

На правах рукописи



Геворгян Аревик Ашотовна

**МОЛОДЕЖНЫЕ ВНУТРИВУЗОВСКИЕ СМИ
КАК ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ, МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ
И МЕДИАКОММУНИКАТИВНЫЙ ФЕНОМЕН
В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ МЕДИАСРЕДЫ ВУЗА**

Специальность 10.01.10 – журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Воронеж – 2022

Работа выполнена в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Пятигорский государственный университет»

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор
Буров Александр Архипович

Официальные оппоненты: **Желтухина Марина Ростиславовна**
доктор филологических наук, профессор,
ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный
социально-педагогический университет»,
кафедра английской филологии, профессор

Бешукова Фатима Батырбиевна
доктор филологических наук, профессор,
ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный
университет», кафедра литературы и массовых
коммуникаций, заведующий

Ведущая организация: **ФГБОУ ВО «Кубанский государственный
университет»**

Защита диссертации состоится 28 апреля 2022 г. в 12.00 на заседании диссертационного совета Д 212.038.18 при Воронежском государственном университете по адресу: 394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д. 40-а, уч. корп. 6, ауд. 119.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет» и на сайте www.science.vsu.ru.

Автореферат разослан 25 февраля 2022 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат филологических наук



А.А. Кажикин

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Студенческие и вузовские средства массовой информации – особый вид творческой деятельности студентов, производящих медиапродукт в условиях образовательного процесса на основе контента, который тематически посвящен вопросам студенческой жизни. В начале XXI века, в эпоху активного развития цифровых технологий, феномен молодежных внутривузовских СМИ, по нашему мнению, заслуживает особого внимания, поскольку они находятся под колоссальным влиянием новых технологий и коммуникаций.

Актуальность исследования внутривузовских СМИ как ключевых элементов медиаобразовательной среды вуза определяется общим контекстом влияния глобального медиaprостранства, социальных сетей, интенсивного продвижения цифровых технологий, мессенджеров и иных возможностей распространения информации, влияющих на социальное поведение молодежи, процесс ее становления и идентификации. Студенческая молодежь, взрослея и становясь самостоятельной, консолидирует молодежные интересы и откликается на социальные процессы.

Актуальность избранной проблематики обусловлена также ростом внимания к молодежным СМИ вообще, который коррелирует и с современными медийными тенденциями, и с давней, но малоизученной представленностью таких изданий в определенных подсистемах СМИ: «В XXI веке постоянно возрастает количество издателей, которые... выпускают газеты и журналы для детей и юношества ввиду того, что молодежная пресса ...способствует общению в рамках одной возрастной категории»¹.

В настоящее время в рамках учебных дисциплин студентами и школьниками «анализируются медиатексты и создаются собственные творческие медийные проекты (школьные и студенческие газеты,

¹ Викулова, Л.Г. Печатный журнал как инструмент развития коммуникативной культуры подростка пространство в современном гуманитарном знании / Л.Г. Викулова. – Краснодар: КубГУ, 2018. – С. 71-78.

видеоролики, страницы в социальных сетях и т.п.). Так называемая цифровизация привела к трансформации не только сферы медиа, но и системы образования»².

Учитывая обозначенные выше тенденции, можно утверждать, что в системе высшего образования сегодня наблюдается следующая медиакартинка. В настоящее время каждое высшее учебное заведение стремится формировать среду, благоприятную для развития молодежи, использовать вузовскую инфраструктуру в целях реализации современных подходов в образовании, и, конечно, эта инфраструктура используется вузом в корпоративных целях для реализации имиджевой политики и привлечения абитуриентов. Вуз решает также ряд задач по гражданскому воспитанию, развитию творческих способностей и социальных компетенций обучающихся. А с учетом интенсивного влияния глобальных информационных потоков появляется необходимость обучения медиакультуре и медиаграмотности. Университетские медиа – «одна из наиболее эффективных медиаобразовательных технологий в вузе, позволяющих формировать медиакомпетенции личности, необходимые в настоящее время во всех сферах деятельности»³.

Одной из первостепенных задач подготовки студентов становится получение «фундаментального представления о глобально-открытой информационной цивилизации, управление которой базируется на знании законов природы, образования и медиа»⁴, высшее учебное заведение при этом призвано обучить данным законам через собственную медиасреду, внутривузовские СМИ, многофункциональный медиациентр, поддержку студенческих инициатив и проектов в сфере медиа.

² Сальный, Р.В. Медиаобразование в России: современные тенденции (2018-2020) / Р.В. Сальный [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediaobrazovanie-v-rossii-sovremennye-tendentsii-2018-2020> (дата обращения: 21.09.2020).

³ Жилавская, И.В. Медиаобразование молодежи: монография / И.В. Жилавская. – М.: РИЦ МГТУ им. М.А. Шолохова, 2013. – 242 с.

⁴ Иванова, Л.А. Медиаобразовательное пространство в стратегии инновационного развития высшего профессионального образования в современной России / Л.А. Иванова // Вопросы педагогического образования: межвуз. сб. ст. Вып. 19. – Иркутск, 2008.

Таким образом, внутривузовские молодежные медиа, как и медиасреда высшего учебного заведения в целом, являются значимыми для реализации качественной медиакommunikации, эффективного развития медиаобразовательной среды вуза.

Перечисленные моменты актуальности данного исследования приобретают особую значимость ввиду того, что медиаобразовательную среду, сочетающую в себе образовательную и медийную среду конкретного вуза и испытывающую влияние глобального медиапространства, можно (с)формировать, (у)совершенствовать и развить.

