

# СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ВУЗОВСКОЙ ПРЕССЫ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

**Р. П. Баканов**

*Казанский (Приволжский) федеральный университет,  
ул. Кремлевская, 18, 420008, г. Казань, Россия,  
rbakanov@yandex.ru*

В статье речь идет о трансформациях современной вузовской прессы Республики Татарстан в условиях цифровизации и дальнейшего развития мультимедийных форматов подачи информации. Это не только меняет принципы организации труда корреспондентов редакций, но и делает напряженным график их работы. Целью исследования было выявление и изучение специфики функционирования вузовской прессы Республики Татарстан в условиях цифровизации. Изучив газеты десяти высших учебных заведений и их сайты за 2021–2022 годы, автор пришел к выводу, что коллективы редакций пока не используют мультимедийные инструменты для увеличения аудитории и формирования ее лояльности к изданиям. Практическая значимость исследования в том, что его результаты могут помочь авторам медиа высших учебных заведений с помощью использования мультимедийных форматов подачи информации увеличить аудиторию и, возможно, расширить состав авторов.

**Ключевые слова:** вузовское медиа; аудитория; мультимедиа; сайт; автор; формат; социальная сеть; цифровизация; Республика Татарстан.

## THE SPECIFICITY OF THE FUNCTIONING OF THE UNIVERSITY PRESS OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION

**R. P. Bakanov**

*Kazan (Volga Region) Federal University,  
18, Kremlevskaya Str., 420008, Kazan, Russia  
Corresponding author: R. P. Bakanov (rbakanov@yandex.ru)*

The article deals with the transformations of the modern university press of the Republic of Tatarstan in the conditions of digitalization and further development of

multimedia formats of information presentation. This not only changes the principles of organizing the work of editorial correspondents, but also makes their work schedule stressful. The purpose of the study was to identify and study the specifics of the functioning of the university press of the Republic of Tatarstan in the conditions of digitalization. Having studied the newspapers of ten higher educational institutions and their websites for 2021–2022, the author concluded that editorial teams do not use multimedia tools to increase the audience and form its loyalty to university print media. The practical significance of the research is that its results can help the authors of higher educational institutions media by using multimedia formats for presenting information to increase the audience and, possibly, expand the amount of authors.

**Key words:** university media; audience; multimedia; website; author; format; social media; digitalization; Republic of Tatarstan.

Корпоративное издание в современном вузе – скорее традиция, чем необходимость, место первой практики студентов кафедры или факультета журналистики. Именно там ребятам придется для себя решить: писать и снимать – это мое или нет. В условиях заведомо проигрышного положения вузовской печати по сравнению с его официальным сайтом и скоростью обновления информационных лент соцсетей коллективам редакций необходимо не только определиться с задачами и функциями издания, но и внедрить современные форматы подачи желательной такой информации, которой не было в повестке дня официального сайта. Мы провели мониторинг сайтов десяти наиболее популярных у студентов вузов Республики Татарстан (далее РТ) (из них один федеральный и два научно-исследовательских), который показал, что в настоящее время только у Казанского федерального университета (КФУ) отсутствует собственное печатное издание (редакция была ликвидирована в конце 2016 года), однако на портале КФУ есть архив, где представлены номера за несколько последних лет существования газеты [1].

Вузовские корпоративные медиа в настоящее время лишь эпизодически становятся объектом научных исследований. Данную тему изучают Н. Г. Витковская, В. А. Глазкова, В. А. Горновая, Т. А. Зарубина, Л. В. Каверина, Н. В. Кодола, Д. А. Мурзин, О. В. Окружнова, Т. И. Сидорова, М. В. Симкачева, Ю. В. Чемякин и некоторые другие. Предмет исследования в основном направлен на выявление места и роли вузовских медиа в структуре современной российской медиасистемы или уровень ее влияния на развитие органов студенческого самоуправления в вузе. О качестве публикаций или творческой работы сотрудников редакций вузовских СМИ, а также специфике взаимодействия их с аудиторией

разговор идет не так часто. И пусть, как писали в 2011 г. Т. И. Сидорова и Ю. В. Чемякин, «в настоящий момент регулярно проводятся конкурсы вузовских СМИ, конференции и семинары, посвященные особенностям, проблемам и перспективам их развития, выпускаются сборники научных статей по данной теме» [2], нам видится необходимым осуществление регулярной творческо-практической экспертизы не только на профессиональном журналистском, но и на научном уровнях.

*Эмпирической базой* исследования стали десять корпоративных изданий популярных у студентов вузов РТ и их страницы на сайтах учебных заведений. Всего мы проанализировали 56 печатных номеров за период с 1 ноября 2021 г. по 1 апреля 2022 г. Каждое из изданий имеет ежемесячную периодичность, где-то без январского выпуска, где-то включая и его. Вероятно, из-за последствий начала «спецоперации» на Украине руководство вузов может пересмотреть объемы финансирования редакций местных медиа, что вряд ли положительно скажется на их состоянии и качестве контента. Наверняка сократится периодичность. Хорошо если вузовская печать вообще останется, а не растворится в информационном пространстве online-ленты официального портала.

Выполняя исследование, мы использовали такие методы, как: сплошной мониторинг сайтов вузов; содержательный, структурный и функциональный анализ web-страниц вузовских изданий; сравнительно-сопоставительный анализ качества современной практики применения мультимедийных средств и форматов подачи информации с точки зрения их возможной привлекательности для аудитории (в каком-то вузе лучше, а в каком-то хуже) и увеличения ее численности.

В результате проведенного исследования мы пришли к следующим выводам.

Во-первых, редакции всех изученных нами вузовских СМИ не использовали современные мультимедийные форматы, формами подачи информации остаются старинные: архив номеров изданий в pdf (см., например, [3]) или обычная публикация текстов с редкими фото. Как правило, страницы местных изданий находятся в структуре раздела «Пресс-центр» рядом с оперативной информационной лентой о событиях вуза. Вероятно, газета подает эти сведения под иным углом зрения или более подробно.

Во-вторых, корреспонденты редакций, видимо, очень слабо мотивированы на освоение новых форматов подачи информации и расширения аудитории. Возможно, это связано с тем, что редакция вузовского издания для них не является основным местом работы и высокой нагрузкой по основному месту или низким материальным стимулированием. При таком подходе

перспектив у вузовских изданий, на наш взгляд, нет: в условиях экономии средств учреждение отдаст предпочтение оперативной и недорогой подаче информации и работе с аудиторией в новых медиа.

### **Библиографические ссылки**

1. Архив номеров газеты «Казанский университет» [Электронный ресурс]. URL: <https://kpfu.ru/mediacenter/gazeta-39kazanskij-universitet39> (дата обращения: 13.04.2022).
2. *Сидорова Т. И., Чемякин Ю. В.* Вузовские СМИ в системе корпоративных медиа // Медиаскоп. 2011. № 3 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mediascope.ru/node/887> (дата обращения: 13.04.2022).
3. Архив номеров газеты «Технологический университет» [Электронный ресурс]. URL: [https://www.kstu.ru/article.jsp?id\\_e=30664](https://www.kstu.ru/article.jsp?id_e=30664) (дата обращения: 13.04.2022).