



МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ

MEDIA EDUCATION

DOI 10.22363/2312-9220-2022-27-4-808-822

УДК 070.19

Научная статья / Research article

Аудиовизуальные медиа в вузах России: типология и анализ контента

С.Л. Уразова¹, Е.Б. Громова²✉,
К.Е. Кузьменкова³, Ю.П. Митковская⁴

¹Всероссийский государственный университет кинематографии имени С.А. Герасимова,
Российская Федерация, 129226, Москва, ул. Вильгельма Пика, д. 3

²Филиал МГУ имени М.В. Ломоносова в г. Севастополе,
Российская Федерация, 299001, Севастополь, ул. Героев Севастополя, д. 7

³Российский университет дружбы народов,
Российская Федерация, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10, корп. 2

⁴Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
Российская Федерация, 101000, Москва, Покровский б-р, д. 11

✉ katya-64@inbox.ru

Аннотация. Приводится авторская типология отечественных аудиовизуальных медиа, представленных как образовательные платформы для информирования, развития внутренних и внешних коммуникаций, формирования профессиональных компетенций среди будущих специалистов в сфере журналистики, связей с общественностью и рекламы. Авторы анализируют методику подготовки телерадиопрограмм в соответствии с образовательными стандартами. Повышенное внимание к функционированию студенческих СМИ, прежде всего аудиовизуальных медиа в связи с активно развивающейся тенденцией визуализации медиапространства, а также интерес к методикам профессиональных компетенций будущими журналистами, редакторами, PR-менеджерами и маркетологами в разных российских вузах, обусловлено прежде всего процессами интенсивного развития в XXI веке техногенной революции, использованием инновационных технологий и начавшимся апробированием на практике функционала как искусственного интеллекта (Artificial intelligence, AI), так виртуальной реальности (Virtual reality, VR). Внедрение высоких технологий требует быстрого обновления образовательных методик и стандартов при подготовке профессиональных кадров в сфере журналистики. С этим связана проводимая ныне в России реформа в сфере науки и образовании, нацеленная на активное вовлечение будущих молодых специалистов в развитие научно-исследовательских изысканий. На это нацелена и государственная программа «Приоритет 2030», способствующая развитию творческих инициатив среди молодежи. В этом контексте представленный анализ функционирования студенческих медиа в российских вузах

© Уразова С.Л., Громова Е.Б., Кузьменкова К.Е., Митковская Ю.П., 2022



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

приоткрывает завесу над тем, как формируются знания, компетенции и профессиональный опыт будущих специалистов, раскрывает возможности расширения национального информационного пространства.

Ключевые слова: медиаобразование, профессиональные компетенции, телевидение вуза, пресс-центр, студенческие медиа, учебные медиа




Вклад авторов. С.Л. Уразова, Е.Б. Громова – концепция и дизайн исследования, анализ полученных данных, написание текста; Ю.П. Митковская – сбор и обработка материалов, анализ полученных данных, написание текста; К.Е. Кузьменкова – сбор и обработка материалов, написание текста.

Заявление о конфликте интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 28 июня 2022 г.; откорректирована 12 августа 2022 г.; принята к публикации 2 сентября 2022 г.

Для цитирования: Уразова С.Л., Громова Е.Б., Кузьменкова К.Е., Митковская Ю.П. Аудиовизуальные медиа в вузах России: типология и анализ контента // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2022. Т. 27. № 4. С. 808–822. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2022-27-4-808-822>

Audiovisual media in the universities of Russia: typology and analysis of the content

Svetlana L. Urazova¹, Ekaterina B. Gromova²✉,
Ksenia E. Kuzmenkova³, Yulia P. Mitkovskaya⁴

¹*Russian State University of Cinematography named after S. Gerasimov,
3 Vilgelma Pika St, Moscow, 129226, Russian Federation*

²*Sevastopol Branch of M.V. Lomonosov Moscow State University,
7 Geroyev Sevastopolya St, Sevastopol, 299001 Russian Federation*

³*Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University),
10 Miklukho-Maklaya St, bldg 2, Moscow, 117198, Russian Federation*

⁴*HSE University,
11 Pokrovskii Bulvar, Moscow, 101000, Russian Federation*

✉ katya-64@inbox.ru

Abstract. The authors give the typology of the audiovisual media in the universities of Russia. Also, the very process of producing is analyzed. The special educational and cognitive process of media producing are considered as elements of information, internal and external communications of the universities, developing the professional competences in the media specialties' studying process. The authors describe the methodology of program's producing in connection to educational standards, linking the all stages of this process with the formation of specific student competencies. Increased attention to the functioning of student media, especially audiovisual media in connection with the actively developing trend of visualization of media space, as well as interest in the methods of professional competence of future journalists, editors, PR-managers and marketers in various Russian universities, primarily due to the processes of intensive development in the 21st century technological revolution, the use of innovative technologies and the beginning of testing the functionality as artificial intelligence (Artificial intelligence, AI) in practice. The introduction of high technology requires rapid updating of educational methods and standards in the training of professional personnel in the field of journalism. This is also related to the current reform of science and education in Russia, which

aims to actively involve future young specialists in the development of scientific research. The state program “Priority 2030”, which promotes the development of creative initiatives among young people, is also aimed at this. In this context, presented analysis of the functioning of student media at various Russian universities lifts the veil on how the knowledge, competencies, and professional experience of future media professionals are formed, and reveals the possibilities of expanding the national information space.