Целью диссертационного исследования является комплексное изучение внутривузовских СМИ в контексте развития эффективной медиасреды вуза. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Изучить особенности становления студенческих СМИ в России и систему внутривузовских СМИ, сложившуюся на современном этапе, а также положительный опыт зарубежных студенческих СМИ.
2. Рассмотреть медиаобразовательные и практико-ориентированные возможности внутривузовских СМИ.
3. Определить перспективы развития медиасреды вуза для сплочения, продвижения и модернизации внутривузовских СМИ.

Объектом исследования являются типологические, медиаобразовательные и медиакommunikативные особенности внутривузовских СМИ в контексте развития эффективной медиасреды вуза, формирующей жизненную позицию в глобализирующемся мире.

Предметом исследования диссертационной работы выбраны внутривузовские (вузовские и студенческие) СМИ, формирующие медиасреду и медиаобразовательную среду вуза.

Степень научной разработанности проблемы. В большинстве своем исследования по данной теме представлены в публикациях, посвященных вопросам типологии, перспективам вузовских и студенческих СМИ в

условиях цифрового времени, а также их медиаобразовательной ценности. На наш взгляд, недостаточно изучен и охарактеризован медиакоммуникативный потенциал вузовских и студенческих медиа.

Теоретико-методологическую базу составили исследования российских и зарубежных ученых в области истории и теории журналистики, типологии, методологии, медиаобразования, а также психологии и социологии.

Теоретической основой типологизации студенческих и вузовских СМИ, согласно основам типологизации СМИ, послужили типоформирующие признаки, разработанные российскими учеными Есиным Б.И., Акоповым А.И., Корниловым Е.А., Ахмадулиным Е.В., Шкондиным М.В., Гребенниковой Н.Д., Носовой Ю.А., Колесниковой А.А.⁵, а также идеи ученых, рассматривающих различные аспекты студенческих средств массовой информации: их историю, корпоративные характеристики и др. (Болкунов А.Н., Новикова И., Мендельбаум Я., Жданова С., Мурзин Д.А., Чемякин Ю.В., Сидорова Т.И., Муравьева Н., Грабельников А.А.)⁶.

⁵ Есин, Б.И. Еще раз о типологии / Б.И. Есин // Вестник МГУ. Серия 10 «Журналистика». – 2005. – № 6. – С. 65-70; Акопов, А.И. Методика типологического исследования периодических изданий (на примере специальных журналов) / А.И. Акопов. – Иркутск: Изд-во ИГУ, 1985. – 96 с.; Корнилов, Е.А. Типология периодической печати: основные понятия и категории / Е.А. Корнилов // Типология периодических изданий. – Ростов-на-Дону: Изд-во РГУ, 1984. – С. 7-31; Ахмадулин, Е.В. Моделирование содержательно-типологической структуры периодических изданий / Е.В. Ахмадулин // Методы исследования журналистики. – Ростов-на-Дону: Изд-во РГУ, 1987. – С. 23-31; Шкондин, М.В. Газетно-журнальная типология в условиях становления коммуникативной системы информационного общества / М.В. Шкондин // Вестник МГУ. Серия 10 «Журналистика». – 2003. – № 2. – С. 12-32; Гребенникова, Н.Д. Студенческая пресса США как образовательный и типологический феномен / Н.Д. Гребенникова. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/studencheskaya-pressa-ssha-kak-obrazovatelny-i-tipologicheskii-fenomen> (дата обращения: 17.07.2018); Носова, Ю.А. Отечественная пресса для студенческой молодежи: историко-типологический аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Ю.А. Носова. – Ростов-на-Дону, 2007. – 26 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/otechestvennaya-pressa-dlya-studencheskoj-molodezhi#ixzz5Kxs8xoVj> (дата обращения: 08.06.2018); Колесникова, А.В. Типологическая характеристика современного студенческого радиовещания: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / А.В. Колесникова. – СПб., 2011. – 24 с.

⁶ Болкунов, А.Н. Возникновение и становление студенческой периодики в России / А.Н. Болкунов // Известия Саратовского университета. – 2008. – Т. 8. – Сер. Филология. Журналистика. – Вып. 2. – С. 74-82; Новикова, И. Вузовская пресса: проблема типологии /

Среди работ по проблемам медиаобразования и профессионального журналистского образования наиболее значимыми для нашего исследования являются труды Жилавской И.В., Федорова А.В., Григорьевой И.В., Ивановой Л.А., Шестеркиной Л.П., Вартановой Е.Л., Засурского Я.Н., Григорова Г.А., Максимовой О.А., Бучатского А.Н.⁷, а среди зарубежных исследований – работы Deuze M., Bierhoff J., De Vreese C.⁸ и др.

