

D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B9-%D0%B2-%D0%BE/ (дата обращения: 15.10.2022 г.)

3. Статья-кейс агентства «Adindex» «Кейс «Газпром-медиа»: как привлечь телезрителя с помощью VR- и AR-технологий» – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://adindex.ru/case/2022/09/30/306872.phtml> (дата обращения: 16.10.2022 г.)

4. Видеофрагмент «Матч-ТВ» с примером внедрения «телепортации» из студии на YouTube [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=5diUkB5RsTI> (дата обращения: 16.10.2022 г.)

5. Статья-кейс агентства «Adindex» «Кейс «Газпром-медиа»: как привлечь телезрителя с помощью VR- и AR-технологий» – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://adindex.ru/case/2022/09/30/306872.phtml> (дата обращения: 16.10.2022 г.)

6. Статья издания «Российская газета» «ВЦИОМ: более половины россиян пользуются и телевидением, и интернетом» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rg.ru/2022/10/06/vciom-bolee-pолоviny-rossiian-polzuiutsia-i-televideniem-i-internetom.html> (дата обращения: 17.10.2022 г.)

ГАЗЕТА «ЖУРФАКТЫ» В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ ФАКУЛЬТЕТА ЖУРНАЛИСТИКИ БГУ

**Ровина А.С.
Белорусский государственный университет**

Современное образование в большинстве сфер предполагает ориентацию на практику. В том числе и в сфере журналистики: сегодня востребована подготовка специалистов, готовых к вызовам профессии и владеющих навыками работы с использованием цифровых технологий. Среди глобальных тенденций, оказывающих влияние на медиапространство, ученые в первую очередь отмечают активное использование журналистами интернет-технологий, переход многих печатных СМИ в онлайн-формат, а также многоплатформенное распространение

контента (1). В этом контексте важнейшей задачей является обучение студентов работе в условиях конвергентной журналистики (2).

В современной медисистеме особое место занимают внутривузовские СМИ, которые в первую очередь ориентированы на потребности студенческой аудитории. Справедливо будет утверждать, что студенческим СМИ также необходимо в полной мере использовать кроссплатформенность. Во многом именно они считаются одними из ведущих каналов коммуникации в системе масс-медиа вузов, распространяя контент не только с помощью газеты, но и посредством сайта, соцсетей и мессенджеров.

Медиапространство факультета журналистики Белорусского государственного университета представлено всеми видами СМИ: газета «ЖурФакты», интернет-ресурсы websmi.by и studlive.by, YouTube-канал «ЖурфакТВ», канал в Telegram, аккаунты в социальных сетях, а также официальный сайт journ.bsu.by. Каждое из СМИ факультета выполняет свои основные функции, работой над ними, за исключением официального сайта, занимается отдельная группа студентов. Однако руководство факультета, выступая в роли учредителя, осуществляет контроль деятельности студенческих СМИ, оставляет за собой право редактировать материалы, предлагать темы, а также поощряет тех, кто активно участвует в работе факультетских медиа. Таким образом, перед студентами, которые занимаются созданием и ведением таких СМИ, стоит задача соответствовать требованиям не только своей целевой аудитории (студентов и преподавателей), но и руководства факультета.

Рассмотрим место и роль газеты «ЖурФакты» в медиапространстве факультета журналистики БГУ. Газета выходит с 2009 года раз в месяц, тиражом 15–20 экземпляров, объемом 16 полос формата А4 и вывешивается в форме стенгазеты. Газета не зарегистрирована как средство массовой информации в Министерстве информации и

распространяется только в рамках факультета журналистики БГУ. Газета сотрудничает с другими медиа факультета, которые периодически делают публикации со ссылкой на газету, а также создает PDF-архив номеров. Целевой аудиторией газеты являются, как уже было отмечено выше, студенты и преподаватели факультета.

«ЖурФакты» пишут о проблемах на факультете, жизни студентов и преподавателей, их победах и достижениях, а также предлагают полезные советы и рецензии на фильмы и спектакли. Газета имеет постоянные рубрики («По официальным данным», «Проверено на себе», «На форточке», «Полезно», «Спорт», «Art», «От главреда», «Среди нас»), а также периодически возникающие, такие как «Юбилей», «Конкурс» или «Поздравляем». В газете публикуются материалы на русском и белорусском языках, существует и рубрика «English page» для иностранных студентов и тех, кто хочет попрактиковаться в английском языке. Позиция нынешней редакции предполагает развитие собственного стиля каждого журналиста при условии соблюдения литературных норм.