Keywords: media education, professional competencies, university television, press center, student media, educational media

Authors’ contribution. Svetlana L. Urazova, Ekaterina B. Gromova – conception and design of the study, analysis of the obtained data, writing the text; Yulia P. Mitkovskaya – analysis of the obtained data, writing the text; Ksenia E. Kuzmenkova – collection and procession of research data and materials.

Conflicts of interest. The authors declare that there is no conflict of interest.

Article history: submitted June 28, 2022; revised August 12, 2022; accepted September 2, 2022.

For citation: Urazova, S.L., Gromova, E.B., Kuzmenkova, K.E., & Mitkovskaya, Yu.P. (2022). Audiovisual media in the universities of Russia: Typology and analysis of the content. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 27(4), 808–822. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2022-27-4-808-822>

Введение: теоретическая база исследования

Современные средства массовой информации существуют в пространстве конвергентной медиаиндустрии, где информационные и коммуникативные технологии составляют единый ресурс, обладающий мультиплатформенностью, мультиформатностью и мультимедийностью. Соответственно, в высших учебных заведениях, где готовят специалистов по коммуникативным специальностям, активно развиваются практические дисциплины на базе студенческих конвергентных редакций, выпускающих аудиовизуальные медиапродукты, ориентированные на вызовы цифровой эпохи и субъект-субъектную модель коммуникаций. При этом студенческие СМИ выполняют различные функции, среди которых коммуникативная, организующая, информационная, образовательная, педагогическая, воспитательная, социализирующая. В непрофильных вузах студенческие медиа становятся основой образовательных медиапрактик. «Профессиональное журналистское образование и медиаобразование – пересекаются именно в системе субъектно-субъектных сетевых коммуникаций, когда профессионалы и любители действуют в одном медиаполе» (Кильпеляйнен, 2019, с. 9).

Медиаисследователями традиционно обосновывается важнейшая роль практической составляющей в журналистском образовании (Варганова, Лукина, 2017; Грабельников, 2017; Шестёркина, Марфицына, 2017), подчеркивается необходимость создания особой коммуникационной среды, формирующей профессиональные навыки (Уразова и др., 2020) в контексте трансформации профессии (Коханова, 2017; Свитич, 2015; Уразова, 2011). Также зафиксировано различие подходов к журналистскому образованию в разных странах и роли в нем практико-ориентированного подхода (Global Journalism Education., 2017). Актуальность изучения прессы, создаваемой студентами

непрофильных вузов, неоднократно подчеркивали специалисты медиаобразования (Федоров и др., 2004). Накоплен опыт критического анализа контента существующих и создаваемых медиа с точки зрения медиаобразования (Masterman, 1985).

Вместе с тем исследователи справедливо указывают на недостаточную изученность в научной литературе многих аспектов студенческих медиа. Например, исследовательская практика «не располагает устоявшейся структурой, поэтому возможны разные классификации и определения» (Носова, 2007, с. 117–118). В обобщающем исследовании 2009 года отмечено: «Студенческая пресса неизменно соседствует с официальной вузовской, молодежной, юношеской, учебной, корпоративной и самодетельной. Иногда эти понятия смешиваются – и по причине принадлежности одного издания к нескольким группам, и по причине обыкновенной путаницы в понятиях» (Болкунов, 2009, с. 84). Авторы исследования считают необходимым предложить свои категории для аудиовизуальных медиа, а также обозначить основные тенденции создания контента.

Невозможно проанализировать аудиовизуальные ресурсы 94 государственных и коммерческих вузов России, где студенты дневного отделения могут получить образование по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика», 20 вузов со специальностью 42.03.05 «Медиакоммуникации» и 12 со специальностью 42.03.04 «Телевидение»¹. И тем более, учесть те университеты и институты, где обучение по этим трем специальностям не ведется. Тем не менее авторы статьи полагают необходимым выделить несколько наиболее очевидных трендов, которые сегодня помогают формированию знаний, компетенций, умений и навыков у студентов.

Прежде всего надо согласиться с А.Н. Болкуновым в том, что студенческие медиа имеют право считаться таковыми, только если студенты для этого информационного ресурса – главная целевая аудитория и если в материалах преобладает тематика студенческой жизни. Поэтому стоит согласиться с мнением И.В. Жилавской о необходимости «освободить самодетельные СМИ от функций корпоративных медиа» и передавать эти функции в учебных заведениях «соответствующим профессиональным службам общественных связей» (Жилавская, 2013, с.189). Справедливости ради следует отметить, что подобную точку зрения И.В. Жилавская высказывала в отношении функционирования школьных медиа, однако данное ранжирование справедливо и для студенческих СМИ. Ведь введенный в вузах курс, обучающий моделированию и проектированию медиа, это фактически *стартап*, где студенты осваивают профессиональные знания и учатся коммуницировать между собой, который может стать началом создания профессионального СМИ и его вывода в медиaprостранство. Конечно, справедливо в большей степени считать студенческими СМИ – аудиовизуальные медиа, имеющих статус студенческого объединения. И дело тут не только в том, что аудиовизуальный контент в наибольшей степени востребован в наши дни потенциальной аудиторией. Важно, что команды таких редакций ориентируются прежде всего на студенческую аудиторию, следовательно, учиты-

¹ Информация по бакалаврским программам, данные 2022 года. URL: <https://vuzopedia.ru/>

вают мировоззренческие и тематические запросы современной молодежи. Следующая категория – это учебные СМИ (существующие в качестве «пробных» на практических дисциплинах на направлениях подготовки «Журналистика», «Связи с общественностью и реклама», «Коммуникативные технологии», «Выпуск учебных СМИ», «Технологии производства аудиоконтента» и т. д.), их главная цель – обучение основам профессии журналиста в рамках учебной программы. Есть еще и неформальный, самиздатский аудиовизуальный контент – студенты выпускают его по своей инициативе, используя для размещения социальные сети, Telegram-каналы, видеохостинги YouTube и RuTube.