В ряде исследований рассматриваются процессы дигитализации, мультимедиаизации и медиаконвергенции. В частности, статья Вартановой Е.Л. «К чему ведет конвергенция СМИ?»⁹ посвящена изучению различных

И. Новикова // Актуальные проблемы журналистики. Сборник трудов молодых ученых / отв. ред. Н.В. Жиликова, Е.А. Войтик. – Томск: Издательство НТЛ, 2013. – Вып. VIII. – С. 123-131; Мендельбаум, Я. Факультетские издания как элемент системы СМИ вуза / Я. Мендельбаум // Актуальные проблемы журналистики. Сборник трудов молодых ученых. Вып. VIII / отв. ред. Н.В. Жиликова, Е.А. Войтик. – Томск: Издательство НТЛ, 2013. – 164 с.; Жданова, С.А. Трансформация региональной молодежной прессы / С.А. Жданова // 300 лет российской журналистики. Материалы научно-практ. конф. / Под ред. Г. В. Жиркова. – СПб.: Изд-во «Роза мира», 2003; Мурзин, Д.А. Феномен корпоративной прессы / Д.А. Мурзин. – М.: Хроникер, 2005. – 192 с.; Сидорова, Т.И., Чемякин, Ю.В. Вузовские СМИ в системе корпоративных медиа / Т.И. Сидорова, Ю.В. Чемякин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mediascope.ru/node/887> (дата обращения: 24.02.2019); Муравьева, Н. Вузовские медийные ресурсы / Н. Муравьева // Высшее образование в России. – 2006. – № 7. – С. 99-102; Грабельников, А.А. Вузовская печать: прошлое, настоящее, будущее // Вузовские и студенческие средства массовой информации: Возможности, задачи, перспективы. Материалы I Международной науч.-практ. конф. (19-20 октября 1999 г.). – М., 1999. Ч. 1. Доклады и сообщения. – С. 9-15.

⁷ Жилавская, И.В. Медиаобразование молодежи: монография / И.В. Жилавская. – М.: РИЦ МГГУ им. М.А. Шолохова, 2013. – 242 с.; Федоров, А.В. Медиаобразование: история и теория / А.В. Федоров. – М.: МОО «Информация для всех», 2015. – 450 с.; Григорьева, И.В. Интерпретация понятия «медиаобразовательное пространство»: к проблеме систематизации научной терминологии / И.В. Григорьева // Вестник Томского государственного университета. – Психология и педагогика. – 2008. – № 315; Григоров, Г.А. Медиа-образовательное пространство на пересечении методологий философии образования и медиа-философии // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2013. – № 12 (38): в 3-х ч. Ч. III. – С. 54-57; Бизнес. Общество. Власть. – 2013. – № 14. – С. 31-41; Максимова, О.А. Цифровое поколение: стиль жизни и конструирование идентичности в виртуальном пространстве / О.А. Максимова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 22 (313). – С. 6-10; Шестеркина, Л.П. Журналистское образование и универсализация профессии: экспериментальный опыт / Л.П. Шестеркина. – Челябинск: Рекпол, 2013.

⁸ Bierhoff, J., Deuze, M., and De Vreese, C. Media Innovation, Professional Debate and Media Training: A European Analysis [on-line]. European Journalism Center Report [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ejc.nl/hp/mi/contents.html> (дата обращения: 05.11.2017).

⁹ Вартанова, Е.Л. К чему ведет конвергенция СМИ? / Е.Л. Вартанова // Развитие

аспектов процесса конвергенции; Баранова Е.А., Качкаева А.Г., Балмаева С.Д., Шестеркина Л.П.¹⁰ и др. в своих трудах характеризуют специфику интернет-СМИ, в том числе и студенческих, подробно анализируют опыт отечественных и зарубежных изданий по применению идей конвергенции в практической работе, использованию медиатехнологий, универсализации журналистской профессии.

Проблемы социализации молодежи и аудитории СМИ поднимаются в работах Колесник Е.В., Филиппова Д.Е., Колесниковой А.В. и др.¹¹. Специфику молодежи как социальной группы важно было учесть с опорой на исследования ученых-психологов и социологов: Затуливетер Ю.С., Эриксона Э.¹² и др.

В системе используемых методов и приемов соотносятся медиаведческие и общенаучные: описание, исторический анализ, интервью, прием включенного наблюдения, контент-анализ, сравнение, систематизация и классификация, которые позволили комплексно рассматривать объект и предмет исследования, выявить их значимые элементы и взаимообусловленности.

Исторический анализ позволил изучить процесс становления и

информационного общества в России. Т. 1: Теория и практика. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2001. – С. 157-164.

¹⁰ Баранова, Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / Е.А. Баранова. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 269 с.; Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. – М., 2010. – 200 с.; Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика: Материалы к обучающим семинарам / сост. С. Балмаева. – Екатеринбург: Изд-во Гуманитарного университета, Кабинетный ученый, 2011. – 148 с.; Шестеркина, Л.П. Учебная модель конвергенции СМИ: учеб. пособие / Л.П. Шестеркина. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2010. – 143 с.

¹¹ Колесник, Е.В., Филиппов, Д.Е. Вузовская газета как фактор социализации / Е.В. Колесник, Д.Е. Филиппов // Актуальные проблемы вузовских, студенческих СМИ. Пути их решения. Перспективы СМИ. Материалы I Межрегиональной конференции. Доклады и сообщения. Новосиб. гос. техн. ун-т. – Новосибирск, 2001. – С. 12-14; Колесникова, А.В. Ценностные ориентиры современной студенческой молодежи и их формирование посредством вузовского радио / А.В. Колесникова // Вектор науки Тольяттинского ГУ. – 2010. – № 2 (12). – С. 70-73.

¹² Затуливетер, Ю.С. Информационная природа социальных перемен / Ю.С. Затуливетер. – М.: СИНТЕГ, 2001. – 132 с.; Эриксон, Э. Идентичность. Молодой Лютер. Психология самосознания / Э. Эриксон. – Самара, 2000. – С. 517.

