

КОНВЕРГЕНТНАЯ РЕДАКЦИЯ (НА ПРИМЕРЕ СТУДЕНЧЕСКОГО РАДИО «НАВИГАТОР» ФАКУЛЬТЕТА ЖУРНАЛИСТИКИ ВГУ)

Н. А. Гааг¹⁾, П. А. Суханова²⁾

*¹⁾Воронежский государственный университет,
ул. Хользунова, 40А, 394068, г. Воронеж, Россия,
oblakosna@yandex.ru,*

*²⁾Воронежский государственный университет,
ул. Хользунова, 40А, 394068, г. Воронеж, Россия,
polina.sukhanova.2018@mail.ru*

Конвергентная редакция в студенческих СМИ – активно развивающийся сегмент в современной журналистике. Синтез печатного, видео и аудиоконтента позволяет говорить о появлении новых форматов, адресованных не только узко-сегментированной аудитории, а обществу в целом. Сотрудники такой редакции не только пишут тексты, но и снимают видео (в том числе в виде прямых трансляций), записывают подкасты, создают графические элементы.

Ключевые слова: конвергентная редакция; аудиоформат; синтез форм; подкасты.

CONVERGENT EDITORIAL (BASED ON THE EXAMPLE OF STUDENT RADIO «NAVIGATOR» OF THE FACULTY OF JOURNALISM VSU)

N. A. Gaag, P. A. Sukhanova

*^aVoronezh State University,
40A, Kholzunova Str., 394068, Voronezh, Russia
Corresponding author: N. A. Gaag (oblakosna@yandex.ru),*

*^bVoronezh State University,
40A, Kholzunova Str., 394068, Voronezh, Russia
Corresponding author: P. A. Sukhanova (polina.sukhanova.2018@mail.ru)*

Convergent editorial in student media is an actively developing segment in modern journalism. The synthesis of printed, video and audio content allows us to talk about the emergence of new formats addressed not only to a narrowly segmented audience, but to society as a whole. Employees of such editorial offices not only write texts, but also record videos (including live broadcasts), and podcasts, and create graphic elements.

Key words: convergent edition; audio format; synthesis of forms; podcasts.

Современные студенческие редакции в условиях конвергенции значительно изменились. Не только в техническом, но и в содержательном плане. Структура, контент, стиль подачи вызывают интерес и обращают внимание не только практиков, но и исследователей радио. Можно отметить, что многие студенческие редакции сегодня работают исключительно в Интернете, размещая свой контент на определенных платформах и в специально созданных группах. Попытка соединить технологии теле- и аудиотрансляций происходит по следующим позициям: тематическая видеотрансляция в специальных пабликах радио; студийная online-трансляция на собственных интернет-ресурсах; визуальное подкрепление (фото или короткое видео) поста с аудиопрограммой.

В 2009 году на факультете журналистики ВГУ открылось студенческое радио «Навигатор». Практически сразу в социальной сети «ВКонтакте» была создана одноименная группа «Радио «Навигатор». Здесь выкладывались аудиовыпуски, отдельные фотографии с промоакций, авторы программ поддерживали тематические форумы. Надо признать, работа в группе велась не очень активно, большее внимание коллектив уделял оффлайновому вещанию в корпусе.

Со временем, проанализировав запрос аудитории, изучив способы прослушивания (большинство включало плеер «ВКонтакте», а не слушало программы, звучащие в корпусе университета), стали выкладывать аудиозаписи с текстами и фотографиями. Редакция максимально усилила работу паблика, создала телеграмм-канал и начала активно экспериментировать над оформлением постов в группе «Радио «Навигатор».

Даже самый эксклюзивный, оригинальный, развлекательный аудиоконтент, распространяемый в социальных сетях, в наше время нуждается в дополнении: текст (оригинальный или частично

повторяющий текст корреспондента); иллюстрации (фото, короткие видео, оригинальные картинки); активные ссылки, хэштеги.