В процессе обучения многие редакции вырастают из «самиздатских», получают статус студенческого объединения и размещаются на официальном сайте вуза. Некоторые издания регистрируются как СМИ в Роскомнадзоре, поскольку уже достигли некоего профессионального уровня и имеют высокую посещаемость ресурса, большое число подписчиков, размещают рекламу, ведут коммерческую деятельность, например, продают сувениры, товары с логотипом вуза и т. д. Студенческий аудиовизуальный контент может иметь и специализированную (научную, методическую) тематическую направленность.

Все аудиовизуальные ресурсы в вузах можно также разделить по преобладающей тематике и модальности на *имиджевый* (пиар-контент), *информационно-развлекательный* и *просветительский*, а также *специализированный* контент (в том числе, профессионально ориентирующий). По типу размещения: на транслируемый в стенах университета, а также на сайте университета, на официальных страницах вуза, в социальных сетях – в студенческих группах, на отдельных онлайн-ресурсах. Создаваемые студентами онлайн-издания, газеты и журналы, также публикуют аудиовизуальный контент.

Все, чему студенты учатся во время процесса подготовки контента для учебных и студенческих аудиовизуальных СМИ в профильных вузах, позволяет выполнить требования Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования².

Настоящая статья – результат первого этапа межвузовского исследования, которое продолжается и требует дальнейшей детализации и научных экспериментов.

Материалы и методы исследования

Достоверность исследования обеспечивается обширным эмпирическим материалом, для изучения которого использовался компаративистский метод с элементами контент-анализа. За единицу контента был принят сюжет/программа студенческих медиа. При анализе содержания применялась вероятностная или случайная выборка. Генеральная совокупность – 150 единиц (10 единиц от каждого вуза) аудиовизуального контента, представленного (по срокам последними) на официальных сайтах и официальных страницах в соцсетях, а также на страницах, созданных студентами. Изучаемые

² ФГОС ВО (3++) по направлениям бакалавриата 420000 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело». URL: <https://fgosvo.ru/fgosvo/index/16/92>

медиа были распределены согласно *целям выпуска* (корпоративно-вузовские, студенческие, имеющие статус студенческого объединения, учебные, самиздатовские и узкоспециализированные); *по тематике* (контент информационно-развлекательный и просветительский, а также имиджевый и узкоспециализированный); *по платформе размещения* (контент, транслируемый в стенах университета, на официальном сайте и на официальных страницах вуза в соцсетях, на созданных студентами страницах в соцсетях и на отдельной платформе онлайн-издания).

Результаты и обсуждение

К аудиовизуальным медиа с информационно-развлекательным и просветительским контентом можно отнести следующие проекты Объединенной редакции студенческих СМИ факультета журналистики МГУ: радио «Моховая, 9», телеканал «Моховая, 9» и интернет-издание «Журналист Online». Все они стабильно выходят в эфир, имеют свою редакционную политику. Аудиовизуальный контент размещается на платформах Вконтакте и других соцсетей. Главным редактором созданного в 2017 г. радио «Моховая, 9» является преподаватель, у каждого выпуска свой шеф-редактор из студентов. Мы не можем назвать этот ресурс net-станцией, потому что она не звучит в эфире постоянно. Но, с другой стороны, аудиальный контент преобладает, и он нацелен на студенческую аудиторию, это настоящее университетское радио. Основа редакции – студенты старших курсов, состав обновляется ежегодно. Радио интегрировано в учебный процесс, его программная политика соотнесена с планом обучения дисциплинам специализации на модуле «Радиожурналистика». «Моховая, 9» – мультимедийное и конвергентное медиа, его работа основана на принципах реальной радиостанции с еженедельными летучками, дедлайнами, работой «в поле» и в студии с профессиональной техникой, ежедневным размещением в эфире нового выпуска. Например, рубрика «Календарь журналиста» выходит каждый день в 7 утра. В жанровом диапазоне радио не только новостные и публицистические форматы, но и радиоспектакли, аудиокниги, радиофильмы.

Проекты радио «Моховая, 9» на сайте и в социальных сетях различаются. На сайте «Моховая, 9» (мультимедийный формат на платформе Tilda) представлены рубрики: «Официальный журфак» – о встречах, конференциях, концертах и прочих событиях, которые происходят в МГУ; «Медиатренды» – приглашенные эксперты из разных стран рассказывают о журналистике; «Легенды радио» – публикуются материалы об известных журналистах радио и т. д. Здесь размещены и спецвыпуски к 30-летию радиостанций «Радио России», «Европа плюс», 55-летию радио «Маяк».