развития студенческих СМИ в России. Сравнительный метод способствовал системно-типологическому анализу внутривузовских СМИ Пятигорского государственного университета. На основе контент-анализа удалось конкретизировать студенческую тематику СМИ ПГУ. Комплекс используемых методов способствовал классификации видов СМИ с учетом их организационных и функциональных особенностей. Совокупность структурно-функциональных характеристик средств массовой информации высшего учебного заведения нами была обозначена как «профили внутривузовских СМИ». Для систематизации и интерпретации молодежных внутривузовских СМИ во всем их многообразии и с учетом их медиаобразовательных возможностей в контексте развития медиасреды современного вуза применялся комплексный подход.

Эмпирическую базу исследования составили система студенческих медиа Университета Миссури, 24 внутривузовских СМИ Пятигорского государственного университета, а также система информационной работы вуза, особенности функционирования Медиацентра ПГУ и его структурных подразделений, организация информационной работы студенческих объединений вуза, вузовские медиапроекты. Кроме того, источником информации для анализа деятельности внутривузовских СМИ стали интервью с их редакторами, корреспондентами и аудиторией.

Научная новизна работы заключается в комплексном изучении феномена внутривузовских СМИ с точки зрения их типологических особенностей, медиаобразовательного потенциала, перспектив развития, а также выявлении «профилей внутривузовских СМИ» и разработке медиакоммуникативной концепции развития медиасреды вуза и внутривузовских СМИ как ее ключевых составляющих.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Вузовские и студенческие СМИ вуза, функционирующие в медиaprостранстве одного конкретного вуза, представляется возможным объединить в категорию «внутривузовских» СМИ. Ключевыми

типоформирующими критериями, определяющими профили внутривузовских СМИ, являются: учредитель и охват аудитории (общеузовские, факультетские, кафедральные СМИ); цели и задачи (корпоративные, учебные, развлекательные); авторский коллектив и вклад студентов и сотрудников в СМИ («взрослые» и студенческие); вид СМИ (печатные, радио, ТВ, интернет-СМИ).

2. Внутривузовские СМИ, являясь специфическим типом средств массовой информации, обладают признаками одновременно и корпоративного, и молодежного медиа. Внутривузовские СМИ для студенческой молодежи становятся прообразом «взрослых» медиа, одновременно являясь средством и способом повышения медиаграмотности и медиакультуры в молодежной среде.

3. Медиаобразовательная среда складывается из нескольких аспектов: студенческих и вузовских СМИ, медиа студенческих движений, находит отражение в образовательных программах и во внеаудиторной деятельности. Для факультетов/институтов журналистики студенческие медиа представляют огромную методическую ценность как практико-ориентированные площадки. Медиакомпетенции должны войти в список базовых компетенций выпускников, без которых невозможно эффективно осваивать глобальное медиaprостранство.

4. В становлении и развитии медиасреды и медиаобразовательной среды вуза одну из ключевых ролей играют студенческие объединения, ядром которых становятся отделы по организации информационной работы, а результатом их деятельности – студенческие СМИ, «медиаинициативы» и медиапроекты.

5. «Медиаинициативы» – это инициативы студенческих объединений, направленные на развитие внутривузовских СМИ и медиасреды вуза. Данное понятие отражает процесс овладения студентами медиакомпетенциями, актуальными в современном глобализирующемся обществе.

6. Необходимая поддержка развития молодежных медиа включает проведение общероссийских и международных мероприятий: конкурсов, форумов, мастер-классов, направленных на развитие студенческих медиа, а также создание объединений студенческих и вузовских СМИ для методического сопровождения, обмена опытом и межвузовского сотрудничества.

7. Внутривузовские СМИ нуждаются в трансформации в связи с распространением «новых медиа», процессами дигитализации и конвергенции СМИ. Учет опыта зарубежных СМИ может помочь отечественным студенческим СМИ достигнуть положительных результатов. Источником ресурсов и площадкой для их модернизации и развития эффективной медиасреды вуза может стать вузовский медиациентр.

8. Медиакоммуникативная концепция развития медиасреды вуза, разработанная диссертантом, учитывает актуальные тенденции развития внутривузовских СМИ в контексте процессов дигитализации, конвергенции и глобализации, а также возможности инновационного и «коллаборационного»; является универсальной и может быть мультиплицирована в вузах различной направленности.

Теоретическая значимость данного исследования заключается в том, что оно дополняет имеющиеся исследования вузовских и студенческих СМИ. В исследуемом материале выявлены системные особенности функционирования современных студенческих и вузовских средств массовой информации, а также вузовского медиациентра; разработаны предложения по использованию их медиаобразовательного и практико-ориентированного потенциала; предлагается медиакоммуникативная концепция развития медиасреды вуза. Новыми понятиями в диссертационном исследовании являются «внутривузовские СМИ», «профиль внутривузовского СМИ», «студенческие медиаинициативы», «коллаборация студенческих СМИ», «медиакоммуникативная концепция развития медиасреды вуза». Исследование представляет собой концептуальное осмысление феномена

молодежного университетского медиа и перспективных направлений его развития в условиях глобализации.

Практическая значимость работы определяется разработкой диссертантом концепции развития медиасреды вуза. Результаты применимы в образовательном процессе, например, в следующих курсах: «Журналистское мастерство (работа в творческих студиях)», «Производство видеоконтента», «Технологии журналистской деятельности», «Выпуск учебной газеты» и др.; а также при создании новых спецкурсов. Предложения по организации иновещания российских студентов с привлечением иностранных студентов может стать основой для дальнейшего внедрения системы развития медиакомпетенций в условиях глобализации и профессиональных компетенций журналистов-международников. Данное исследование может быть подспорьем в деятельности журналистских и связанных со сферой медиа клубов, секций, структурных подразделений вуза, студенческих объединений.

