама и связи с общественностью» и «Медиакоммуникации», также отметили победителей-блогеров в номинации «Звезда родилась» и лауреатов премии «У меня вопрос» [6].

5. Выставка «Казанская школа коммуникаций – сила традиций и инноваций» сентябрь – ноябрь 2023 г. была завершающим событием в цикле мероприятий проекта. В зале Музея истории КФУ была представлена экспозиция с описанием этапов развития казанской школы коммуникаций, в ходе которой можно было познакомиться с результатами научно-исследовательской и образовательной деятельности преподавательского состава Кафедры. Торжественное открытие экспозиции состоялось в Императорском зале главного корпуса Казанского федерального университета с участием руководства вуза и приглашенных гостей. В течение всей работы выставки были организованы экскурсии студентов Кафедры в Музей истории КФУ, где студенты могли познакомиться с историей и университета, и Кафедры, а также оставить слова поздравлений и пожеланий в Книге отзывов для посетителей выставки [7].

Медийное сопровождение всех активностей проекта выполнял Медиацентр Кафедры, состоящих из самих студентов направлений «Реклама и связи с общественностью», «Медиакоммуникации». Они готовили материалы для публикации в сообществе *PR/Media* КФУ в социальной сети «ВКонтакте» и контент для трансляции на медиапанели, расположенной в здании учебного корпуса.

В целом, обозначенные в рамках проекта по празднованию юбилея Кафедры активности являются наиболее значимой частью всех остальных мероприятий, которые были проведены Кафедрой в юбилейный 2023 г. Общими усилиями руководства, преподавателей, студентов и студенческих организаций Кафедры удалось показать 20-летнюю историю своего становления и развития, продемонстрировав достижения в различных областях своей деятельности. При этом именно возможности использования трансмедийных механизмов расширения истории и участие аудитории (прежде всего студентов) в данных активностях позволило Кафедре выйти за пределы стандартного протокольного

празднования юбилейного года. Несмотря на то что изначально проект не задумывался как трансмедийный, впоследствии он принял на себя черты трансмедийных проектов, уже успешно реализованных в образовательной среде (например «Антиюбилей Вышки» 2017 г. [8]).

Проект «Казанская школа коммуникаций – сила традиций и инноваций» представлял собой множество отдельных мероприятий, объединенных общей идеей празднования юбилейного года Кафедры. Каждое мероприятие носило интерактивный характер, включало и онлайн- и офлайн-активности, учитывало специфику целевой аудитории и работало на продвижение Кафедры.

Центром подготовки и реализации проекта стала рабочая группа из числа преподавателей при непосредственном участии студенческой организации *COM<sup>2</sup>unity* и Медиацентра Кафедры. Стоит отдельно упомянуть, что Кафедра имеет уникальный опыт, реализуемый в рамках технологии «обучения действием» в академической среде (ориентированной на получение знания из собственного опыта студентов в ходе решения реальных управленческих задач), деятельности студенческой организации *COM<sup>2</sup>unity*, созданной на базе Кафедры и действующей с 2010 г. (в прошлом молодежного отделения Российской ассоциации по связям с общественностью). В рамках *COM<sup>2</sup>unity* студенты под руководством наставников – преподавателей Кафедры самостоятельно осуществляют такие крупномасштабные проекты, как *Russian PR Week* – всероссийский интерактивный форум общественных коммуникаций, *PR Weekand* – серия вводных мастер-классов для студентов первого курса отделения, Летняя школа молодого пиарщика и др. мероприятия. В состав организации входят 7 отделов: отдел по работе со спикерами, отдел пресс-службы, отдел по работе с участниками, отдел по дизайну, отдел фото и видео, smm-отдел, технический отдел. Организация подобных мероприятий предоставляет возможность студентам работать над конкретными *PR*-задачами, на практике применить свои способности и в результате через реальные действия получить новые, столь необходимые в будущей профессиональной деятельности, знания.

Можно смело утверждать, что именно за счет участия самих студентов, их активности, размещенных публикациях в личных социальных сетях с хештегами, отметками о Кафедре проект приобрел черты не просто интерактивного проекта, но и партиципативного. Об этом свидетельствуют показатели популярности контента, связанного с юбилейными мероприятиями, в социальных сетях:

– видеоролик о Кафедре, размещенный в сообществе *PR/Media* КФУ в социальной сети «ВКонтакте», собрал 8 531 просмотр, 196 лайков, 27 репостов, *ER* = 10 (*ER* – это показатель вовлеченности, который

учитывает взаимодействие аудитории с публикацией и общее число участников сообщества);

– публикация об открытии выставки «Казанская школа коммуникаций – сила традиций и инноваций»: 1700 просмотров, 52 лайка, 7 репостов,  $ER = 2,7$ ;

– публикация о торжественном мероприятии *PR Media Gala* с участием выпускников, студентов, преподавателей и партнеров Кафедры: 4600 просмотров, 122 лайка, 16 репостов,  $ER = 6$ ;

– информация о IX Всероссийском форуме мультимедийных технологий *Russian PR Week 2023* размещалась в отдельном сообществе <https://vk.com/russianprweek>: 80 публикаций,  $ER = 4$ .