В социальной сети «ВКонтакте» радио «Моховая, 9» размещает более разнообразный и регулярно обновляемый контент. Рубрики: «Факультет рифмы» приглашает студентов-поэтов; «Журкорн» рассказывает о фильмах и сериалах о журналистике и журналистах и т. д. Каждая рубрика является авторским проектом одного или нескольких студентов и выходит с разной периодичностью, хронометраж у выпусков тоже различный. «Моховая, 9» – это радио индивидуальных и групповых подкастов, которое не ведет прямых

эфиров. Одна из новых рубрик – аудиогид по университету, где в жанре радиорепортажа и радиорассказа, на платформе Tilda, проходят экскурсии по всем аудиториям факультета журналистики МГУ. «Моховая, 9» – элемент цифровой среды, но придерживается контент-канонов эфирного радио, таким образом, перед нами пример «ремедиации» радиоконтента (Фатеева, 2015).

«Моховая, 9» – еще и студенческий телеканал факультета журналистики МГУ. Новые выпуски выходят каждую неделю, в них чередуется тематический и новостной контент. В выпусках освещаются новости журфака, а также события и проекты университета.

Во многих профильных вузах студенческие аудиовизуальные медиа и учебные – не одно и то же. Так, «Радио утром» – учебное радио, было создано в филиале МГУ имени М.В. Ломоносова в г. Севастополе для выполнения учебной программы по курсу «Выпуск учебных СМИ», хотя в эфир два раза в неделю на большой перемене выходит проводное «Курс FM», которое имеет статус студенческого объединения. До перевода на дистанционное обучение, связанное с пандемией, «Радио утром» звучало в стенах факультета каждый день после первой пары. Однако авторам исследования видится оптимальным объединение учебного и студенческого радио, поскольку это способствует оптимизации затраченных студентами усилий и появлению более качественного контента, что демонстрирует опыт телевидения и радио «Моховая, 9».

Среди университетов, где в студенческих медиа отражение реальной жизни преобладает над пиар-компонентом, можно назвать РУДН. Двери ТВ РУДН открыты как для студентов профильных направлений (направления обучения «Журналистика», «PR», «СМИ», «Телевидение»), так и для представителей всех остальных факультетов. Канал РУДН на YouTube создан в 2009, а RUDN University Planet на английском языке для иностранных студентов – в 2017. Некоторые видеоролики набирают до 1 млн просмотров. Например, сюжет *Find yourself in RUDN University* – более 9 млн. Каждый год на этих каналах публикуется более 100 различных видео. Среди них есть и имиджевые сюжеты, но есть и неформальный контент – мастер-классы звезд шоу-бизнеса, сюжеты о волонтерском движении, онлайн-лекции, научно-популярные программы. Согласно опубликованному в 2021 г. Министерством науки и высшего образования РФ общему рейтингу медиаактивности российских вузов, РУДН занял четвертое место³.

Студенческие медиа НИУ ВШЭ разнообразны по своей структуре, они продюсируются как в рамках учебных дисциплин, так и факультативно, и отличаются неформальностью, используют подкаст как основную форму контента, размещаются в соцсетях и на различных аудиоплатформах. The Vyshka – независимое медиа о студенческой жизни, над которым работают студенты разных направлений подготовки. HSE Press выпускает подкасты, объединенные рубрикой CORVUS. Ведут эти подкасты студенты разных факультетов. Здесь обсуждаются научные события вуза, объясняются простым языком

³ См.: Минобрнауки России представило рейтинг медийной активности высших учебных заведений за ноябрь 2021 года. URL: <https://www.minobrnauki.gov.ru/press-center/news/novosti-ministerstva/45096/> (дата обращения: 12.08.2022).

ком факты из мира технологий. Радио HSE FM также придерживается формата подкастов на молодежные темы.

«Международный образовательный студенческий телерадиоканал» Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ транслирует максимально широкую по тематике и жанрам программу, канал выглядит как аудиовизуальное медиа общей направленности с ориентацией на интеллектуальную молодежь как основную аудиторию.

Доктор филологических наук, заведующая кафедрой журналистики, рекламы и связей с общественностью ЮУрГУ (Челябинск) Л.П. Шестеркина является разработчиком концепции первой в России университетской вещательной телерадиокомпании, которая круглосуточно работает в Интернете, телерадиоэфире и кабельных сетях. Телерадиокомпания имеет государственную лицензию на телевизионное вещание и все виды кабельных услуг (IP-телефония, видео по запросу, скоростной выход в Интернет), а также является базой для конвергенции университетских СМИ. Newsroom Digital – 360-градусный мультимедийный ньюсрум дал возможность практиковаться в самых современных реалиях: мультимедийные технологии объединили в единую цифровую среду телеканал «ЮУрГУ-ТВ», студию «Радио ЮУрГУ», газету «Технополис», интернет-сайты (Шестеркина, 2016). Студенты предметно осваивают социальные функции журналистики. Телепередача «Молодежный проспект» интегрирует информационно-коммуникативные и рекреативные функции, подкаст «Радио ЮУрГУ» реализует информационно-коммуникативные и культурно-образовательные функции. Телевизионная программа «Новости ЮУрГУ» нацелена на информирование аудитории, предоставление ей новой актуальной социально-значимой информации. Информационно-коммуникативные функции как ключевые реализуются и в материалах, опубликованных на студенческом интернет-портале Newsroom Digital, а также в газете «SMART Университет» (Шестеркина, Харитоновна, Красавина, 2022, с. 521).