Апробация результатов исследования. Основные идеи диссертационной работы сообщались в научных статьях и выступлениях с докладами на научных и научно-практических конференциях международного, всероссийского и регионального уровня: в 2013 г. на конгрессе «Journalitics» в рамках научно-методической стажировки автора по программе Fulbright Faculty Development Program в Университете Миссури, г. Колумбия (Missouri School of Journalism), в Пятигорском государственном университете (2014, 2015, 2016 гг.), Кубанском государственном аграрном университете (2018 г.) и др.

Основные положения исследования опубликованы в сборниках научных работ, периодических изданиях, международных научных журналах Пятигорска, Ростова-на-Дону, Чебоксар, Перми, Тамбова, Новосибирска, Краснодар. Результаты исследования отражены в 4 статьях, опубликованных в изданиях, рекомендованных ВАК РФ.

Роль СМИ в формировании идентичности современной молодежи и

другие аспекты влияния СМИ в контексте реализации молодежной политики анализировались диссертантом в рамках научно-исследовательской работы по проекту № 3327 по заданию Министерства образования и науки РФ в 2015 г.¹³.

Идеи, подходы и медиаобразовательные технологии, отраженные в данном исследовании, апробировались диссертантом в преподаваемом им курсе «Иностранный язык в профессиональной сфере (журналистика)» в Пятигорском государственном университете, а также при организации студенческой редакции профессионально-ориентированного мультимедийного англоязычного издания «Journalistic Mirror» (2008-2020 гг.), который является практико-ориентированной лабораторией для студентов отделения «Журналистика» (профиль «Международная журналистика») Института международных отношений Пятигорского государственного университета.

В 2018 г. диссертантом было подготовлено учебное пособие «Journalism: Introduction into Profession», включившее практико-ориентированные подходы и проекты по развитию инновационного и созданию студенческих СМИ на английском языке. Учебное пособие получило положительную рецензию федерального государственного автономного учреждения «Федеральный институт развития образования» (ФГАУ «ФИРО») и было рекомендовано для использования образовательными организациями, реализующими программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика».

Диссертантом была описана собственная медиаобразовательная технология в проекте «Комплексная практико-ориентированная подготовка студентов-журналистов к профессиональной деятельности в англоязычной среде», представленном на ежегодный смотр-конкурс молодежных научно-

¹³ Анализ и оценка перспектив реализации основ государственной молодежной политики в Российской Федерации с учетом региональных аспектов: отчет по государственному заданию Министерства образования и науки Российской Федерации на выполнение научно-исследовательской работы по проекту № 3327. – Пятигорск: Пятигорский государственный лингвистический университет, 2015.

инновационных проектов «Инновационный потенциал университетской молодежи» в Пятигорском государственном университете (2018 г.). Проект был отмечен среди победителей конкурса в номинации «Журналистика и медиапроектирование».

Структура работы соотносится с логикой исследования, включает в себя введение, три главы (каждая состоит из трех параграфов), заключение и библиографический список из 215 источников, в том числе 32 англоязычных. Приложения представлены на 8 страницах. Полный объем диссертации – 180 страниц, основное содержание изложено на 146 страницах.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** рассматриваются актуальность и новизна исследования, обозначается круг задач, формулируются цель исследования и гипотезы, проводится обзор исследований по теме работы.

В первой главе исследования **«Молодежные внутривузовские СМИ: историко-типологический анализ»** рассматриваются «внутривузовские СМИ», понимаемые как современные средства массовой информации высших учебных заведений. Нам представляется возможным говорить о внутривузовских СМИ как о студенческих и как о молодежных, в силу их аудитории и тематики, адресованной главным образом студенческой молодежи.

В связи с тем, что во многом студенческие средства массовой информации являются частью учебного процесса, нам было важно проанализировать, как участие в студенческих медиа способствует формированию компетенций, которые востребованы сегодня в профессиональных сферах.

По нашему мнению, для исследователей молодежной журналистики особенно актуальным становится изучение успешного опыта самостоятельных студенческих медиа, действующих в зарубежных вузах. Как с научной, так и с практической точки зрения представляют большой

интерес особенности организации и функционирования, а также устоявшиеся типологические модели студенческих СМИ в университетах и колледжах США.

Помощь факультета американским студенческим СМИ происходит по трем основным направлениям: в форме методической поддержки авторам-студентам и профессиональной помощи студенческой редакции со стороны медиаконсультантов (*media advisers*), в академической программе и предметах, нацеленных на подготовку и органичное включение студентов в практическую деятельность студенческих СМИ. Ярким примером последнего является так называемый *Missouri Method* – методический подход, в основе которого лежит практико-ориентированная составляющая (Университет Миссури). В зависимости от выбранной студентом специализации он проходит цикл профильных предметов с обязательной практикой/работой на следующих платформах: *Columbia Missourian* (ежедневная печатная газета, имеющая также мультимедийную интернет-платформу, новостное приложение для телефонов и планшетов, веб-сайт для обратной связи читателей); *Global Journalist* (конвергентная мультимедийная редакция в сфере международной журналистики); *KBIA-FM* (радиостанция, вещающая в центральной части штата Миссури); *КОМУ* (телеканал, вещающий в центральной части штата Миссури); *Missouri Business Alert* (новостной веб-сайт в сфере бизнеса); *Mojo Ad* (рекламное агентство с ориентацией на молодежные продукты), *Vox Magazine* (журнал); *AdZou* (рекламное агентство с ориентацией на специфику PR, рекламу и маркетинг в крупных компаниях).