Именно такое построение поста позволяет привлечь к прослушиванию радиопрограмм сегодняшнюю студенческую аудиторию, привыкшую к потреблению мультимедийного контента. Конечно, здесь надо учитывать темы и задачи проекта. Иногда в качестве иллюстрации уместно использовать абстрактные картинки, созданные студентами-дизайнерами. Здесь мы руководствуемся привычными правилами дизайна: отражение темы, прикрепленной к посту аудиопрограммы, стиль и яркость. Чаще всего для дополнительной визуализации используем фото и видео с места событий. Если радиожурналист идет на репортаж, он или сам снимает, или просит у коллег. Визуальная часть поста – задача автора программы. Если это студийное интервью или ток-шоу, обращаемся за помощью к студентам-фотографам. Это могут быть фотографии непосредственно из радиостудии, в процессе записи, до или после нее, а также архивные фотографии приглашенных гостей. Вариант фотоиллюстрации нередко используется нами и при публикации репортажей. Здесь мы исходим из желания создать эффект присутствия, используя при этом не только звуковые средства выразительности, но и фотографии с места событий. Текст, безусловно, играет не менее значимую роль, чем визуализация поста. Здесь, как и при создании иллюстраций, мы не используем жестких рамок и скриптов, каждый текст индивидуален как по смыслу, так и по структуре, однако, некоторые его составляющие остаются неизменными: ссылки на группы, сайты, фотобанки, обсуждаемой темы. К посту могут быть добавлены тайм-коды, ссылка на его страницу, страницы гостей программы или их проекты, если о них идет речь в программе. В текстах публикаций мы нередко прибегаем к юмору, отсылкам на факультетскую и университетскую жизнь. Стремясь к общению с аудиторией «на равных», мы используем эмодзи, это придает текстам постов непринужденность и креативность, хотя это, разумеется, не всегда уместно. Нередко в конце поста задается вопрос слушателям, связанный с темой программы, это становится началом коммуникации с аудиторией, в которую она активно вступает в комментариях к посту. Мы же со стороны администрации сообщества поддерживаем ее, отвечаем, лайкаем их сообщения.

Относительно недавно некоторые публикации мы начали сопровождать короткими видео. Как показала практика, это тоже становится действенным способом по привлечению аудитории

к аудиоконтенту, несмотря на наши опасения относительно «перетягивания» внимания с аудио на видео. Мы полагали, что даже короткие видеозаписи могут быть достаточными для аудитории, что тем самым не позволит ей добраться до «главного героя» поста-аудиопрограммы. В реальности же оказалось, что видео – такой же действенный способ по вовлечению аудитории в аудиоконтент, как иллюстрации и фото. Наиболее часто видео уместно при публикации записи прямого эфира в стенах факультета. В дополнение к аудиозаписи мы можем оставить видеокадры студентов, слушающих эфир в стенах факультета. Такой подход позволяет показать, как прошел эфир, не только в студии, но и на всей территории его распространения.

Продолжая тему конвергентности, обратимся к подкастам. В период роста их популярности на территории России они начали создаваться и на базе радиостудии факультета журналистики ВГУ. Так, подкасты дополнили собой публикации программ классических жанров радиожурналистики и заняли в ленте сообщества прочное место. Многие подкасты размещены на общедоступных ресурсах. К примеру, «Базар совриска» (<https://bazarsovriska.mave.digital/>) – проект о том, как устроено современное искусство, где ведущие общаются с яркими представителями артсферы; подкаст «Мам, пап, пока» (<https://music.yandex.ru/album/23518314?dir=desc&activeTab=about>) – проект, где студентки-выпускницы анализируют собственный опыт и стремятся помочь будущим и нынешним студентам адаптироваться при переезде в другой город; подкаст «Сам себе помогу», где практикующие психологи и психотерапевты дают советы о том, как справиться с жизненными сложностями, разобраться в себе, наладить отношения с близкими, о том, как понять, что пора обратиться к специалисту, и многие другие. Эти проекты созданы студентами факультета журналистики ВГУ, а их контент регулярно публикуется в ленте сообщества радио «Навигатор». Выпуск нового эпизода оформляется по схеме уже привычного поста, текст тоже является обязательным для конкретизации темы нового эпизода. В качестве иллюстрации к посту прикрепляется неизменная обложка подкаста. Наши наблюдения показали, что аудитория сообщества быстро привыкла к формату подкастов и воспринимает его так же, как и публикацию программ классических жанров радио.

Другой удачный пример конвергентности – аудиопроjekt «Город и человек». Здесь студенты в формате интервью разговаривают

с людьми, меняющими городское пространство вокруг себя. Проект много лет успешно развивался на радио. Гостей приглашали в студию, записывали интервью, затем выкладывали в группу «Радио «Навигатор», а гости размещали на своих платформах. В прошлом году аудиопроjekt добавил визуализации. Выпуски разместили на ютуб-канале факультета журналистики ВГУ (<https://www.youtube.com/watch?v=xLKuRyiVwJ8>). Они пользовались популярностью.

Роль конвергентности в успешном распространении аудиоконтента сложно переоценить, ведь она – едва ли не решающий фактор в борьбе за слушательскую аудиторию, и как бы качественно ни была создана радиопрограмма в век мультимедийной журналистики рассказать о ней, завлечь в нее поможет использование текста и изображения. Они становятся своего рода пригласительным билетом к прослушиванию, поэтому так важно уделять внимание их созданию.