Разнообразный и профессиональный контент выложен на портале «Арктический мост» Северного (Арктического) федерального университета имени М.В. Ломоносова (Архангельск). Главная тема, объединяющая видеоматериалы – освоение Арктики и роль в этом будущих специалистов – студентов университета. Портал отличается от других наличием научно-популярного документального видеоряда об исследовательских экспедициях, это оригинальные съемки, сделанные сотрудниками медиацентра университета в северных морях на судах «плавучего университета». Фильм «К берегам русской Арктики» получил награды международных фестивалей и стал победителем в номинации «Новый репортаж» на 13-м Евразийском телефоруме. Все видеоматериалы выложены на YouTube, на канале SAFUniversity, где 19,5 тыс. подписчиков. Это можно назвать корпоративно-вузовским контентом. В то же время абсолютно студенческий, авторский по стилю оформления контент публикует ресурс «Вышка Today» этого университета, медиа имеет статус студенческого объединения. Одна из программ на портале – серия интервью «А что с тобой?». Искренние монологи студентов о психологии, реализации и самоощущении в кризисные моменты жизни. Сотни лайков размещены под видео,

большой актив в комментариях, репосты, обсуждения. У видео внутренняя драматургия и качественная съемка. Эти выпуски собирают до 10 тыс. просмотров, они интересны не только студентам, но и родителям, которые хотели бы лучше понимать своих уже взрослых детей.

Радио ПГУ (Пермский государственный университет), которое существует уже 72 года, публикует в сети самый разнообразный контент: подкасты «#МЫВМЕСТЕ» и «Кино в халате», лекции, мастер-классы. Тверской государственный университет (ТвГУ) создает многосюжетные новостные программы на странице телеканала «УХ» – в «ВКонтакте».

В тематическом плане многие университеты легко выходят за границы своих стен. В Южном Федеральном университете (Ростов-на-Дону) работает студенческий медиацентр SFEDUMEDIA, который представляет себя как «почти независимое медиа ЮФУ». Студенты берут интервью у федеральных журналистов, преподавателей и выпускников вуза, можно посмотреть и послушать посты на различные темы по хэштэгам: «репортаж», «срочная новость», «интервью», «цифрадняя», «студент_спит_учеба_идет», «подкасты». У медиа харизматичные ведущие, цепляющие заголовки, яркие аватарки.

Интерес представляет и медиаопыт непрофильных вузов. Общая черта аудиовизуального контента – ярко выраженный пиар-компонент: от попыток создать позитивный имидж вуза до трансляции мыслей университетской администрации в ущерб продвижению материалов, отражающих студенческую жизнь и интересы. У большинства вузов представлены на сайтах трансляции с общеуниверситетских событий («День первокурсника», «Дни науки», «Мисс университет» и т. д.).

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ) имеет свою студию телевидения, которая выставляет на официальную страницу вуза совсем небольшой объем в основном имиджевого контента, подготовленного медиацентром; гораздо больше видеоконтента, уже неформального, представлено «ВКонтакте» на странице студенческого журнала «РИНХбург». Будущие экономисты выпускают видеоприложение к журналу, снимают мастер-классы по самореализации.

Одна из современных тенденций – создание студенческого медиа с редакцией, в которую приглашаются студенты разных вузов. «Мегабайт» – объединенное студенческое СМИ, которое работает на базе Университета ИТМО. В вузе нет направления подготовки «Журналистика», однако в «МегабайтМедиа» входят радио, видеопроекты, интернет-издание, газета и журнал NewTone. Сетевое издание «Мегабайт» зарегистрировано в Роскомнадзоре. «Мегабайт» ведет репортажи с главных событий вуза, общается с учеными, рассказывает о технологических новинках. Команда «Мегабайта» ставит своей целью вернуть студентам статус интеллектуальной элиты страны. С 2015 года команда «Мегабайт» проводит ежегодный Всероссийский студенческий форум *Sciencemedia*, посвященный популяризации науки и образования в молодежных СМИ.

На видеоподкастах у творческой группы Национального исследовательского университета ИТМО более 7 тыс. подписчиков. Это яркий и регулярный контент. Например, шоу «Шот Кредингера» развенчивает мифы и

конспирологические теории, программа выходит в эфир раз в две недели, его ведущие – молодой ученый Георгий и менеджер Гоша. Конечно, все эти аудиовизуальные проекты в конечном счете служат продвижению вуза, но задача решается через информационно-развлекательный и познавательный контент, связанный с будущей профессией студентов.

«Энерго ТВ» Казанского государственного энергетического университета (КГЭУ) размещает на своем сайте в основном официальную информацию, связанную со статусными инфоповодами, отражающими серьезность и важность энергетической отрасли. У вуза современная студия и студенты делают полноценные обзорные выпуски основных событий вуза за месяц. Однако есть менее официальный молодежный формат – инструкции для студентов и абитуриентов на все случаи жизни: «Про спорт в КГЭУ», «Все про Energy level в КГЭУ» и т. д. Здесь мы встречаем подтверждение общей тенденции: аудиовизуальные СМИ в вузах значительно улучшили свое техническое оснащение, творческие команды работают на хорошей технике, им помогают профессиональные операторы, режиссеры, монтажеры. Не у всех вузов есть собственные студии, но репортажный контент, как правило, представлен качественно, все реже встречается любительский подход. У студентов КГЭУ есть медиациентр, который выпускает «КГЭУ WEEK» – программу с итогами недели, в рамках которой герои выпусков легко переходят на татарский язык (без перевода на русский). Отметим, что использование национального языка является редкостью в студенческих медиа.