Целевой аудиторией проекта стали не только студенты, магистранты, обучающиеся на Кафедре, но и все интересующиеся коммуникационно-ориентированным направлением, формируя тем самым сообщество единомышленников и партнеров Кафедры как на региональном, так и на федеральном уровнях.

Таким образом, на примере вышеперечисленного проекта можно сделать вывод о том, что трансмедийные технологии, как особый механизм для передачи истории, открывают принципиально новые возможности для коммуникации и взаимодействия аудитории в системе высшего академического образования. Зарекомендовав себя в коммерческой сфере, трансмедиа могут применяться и в реализации образовательных проектов на разных уровнях (как на уровне всего образовательного учреждения, так и отдельного структурного подразделения).

### Литература:

1. Фатыхова Д.Р., Дронова П. А. Особенности трансмедийных проектов в российской политической практике // Материалы всероссийской научно-практической конференции «Политические риски развития государства и общества в современном мире». Саратов: Изд-во ИСНГУ, 2021. С.114–118.
2. Сайт кафедры связей с общественностью и прикладной политологии КФУ URL: <https://kpfu.ru/media-sociology/struktura/otdelenie-socialnyh-nauk/kafedra-prikladnoj-politologii-i-svyazey-s> (дата обращения: 20.06.2024).
3. Официальное сообщество кафедры связей с общественностью и прикладной политологии КФУ в социальной сети «ВКонтакте». URL: [https://vk.com/pr\\_kfu](https://vk.com/pr_kfu) (дата обращения: 20.06.2024).
4. Конференция «Медиа и власть: власть медиа?» состоится в КФУ. URL: <https://media.kpfu.ru/news/konferenciya-media-i-vlast-vlast-media-proydet-v-kfu> (дата обращения: 20.06.2024).
5. Тысяча участников, кейсы от 12 топовых спикеров: в КФУ прошел Russian PR Week 2023. URL: <https://media.kpfu.ru/news/tysyacha-uchastnikov-keysy-ot-12-topovykh-spikerov-v-kfu-proshel-russian-pr-week-2023> (дата обращения: 20.06.2024).
6. В КФУ прошел PR Media Gala. URL: <https://media.kpfu.ru/news/v-kfu-proshel-pr-media-gala> (дата обращения: 20.06.2024).
7. «Казанская школа коммуникаций – сила традиций и инноваций», выставка, посвященная 20-летию кафедры связей с общественностью и прикладной политологии КФУ. URL: [https://kpfu.ru/about\\_university/struct/direkciya-muzeev-kfu/muzei-kfu/39kazanskaya-shkola-kommunikacij-sila-tradicij-i.html](https://kpfu.ru/about_university/struct/direkciya-muzeev-kfu/muzei-kfu/39kazanskaya-shkola-kommunikacij-sila-tradicij-i.html) (дата обращения: 20.06.2024).
8. ВШЭ | 25 лет АНТИЮБИЛЕЙ. URL: <https://25.hse.ru/> (дата обращения: 28.06.2024).

## The Possibilities of Using Transmedia Technologies in the Educational Field

*Fatykhova D.R., Ziyatdinova E.M.*  
Kazan (Volga Region) Federal University

*Digitalization of all spheres of life has changed the approach to communication between organizations and the public. In the current conditions of total mediatization, delivering messages to audiences is possible only with targeting and the use of an appropriate combination of digital tools and offline tools. In this context, the structures of the higher education system that conduct educational activities are in search of optimal communication scenarios that can build connections with all stakeholders in a single concept. The article examines the practical aspects of the use of transmedia in the educational field using the example of the promotion of the Department of Public Relations and Applied Political Science of Kazan Federal University. The purpose of the study is to characterize the practice of using transmedia technologies in the activities of higher academic education structures, which, under certain conditions, allows them to create a "universe" – a common conceptual environment uniting like-minded people*

*and followers. In this regard, the results of the communication activities of the Department of Public Relations and Applied Political Science of KFU were considered. The authors came to the conclusion about the possibility of using transmedia communication technologies in the academic environment in creating conditions for student engagement and formulating a message that unites all stakeholders. This approach can become a support for building a matrix of communication links for such structures.*

*Keywords: transmedia, transmedia technologies, transmedia promotion, media sphere, educational sphere*