Нам удалось определить в ходе работы над источниками, что, различаясь по системе организации и возможностям, студенческие СМИ США, Великобритании и других стран осознают свое родство и понимают необходимость координации действий, объединяясь в профессиональные сообщества.

В результате системно-типологического анализа современных

внутривузовских СМИ Пятигорского государственного университета мы пришли к выводу, что они являются неотъемлемой частью медиапространства вуза, его информационной политики, средством коммуникации в образовательной и социальной среде, а также формирования имиджа и бренда университета. Нами было установлено, что они играют значительную роль в решении обозначенных задач, а также нами были выявлены тенденции развития современных вузовских и студенческих средств массовой информации.

Что касается типологической структуры российских СМИ в целом, она претерпевает значительные изменения: в ней порой даже меняются местами старые типы, появляются совсем новые. На современном этапе возникают «гибридные» информационные СМИ. Ученые и практики сталкиваются с изменчивостью типологических характеристик.

По итогам изучения внутривузовских СМИ Пятигорского государственного университета представляется возможным выделить актуальные для настоящего времени **типоформирующие критерии** и обозначить соответствующие **профили СМИ**, функционирующие в университете:

1. Учредитель и охват аудитории (*общевузовские, факультетские, кафедральные* СМИ).
2. Цели и задачи (*корпоративные, учебные, развлекательные*).
3. Авторский коллектив и вклад студентов и сотрудников в СМИ (*«взрослые» и студенческие*).
4. Вид СМИ (*печатные, радио, ТВ, интернет-СМИ*).

Всего было выделено двенадцать профилей СМИ, действующих в Пятигорском государственном университете: Общевузовское корпоративное печатное СМИ, Общевузовское корпоративное ТВ, Общевузовское корпоративное студенческое интернет-СМИ, Общевузовское корпоративное студенческое телевидение, Общевузовское корпоративное студенческое радио, Общевузовское корпоративное студенческое печатное СМИ,

Факультетское корпоративное печатное СМИ, Факультетское учебное печатное СМИ, Факультетское корпоративное учебное печатное СМИ, Факультетское корпоративное студенческое радио, Факультетское развлекательное студенческое радио, Кафедральное корпоративное печатное СМИ. Однако данная классификация допускает вариативность, т.к. не носит абсолютного характера.

Во второй главе исследования **«Медиаобразовательный потенциал молодежных внутривузовских СМИ»** характеризуется процесс формирования идентичности студенческой молодежи, значимую роль в котором играют средства массовой информации; доказывается мысль о важности осмысления взаимоотношений средств массовой информации и молодежи: через СМИ усваиваются ценностные ориентиры, образ жизни, стиль поведения, с их помощью формируются нравственные и культурные приоритеты. Ключевые особенности молодежных СМИ способствуют тому, что студенческая аудитория легче и доступнее получает верную картину мира, усваивает модели поведения и ценности, которые становятся идеологическими ориентирами в дальнейшем.

Анализ, проведенный нами в ходе работы над диссертацией, показал, что современные молодые люди заведомо адаптированы к калейдоскопу масс-медиа, социальных сетей и видеоблогам. Для поколения Z характерны безответственность, стремление соответствовать моде и трендам, чрезмерная амбициозность и массовое потребление. Реальное общение активно вытесняется онлайн-общением. В XXI веке возникает ряд проблем, связанных с изменением предпочтений молодежной аудитории. Они стремятся к развитию новых когнитивных способностей, а значит нуждаются и в новых стратегиях образования. Медiateксты в электронном формате и многозадачное медиапотребление – явления цифровой эпохи. Фактором преодоления противоречий между потребностями современных молодых людей и формами и методами образования в высшей школе становится содействие процессам идентификации и социализации молодежи через

развитие ее медиаактивности. Современные студенческие средства массовой информации являются средством воздействия на сознание самоопределяющейся молодежи, а «медиаобразование – это новая парадигма существования СМИ», социализирующая функция которых должна учитываться системой образования¹⁴.

Вузовские СМИ в настоящее время лишь начинают выстраивать свое информационное пространство, поэтому они еще не имеют целостного сформированного лица. Исходя из сказанного, мы сделали вывод, что при создании концепции развития студенческих СМИ одним из первых условий их существования должно быть продвижение культурных ценностей общества, выработка собственной критической позиции.

Третья глава исследования **«Внутривузовские СМИ и развитие эффективной медиасреды вуза»** посвящена вопросам функционирования медиасреды современного вуза, медиасредства которой являются ее неотъемлемой частью.

Особого внимания заслуживают СМИ вузов, в которых действуют факультеты или отделения связей с общественностью, журналистики и медиакоммуникаций. На эти массмедиа возложено выполнение значимых функций: креативной и практико-ориентированной. Они содействуют развитию у студентов профессиональных компетенций, получению практического опыта журналистской деятельности. Становление студенческого ньюсрума, медиахолдинга и корпорации – путь к созданию своеобразной лаборатории по формированию профессиональных квалификаций. Как очень точно отмечает Е.Л. Вартанова, поскольку «развитие теории невозможно без познания практики», это становится важным как для студентов, так и для факультета в целом. В процессе образования создаются условия современного медиапроизводства, дающие обучающемуся возможность позиционировать себя как личность и как

¹⁴ Жилавская, И.В. Медиаобразование молодежи: монография / И.В. Жилавская. – М.: РИЦ МГУ им. М.А. Шолохова, 2013. – 242 с.

будущего медиаспециалиста¹⁵.