К убедительному опыту медиаактивов непрофильных вузов можно отнести YouTube-канал Томского политехнического университета (ТПУ). Канал официально вузовский, но на нем размещен контент студенческой направленности, который имеет высокие цифры просмотров, продвигает инженерные профессии, регулярно обновляется, распределен по рубрикам и плейлистам («Навигатор первокурсника», «Инженерная школа», «Подкасты» «Спецпроекты», «Шоу», «Абитуриенту», «Трансляции» и т. д.). У канала унифицированный стиль оформления, студия, профессиональная съемка, грамотный монтаж видеоматериалов. Наполнена видеоконтентом собственного производства официальная страничка ТПУ «ВКонтакте». ТПУ – один из немногих непрофильных вузов, где существует практика оперативной публикации видеороликов и можно получить представление о самых свежих событиях, о том, что было буквально вчера. На странице «ВКонтакте», например, появляется до 4-х новых постов в день.

Общая тенденция для профильных и непрофильных вузов – уменьшение активности при создании аудиовизуальных продуктов в последние два года. Например, гораздо скромнее, чем до пандемии Covid-19, представлен аудиовизуальный контент в Северо-Кавказском Федеральном университете. ТВ-программа «#Вузблог» до 2019 года выходила регулярно и представляла достижения вуза в науке, рассказывала о победителях Всероссийских олимпиад, профессиональных конкурсов и т. д.

Исследование показывает, что не так много вузов практикуют регулярные обращения ректора к студентам, то есть используют так называемый публичный капитал ключевых фигур. Образ руководителя, его откры-

тость, стиль управления, репутация в обществе, создаваемый им социально-психологический климат, несомненно, влияют на доверие к вузу как внутренней аудитории, так и внешней. Некоторые вузы гораздо чаще размещают на вузовских сайтах выступления ректоров в различных программах федеральных радиостанций и других внешних ресурсов, причем многие из этих материалов не касаются высшего образования и содержат размышления о вопросах внутренней и внешней политики России. Так, например, за 2021 год на официальном сайте Санкт-Петербургского гуманитарного университета профсоюзов размещены 20 выступлений в эфире радио «Комсомольская правда», и одно интервью в эфире радио «Говорит Москва» ректора, члена-корреспондента Российской академии наук А.С. Запесоцкого. Они касаются международных отношений, реакции ректора на наиболее резонансные события недели, итоги 2021 года и т. д.

Пример завидного постоянства и регулярного обновления контента – Medical Channel («Медач»). Проект позиционируется как медицинское сообщество молодых врачей и студентов медицинских университетов и ставит своей целью обмен знаниями. Здесь представлены материалы, облегчающие учебную и практическую деятельность, размещена информация о вакансиях в медвузах страны. Medical Channel был создан в октябре 2013 года как самиздатовское студенческое медиа Ростовского государственного медицинского университета со своей группой «ВКонтакте». К редакции присоединились студенты и других медицинских вузов, которые стали делиться своими методичками, книгами, полезными материалами. В итоге редакция перестала ассоциировать себя с РостГМУ. «Ну, а в дальнейшем мы стали делать свой контент (переводы английских статей, озвучивание зарубежных лекций на русский, написание авторских статей, запись аудиоподкастов, съемка видео, организация офлайн-мероприятий с лекциями и др.) Мы не являемся СМИ и пока не планируем им становиться, но позиционируем себя как профессиональное сообщество студентов медвузов и врачей. И, да, вполне себе обучающее»⁴. Medical Channel стал победителем в номинации «Лучшее СМИ о науке» на Всероссийском медиафоруме 2017.

Заключение

Изучив студенческие и учебные аудиовизуальные медиа профильных и непрофильных вузов России, можно утверждать, что при разности подходов, у них много общего. Все аудиовизуальные медиа можно разделить на вузовско-корпоративные, студенческие (имеющие статус студенческого объединения), учебные, самостоятельные и специализированные. Сегодня студенческие и учебные аудиовизуальные СМИ преимущественно мультимедийные, они публикуют контент в различных форматах на платформах сети Интернет. При этом большинство создателей студенческих аудиовизуальных медиа предпочитают использовать не сайты, а социальные сети, что вполне обосновано. Студенческие СМИ, как и профессиональные, следуют в точки скопления потенциальной аудитории. В последние два года выпуск аудио-

⁴ Из интервью администратора сообщества Medical Channel Никиты Родионова авторам статьи.

визуального контента у многих непрофильных вузов стал менее активным, но ориентация на мультимедийность продолжает развиваться, студенты осваивают все больше площадок для публикаций. Официальный контент размещается на вузовском сайте, либо сайте медиа, неформальный – в социальных сетях, как правило, «ВКонтакте» и на YouTube-каналах. Контент вузовско-корпоративных и студенческих аудиовизуальных медиа обретает профессиональные черты, производится на современной технике, широко распространены подкастинг, есть примеры объединения студентов из разных вузов для создания общего медиа.

Министерство науки и высшего образования РФ представило в 2021 году уже упомянутый независимый рейтинг медийной активности 219 вузов, подведомственных Минобрнауки России. Итоговый рейтинг (M-rate) складывался из трех показателей: *эффективность работы вуза со СМИ* (Index Mass Media, имеются в виду внешние СМИ: локальные, региональные, федеральные, онлайн), *с социальными сетями* (Index Social, наличие у вуза аккаунтов в восьми социальных сетях, трафик приведения на сайт вуза из соцсетей) и *официальным сайтом* (Index Site). Показатель эффективности работы вуза с сайтом учитывал аудиторию сайта, время, которое пользователи проводят на нем, количество посещений сайта за месяц, а также показатели отказов.

