

ГАЗЕТА ФАКУЛЬТЕТА ЖУРНАЛИСТИКИ «ЖУРФАКТЫ»: ПУТИ РАЗВИТИЯ ИЗДАНИЯ

А. Д. Маркович

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
markovAD@bsu.by*

Исследуются тенденции в развитии газеты факультета журналистики «ЖурФАКТЫ». Обобщается опыт работы редакции издания с ребрендинга 2021 года. Уделяется внимание насущным проблемам, возможностям для развития издания.

Ключевые слова: вузовская печать; студенческие СМИ; студенческие медиа.

NEWSPAPER OF THE FACULTY OF JOURNALISM “ZHURFAKTY”: WAYS OF DEVELOPMENT OF THE PUBLICATION

A. D. Markovich

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: A. D. Markovich (markovAD@bsu.by)*

The trends in the development of the newspaper of the Faculty of Journalism Zhurfakty are investigated. The experience of the editorial office of the publication since the rebranding of 2021 is summarized. Attention to current problems and opportunities for the development of the edition is paid.

Key words: university press; student media; student media.

«ЖурФАКТЫ» – корпоративное издание факультета журналистики, выходит в печать с 2008 года. В состав редакции входят студенты всех курсов дневной формы обучения, а также преподаватель-куратор. Процесс производства контента, оформления, редактирования, согласования и распространения производится силами студенческого коллектива. Периодичность выхода – раз в месяц (8–9 выпусков в год). Издание имеет ряд постоянных рубрик, которые являются «визитной карточкой» газеты. К примеру, под рубрикой «На форточке» выходят интервью с преподавателями факультета, а

«Форум» содержит в себе опрос студентов и сотрудников на актуальную тему и размещается на последней странице номера.

Процессы, происходящие в медиапространстве сегодня, диктуют свои правила – и печатные издания, в том числе вузовские, вынуждены подстраиваться, адаптироваться к новой цифровой реальности [1]. Изменения не обошли стороной и «ЖурФАКТЫ». С 2021 года издание столкнулось с рядом трансформаций. Прежде всего, произошел ребрендинг дизайна: верстка полос стала более журнальной. При оформлении текстов используются яркие полноформатные снимки, врезки, акцент делается на заголовках и подзаголовках к материалам. Изменился дизайн обложки. Если ранее на первой полосе размещался анонс материалов выпуска, материал (или начало материала с продолжением на второй странице), то сегодня на обложке можно увидеть фото, соответствующее главному событию месяца, или иллюстрация, раскрывающая тематику выпуска.

Изменения коснулись также дистрибуции контента: достигнуты договоренности с администраторами телеграмм-канала факультета журналистики и группы «ВКонтакте»: посты о новостях редакции, анонсы новых выпусков регулярно выходят на данных площадках.

В 2021–2022 учебном году редакция провела эксперимент: номера газеты были посвящены определенной теме. Идея не нова: к примеру, подобную стратегию реализует журнал «Журналист». Тема выпусков выбиралась, исходя из времени года, основных событий факультета и вуза и других факторов. Так, выпуск № 13 за сентябрь 2021 г. посвящен первокурсникам, № 14 – столетнему юбилею БГУ, № 15 вышел с общим лейтмотивом «работа», а № 16 посвящен Новому году. При этом, также экспериментально, было принято решение отказаться от написания репортажей. Связано это решение было с тем, что выход номера часто задерживается по не зависящим от редакции причинам и отчеты с места события становятся неактуальными. В свою очередь, это привело к некоторой жанровой бедности издания, поэтому репортаж вернется на полосы издания в 2022–2023 учебном году. Упор же редакция делает на тексты с эксклюзивной информацией о факультете, преподавателях, студентах и сотрудниках, лонгриды, не связанные с актуальной новостной повесткой.

Рассуждая о развитии издания, нельзя не упомянуть ряд проблем, с которым оно столкнулось. Прежде всего, очевидно, что сегодня печатное издание не выдерживает конкуренции с электронными ресурсами. «ЖурФАКТЫ» имеют собственную группу «ВКонтакте», однако работа в ней ведется не должным образом: посты выходят нерегулярно, информация не обновляется, поэтому активность подписчиков небольшая. Одним из путей решения

было бы создание собственного сайта издания, интеграция в уже существующие студенческие интернет-ресурсы или изменение контент-стратегии для газеты в социальных сетях. Последнее направление видится наиболее приоритетным для дальнейшей работы. Также с 2022 года газета столкнулась с сокращением тиража выпуска издания. Эту проблему также решило бы наличие постоянно обновляющегося интернет-ресурса. В перспективе необходимо ввести новую должность в составе редакции – веб-редактор.

Также одной из важнейших проблем можно выделить мотивацию студентов. Преподаватель-куратор и главный редактор регулярно сталкиваются с проблемой затягивания студентами сроков сдачи материалов, нежелание браться за определенные темы или вносить правки. Здесь видится несколько возможных путей решения, а соответственно – развития издания. В каждом семестре есть предмет «Выпуск учебной газеты». Можно передать права подготовки номера студентам в рамках данной дисциплины с полным производством печатного издания от начала до конца. Мотивация в данном случае – это получение зачета. Также можно внести подготовку номера в программу учебной дисциплины (в качестве примера можно взять предмет «Корпоративные медиа» или «Корпоративный проект» кафедры технологий коммуникации и связей с общественностью). Все это приведет к повышению узнаваемости издания, качества работы и улучшению газеты в целом.

Библиографические ссылки:

1. *Градюшко А. А.* Цифровая журналистика: уч. пособие. Минск: БГУ, 2021. 171 с.