В настоящее время, когда возникают новые запросы к теоретизации журналистики и к пониманию способов журналистской работы, но главное – появляются новые требования к образованию будущих журналистов, важным направлением организации творческого труда в таких студенческих редакциях является моделирование, охватывающее все стороны деятельности и позволяющее создавать условия для: а) получения максимального количества высококачественных материалов; б) обеспечения оперативного прохождения всего цикла производства; в) создания последовательной композиции содержания и графического оформления номера.

Студенческие СМИ вместе с тем – это не только практико-ориентированный формат профессиональной деятельности, форма усвоения профессиональных знаний, но и творческий способ познания действительности, инструмент привития медиаграмотности студентам, помогающий университету в реализации задачи подготовки специалистов широкого профиля.

Проводя системно-типологический анализ СМИ ПГУ, мы обнаружили, что в основе создания многих из них лежит инициатива студенческих объединений. Так, например, идея газеты «Филомания» возникла в студенческом клубе студентов-филологов; радио «RadioActive» своим появлением обязано активистам факультетского Совета студентов ВШПУиМ; радио «StudFM» – инициатива факультетского Совета студентов ИРГЯиГТ; студенческое радио Юридического института зародилось благодаря факультетскому Совету студентов ЮИ; студенческое специализированное корпоративное издание «LIFE» берет начало в рамках деятельности факультетского клуба ИМО «PRспектива».

Общеуниверситетские и факультетские студенческие клубы постоянно вносят весомый вклад в развитие медиасреды вуза, создавая

¹⁵ Вартанова, Е.Л. Студенческие СМИ как творчество / Е.Л. Вартанова // Журналист. – 2017. – № 3.

информационные поводы своими многочисленными мероприятиями и освещая их. Не новым является и тот факт, что большинство студенческих объединений имеют группы и странички в социальных сетях, а для быстрого и результативного общения используют What's app – такова реальность цифрового времени. Волонтерский центр «ПРОФИ-СОЦИ-ЛИНГВА», в частности, ведет свой Youtube-канал «Волонтер говорит». Работая на крупных и значимых мероприятиях и соревнованиях, ребята-волонтеры записывают и выкладывают небольшие сюжеты.

Итак, сегодня СМИ студенческих объединений доносят актуальную информацию до студентов и преподавателей, выполняют организационную функцию, способствуют продвижению студенческих инновационных идей и инициатив, в то же время, являясь медиаинициативами студенческих движений, оказывают практическую и консультативную помощь обучающимся в овладении медиакомпетенциями и журналистскими навыками, а также вносят весомый вклад в развитие эффективной медиасреды вуза. При этом активность студентов как журналистов, стажеров, организаторов специальных событий, даже редакторов и др. мотивируется не интенцией компенсировать мастерство. Эта активность синтезирует объективные установки: исключительную в этом возрасте и статусе потребность в саморазвитии и системно обусловленное и живое восприятие разнообразных традиций и технологических инноваций. Молодость – возраст, которому соответствует общее информационное накопление. Ценности и модели поведения, усваиваемые молодежью в этот жизненный период, становятся идеологическими ориентирами, устойчивыми и практически неизменяющимися в будущем.

Мы в своем исследовании опираемся на утверждение о том, что «умные медиа» должны стать синергией труда человека и машины. Складывающаяся в мире ситуация вынуждает предъявлять более высокие требования к новому поколению работников любой сферы, которые должны не только изучать и проверять факты, высказывать и обосновывать мнения,

транслировать ценности и защищать интересы общественности, но и научиться пользоваться технологиями искусственного интеллекта, понимать, как они функционируют, и контролировать их. Это навык, которым непременно должны владеть выпускники высших учебных заведений.

Сегодня потребность в медиаобразовании в вузах осознана, и она составляется из многочисленных компонентов (информационные системы, базы данных, библиотечные фонды, ресурсные центры, электронная образовательная среда и мультимедиа в образовательном процессе, медиаобразовательные программы и медиаобразовательные элементы традиционных образовательных программ, медиациентр, сайт вуза, общевузовские СМИ, студенческие СМИ, вузовские медиапроекты). Однако именно благодаря внутривузовским СМИ и общеуниверситетским медийным проектам в вузе, по нашему мнению, разворачивается медиакоммуникация высокого уровня, которая и позволяет обучающимся чувствовать себя сопричастными общему делу. Вузовские и студенческие СМИ, неотъемлемая часть медиаобразовательной среды высшего учебного заведения, поддерживают его информационное жизнеобеспечение. При этом чем оперативнее и беспрепятственнее циркулируют информационные потоки по медиаканалам, тем устойчивее и стабильнее медиасреда вуза.

Роль координаторов информационных потоков мы отводим медиациентрам и пресс-центрам вузов, обладающим необходимой для этого технологической основой, подготовленными кадрами, выстроенной системой выпуска информационного продукта. В этой связи Медиациентр преобразуется в научно-творческую лабораторию, в которой студенты могут разрабатывать и реализовывать инновационные практико-ориентированные проекты, тем самым осваивая постоянно развивающиеся коммуникационные технологии, мультимедиа, медиаменеджмент, приобретая навыки исследовательской работы, расширяя круг собственных медиакомпетенций.

С появлением медиа привычная для нас схема коммуникативного процесса начала расширяться. Стала очевидна и необходимость для

вузовских СМИ учета процессов глобализации, конвергенции и дигитализации. Соответственно этой ситуации мы предлагаем концепцию организации и развития медиасреды вуза, в основе которой находится вузовский медиацентр. Наша медиакоммуникативная концепция учитывает актуальные тенденции, рассмотренные выше, более того, основывается на необходимости инновационности и коллаборации, благодаря чему становится возможным доступ к глобальному телевидению, радиовещанию, к мировой сети информационных агентств и печатных изданий.