Мониторинг проводился впервые, но руководство министерства планирует сделать его регулярным и полностью автоматизированным⁵. Это говорит не только об актуальности нашего исследования, но и о перспективах дальнейшего изучения состояния студенческого аудиовизуального контента в вузах России.

Список литературы

- Болкунов А.Н. Типология студенческой прессы России начала XXI века // Известия Саратовского университета. Серия: Социология. Политология. 2009. № 4. С. 83–87.
- Грабельников А.А. О буднях журналистского образования // Век информации. 2017. № 3. С. 35–38.
- Гусенкова А.Е. Учебная газета факультета журналистики: к постановке проблем медиаобразовательного проекта // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2010. Т. 2. № 6. С. 9–11.
- Жилавская И.В. Медиаобразование молодежи: монография. М.: МГГУ имени М.А. Шолохова, 2013. 243 с.
- Кильпеляйнен Е.С. Трансформация профессиональных компетенций журналиста в период цифровизации медиапространства: дис. ... канд. филол. наук. М., 2019. 194 с.
- Коханова Л.А. Тренды современной журналистики как фактор трансформации профессии // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. 2017. № 2. С. 147–155.
- Носова Ю.А. Отечественная пресса для студенческой молодежи: историко-типологический аспект: дис. ... канд. филол. наук. Ростов н/Д, 2007. 180 с.
- Свитич Л.Г. Изменение журналистской профессии в условиях медиаконвергенции // Вестник Челябинского государственного университета. Серия: Филология. Искусствоведение. 2015. Т. 94. № 5. С. 406–413.

⁵ Минобрнауки России представило рейтинг медийной активности высших учебных заведений. URL: <https://scientificrussia.ru/articles/minobrnauki-rossii-predstavilo-rejting-medijnoj-aktivnosti-vyssih-ucebnyh-zavedenij> (дата обращения: 03.02.2022).

- Уразова С.Л. Конвергенция как фактор жизнеспособности массмедиа в цифровой среде. Теоретический аспект // Вестник Нижегородского университета имени Н.И. Лобачевского. 2011. № 5 (1). С. 287–293.
- Уразова С.Л., Волкова И.И., Писарева М.Н. Критерии формирования коммуникативного пространства в студенческой среде: погружение в творчество // Ученые записки Забайкальского государственного университета. 2020. Т. 15. № 1. С. 75–81. <https://doi.org/10.21209/2658-7114-2020-15-1-75-81>
- Фатеева И.А. Новые технологические форматы медиаобразовательных проектов // Вестник Челябинского государственного университета: Филология. Искусствоведение. 2015. Т. 360. № 5. С. 40–46.
- Федоров А.В., Новикова А.А., Челышева И.В., Каруна И.А. Медиаграмотность будущих педагогов в свете модернизации образовательного процесса в России. Таганрог: Кучма, 2004. 188 с.
- Шестеркина Л.П. Как создать в вузе 360-градусный мультимедийный ньюсрум: из опыта работы журфака ЮУрГУ // Университеты и медиа: от газеты к 360-градусному мультимедийному ньюсруму: материалы семинара Учебно-методического совета по журналистике, 28–29 октября 2015 г. / ред. Е.Л. Варганова, Л.П. Шестеркина. Челябинск: ЮУрГУ, 2016. <https://doi.org/10.17223/26188422/2/2>
- Шестеркина Л.П., Марфицына А.Р. Практическая журналистика в поиске путей совершенствования журналистского образования // Вопросы журналистики. 2017. № 2. С. 24–38.
- Шестеркина Л.П., Харитоновна О.Ю., Красавина А.В. Проектное обучение в условиях дистанционного формата: из опыта подготовки студентов по направлению «Журналистика» в Институте медиа и социально-гуманитарных наук ЮУрГУ // Организация образовательного процесса вузов с использованием технологий смешанного и дистанционного обучения в условиях пандемии: региональный опыт / под ред. А.Л. Шестакова. Челябинск: ЮУрГУ, 2022. С. 514–532.
- Global Journalism Education in the 21st Century: Challenges & Innovations / ed. by R. Goodman, E. Steyn. Austin: Knight Center for Journalism in the Americas, University of Texas at Austin, 2017.
- Masterman L. Teaching the media. London: Routledge, 1989.
- Vartanova E.L., Lukina M.M. Russian journalism education: challenging media change and educational reform // Journalism & Mass Communication Educator. 2017. No 72 (3). Pp. 274–284. <https://doi.org/10.1177/1077695817719137>

References

- Bolkunov, A.N. (2009). Typology of student press in Russia at the beginning of the 21st century. *Izvestiya of Saratov University. Sociology. Politology. Series: Sociology. Political Science*, (4), 84–86. (In Russ.)
- Fateeva, I.A. (2015). New technological formats of the media education projects. *Chelyabinsk State University Bulletin: Philology. Art History*, 360(5), 40–46. (In Russ.)
- Fedorov, A.V., Novikova, A.A., Chelysheva, I.V., & Karuna, I.A. (2004). *Media literacy of future teachers in the light of the modernization of the educational process in Russia*. Taganrog: Kuchma Publ. (In Russ.)
- Goodman, R., & Steyn, E. (Eds). (2017) *Global journalism education in the 21st century: Challenges & innovations*. Austin: Knight Center for Journalism in the Americas, University of Texas at Austin.
- Grabelnikov, A.A. (2017). On the everyday life of journalistic education. *The Age of Information*, (3), 35–38. (In Russ.)
- Gusenкова, А.Ye. (2010). Study newspaper of the faculty of journalism: Setting the problem of the mediaeducation project. *Sign: The Problem Field of Media Education*, 6(2), 9–11. (In Russ.)