С точки зрения композиции издание выглядит цельным. Первая полоса газеты имеет журнальную верстку: на ней размещается логотип газеты, иллюстрация, соответствующая теме номера или наиболее значимого материала, а также краткий блок анонсов. Навигация по газете осуществляется с помощью анонсов, рубрикации, колонтитулов и заголовков. Значительная часть материалов в газете занимает всю полосу или разворот. Верстка простая, с признаками журнальной. Полосы газеты обычно не переполнены графическими элементами. Предпочтение отдается фотографиям, сделанным авторами материалов. В коллективе газеты от 15 до 20 человек, все они, включая главного редактора – студенты факультета. Куратор проекта – преподаватель – лишь консультирует редакцию и помогает во взаимодействии с руководством факультета.

СМИ факультетов журналистики заслуживают особого внимания, так как на них возложено выполнение практико-ориентированной функции. Они содействуют развитию у студентов профессиональных компетенций, получению практического опыта журналистской деятельности (3). Поскольку весь штат таких средств массовой информации составляют студенты, они в своем мастерстве не конкурируют с уже опытными мастерами профессии, как это часто происходит на практике в редакциях государственных СМИ. Это дает студентам больше свободы и исключает ситуации, когда приоритет в серьезных темах отдается опытным сотрудникам как более надежным.

Однако исключительно студенческий состав редакции обеспечивает одну из самых ощутимых проблем студенческих медиа – недостаток квалификации начинающих журналистов. Не только написание материалов и верстка, но корректура и редактура находятся в руках студентов, и они могут допускать ошибки на всех этапах создания газеты. В то же время в штате СМИ факультетов журналистики могут находиться только те, кто получает журналистское образование, что исключает непрофессиональный подход, возможный в редакциях, где работают люди разных профессий. Студенты, создающие медиа факультета журналистики, находятся в выигрышном положении по сравнению со студентами других факультетов и даже с некоторыми редакциями СМИ.

Но, пожалуй, самой ощутимой проблемой, с которой сталкиваются студенческие медиа, является отсутствие постоянного состава редакции. Студент может находиться в штате таких СМИ не более 4 лет, а зачастую этот время не превышает 2–3 года. Особенно эта проблема касается главного редактора: студент не может стать им сразу, не поработав в штате хотя бы некоторое время. Как правило, в газете «ЖурФакты» главный редактор меняется раз в полтора года. Это не может не отражаться на единообразии

издания. Каждый главный редактор проводит свою политику и действует в рамках своих принципов и своего видения. Сдерживающим фактором здесь выступают внутренние правила редакции и понятие бренда СМИ. Однако даже в этом случае хотя бы минимальное соблюдение традиций лежит на совести главного редактора, поскольку он имеет право поменять правила.

Таким образом, студенческая газета «ЖурФакты» занимает важное место среди различных медиа факультета журналистики Белорусского государственного университета и может служить примером для СМИ других факультетов, поскольку ее созданием занимаются студенты, получающие специальное журналистское образование. Она также дает возможность для практики на всех творческих должностях редакции – от корреспондента или аналитика до верстальщика, корректора и редактора. Но при этом нельзя сделать вывод о ее конкурентоспособности по сравнению с крупными серьезными СМИ, в первую очередь из-за недостаточного опыта сотрудников редакции и постоянной смены кадрового состава.

Список использованных источников

1. Градюшко, А.А. Ключевые тенденции развития зарубежных интернет-СМИ в условиях дигитализации медиасреды / А.А. Градюшко // Международная журналистика-2017: идея интеграции интеграций и медиа: материалы VI Международной научно-практической конференции, Минск, 16 февраля 2017 г. / сост. Б. Л. Залесский ; под общ. ред. Т. Н. Дасаевой. – Минск : Изд. центр БГУ, 2017. – С. 66–71.
2. Геворгян, А.А. Студенческие СМИ в эпоху цифровизации (из опыта создания студенческого мультимедийного англоязычного издания) / А.А. Геворгян, Н.А. Нариманян // Вестник Пятигорского государственного университета. – Пятигорск, 2020. – № 2. – С. 148–151.
3. Колесникова, А.В. Инновации в образовании: студенческая радиостанция как практико ориентированная площадка для подготовки радиожурналистов / А.В. Колесникова // Научно практическая конференция «Научно-техническое творчество молодежи – путь к обществу, основанному на знаниях». Сборник научных докладов. – М.: МГСУ, 2008. – С. 385–386.