- Kilpelainen, E.S. (2019). Transformation of professional competencies of a journalist during the digitalization of media space (PhD. Philol. sci. diss.). Moscow. (In Russ.)
- Kokhanova, L.A. (2017). Trends in modern journalism as a factor in the transformation of the profession. *Vestnik of Volzhsky University after V.N. Tatischev*, (2), 147–155. (In Russ.)
- Masterman, L. (1989). *Teaching the media*. London: Routledge.
- Nosova, Yu.A. (2007). *Domestic press for student youth: Historical and typological aspect* (PhD. Philol. sci. diss.). Rostov-on-Don. (In Russ.)
- Shesterkina, L.P. (2016). How to create a 360-degree multimedia newsroom at university: From the experience of SUSU Journalism Department. In E.L. Vartanova, L.P. Shesterkina (Eds.), *Universities and Media: From Newspaper to 360-Degree Multimedia Newsroom: Proceedings of the Workshop of the Educational and Methodological Council on Journalism (28–29 October 2015)*. Chelyabinsk: SUSU Publ. (In Russ.) <https://doi.org/10.17223/26188422/2/2>
- Shesterkina, L.P., & Marfityna, A.R. (2017). Practical journalism in search of ways to improve journalism education. *Russian Journal of Media Studies*, (2), 24–38. (In Russ.)
- Shesterkina, L.P., Kharitonova, O.Yu., & Krasavina, A.V. (2022). Project-based learning in distance education format: Case study for training students majoring in journalism at the SUSU Institute of Media and Social Sciences and Humanities. In A.L. Shestakov (Ed.), *Organization of the Educational Process of Universities using Blended and Distance Learning Technologies in a Pandemic: Regional Experience* (pp. 514–532). Chelyabinsk: SUSU Publ. (In Russ.)
- Svitich, L.G. (2015). Changes in journalistic profession under conditions of media convection. *Bulletin of Chelyabinsk State University. Series: Philology. Art History*, 94(5), 406–413. (In Russ.)
- Urazova, S.L. (2011). Convergence as a factor of media viability in the digital environment. Theoretical aspect. *Vestnik of Lobachevsky University of Nizhni Novgorod*, 5(1), 287–293. (In Russ.)
- Urazova, S.L., Volkova, I.I., & Pisareva, M.N. (2020). Criteria for forming a communicative space in the student environment: Immersion in creativity. *Scholarly Notes of Transbaikalian State University*, 15(1), 75–81. (In Russ.) <https://doi.org/10.21209/2658-7114-2020-15-1-75-81>
- Vartanova, E.L., & Lukina, M.M. (2017). Russian journalism education: Challenging media change and educational reform. *Journalism & Mass Communication Educator*, 72(3), 274–284. (In Russ.) <https://doi.org/10.1177/1077695817719137>
- Zhilavskaya, I.V. (2013). *Media education of youth*. Moscow: Sholokhov Moscow State University for Humanities.

Сведения об авторах:

Уразова Светлана Леонидовна, доктор филологических наук, доцент, главный редактор научного журнала «Вестник ВГИК», Всероссийский государственный институт кинематографии имени С.А. Герасимова. ORCID: 0000-0003-2264-2859. E-mail: svetlana.urazova@gmail.com

Громова Екатерина Борисовна, старший преподаватель, кафедра журналистики, историко-филологический факультета, филиал МГУ имени М.В. Ломоносова в г. Севастополе. ORCID: 0000-0003-4705-4180. E-mail: katya-64@inbox.ru

Кузьменкова Ксения Евгеньевна, тьютор по учебной работе, филологический факультет, Российский университет дружбы народов. ORCID: 0000-0002-8064-3828. E-mail: kuzmenkova-ke@rudn.ru

Митковская Юлия Павловна, магистрант, направление подготовки «Менеджмент в СМИ», факультет коммуникаций, медиа и дизайна, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». ORCID: 0000-0002-8439-0573. E-mail: julia.mitkovskay@gmail.com

Bio notes:

Svetlana L. Urazova, Doctor of Philology, Associate Professor, Editor-in-Chief of the scientific journal “Vestnik VGIK” (“Bulletin of Film Art”), Russian State University of Cinematography named after S. Gerasimov. ORCID: 0000-0003-2264-2859. E-mail: svetlana.urazova@gmail.com

Ekaterina B. Gromova, senior lecturer, Department of Journalism, Faculty of History and Philology, Sevastopol Branch of M.V. Lomonosov Moscow State University. ORCID: 0000-0003-4705-4180. E-mail: katya-64@inbox.ru

Ksenia E. Kuzmenkova, tutor for educational work, Faculty of Philology, Peoples’ Friendship University of Russia (RUDN University). ORCID: 0000-0002-8064-3828. E-mail: kuzmenkova-ke@rudn.ru

Yulia P. Mitkovskaya, master’s student, direction of training “Management in the Media”, Faculty of Communications, Media and Design, HSE University. ORCID: 0000-0002-8439-0573. E-mail: julia.mitkovskay@gmail.com