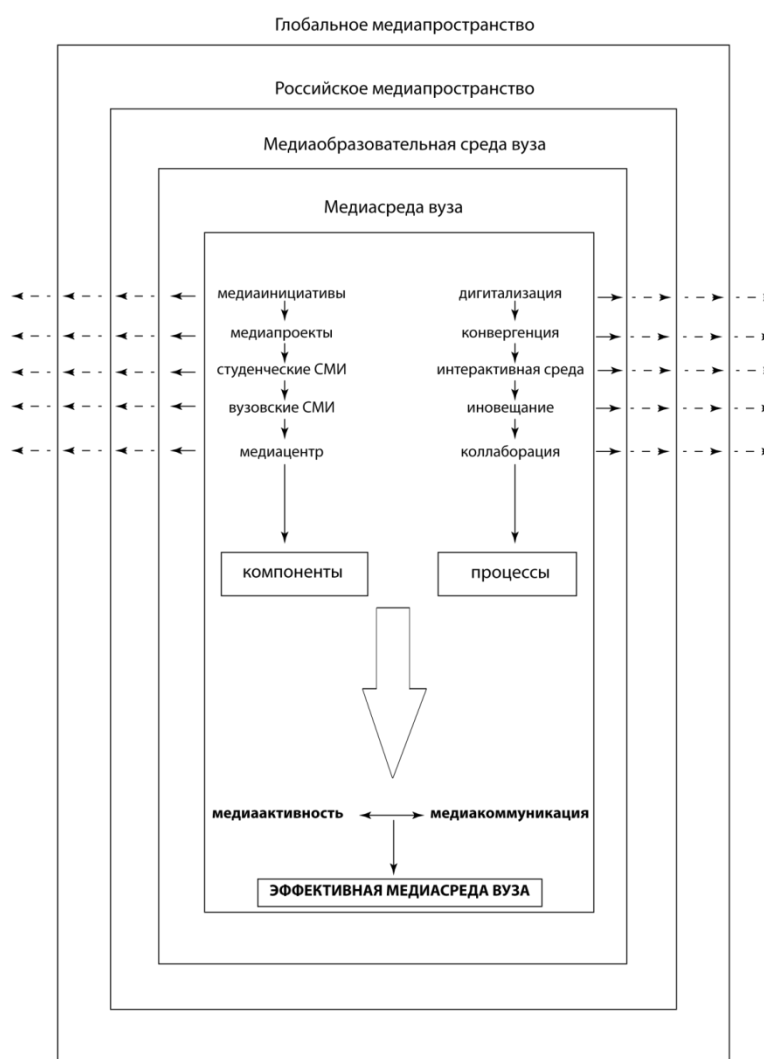


Схема 1. Медиакоммуникативная концепция развития медиасреды вуза

Мы считаем нужным подчеркнуть, что предложенная и обоснованная нами концепция предполагает объединение усилий заинтересованных вузов,

обмен знаниями между ними о практических результатах и перспективных тенденциях исследований в этой области, успешными практиками и накопление опыта создания межвузовских редакций, конвергентного медицентра, действующего как центр коллаборации вузовских СМИ. Развитие такого многофункционального медицентра – задача непростая. Соответственно организация его системной работы должна рассматриваться с различных позиций: передача информации, технико-технологическое обеспечение, образовательная платформа, воспитательный и социальный аспекты и т.п.

В **заключении** отражены основные результаты исследования. В целом обозначенные особенности внутривузовских СМИ позволяют говорить о том, что студенческая журналистика находится под существенным влиянием информационно-коммуникационных технологий. Появляются новые форматы, СМИ интегрируются в социальные сети. В последние годы в развитии молодежных внутривузовских средств массовой информации наблюдаются следующие тенденции: разработка новых способов увеличения аудитории, поиск новых каналов распространения информации, расширение цифрового формата, дигитализация, конвергенция. Российской системе студенческих СМИ следует перенимать успешные примеры перехода в цифровой формат, а также мировой опыт самостоятельного функционирования молодежных медиа и создания их профессиональных сообществ. Зоной роста, на наш взгляд, является возможность инновационного успешных вузовских и студенческих СМИ и их выхода в глобальное медиапространство.

Основные положения диссертации нашли отражение в следующих публикациях:

Статьи в изданиях, включенных в перечни ВАК РФ:

1. Геворгян А.А. Сопоставительный анализ современных российских и зарубежных (американских) вузовских печатных медиасредств: корпоративные и типологические аспекты / А.А. Геворгян // Вестник

Пятигорского государственного лингвистического университета. – Пятигорск, 2015. – № 2. – С. 121–125.

2. Геворгян А.А. Становление молодежной печати в вузах России и потенциал современных молодежных медиасредств в контексте реализации основ государственной молодежной политики / А.А. Геворгян // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2016. – № 11(65): в 3-х ч. Ч. 3. – С. 24–27.

3. Геворгян А.А. Особенности контента и моделей зарубежной студенческой периодики в аспекте формирования медиасреды вуза / А.А. Геворгян // Вестник Пятигорского государственного университета. – Пятигорск, 2018. – № 2. – С. 78–82.

4. 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.

Научные статьи, опубликованные в других изданиях:

5. Геворгян А.А. Intercultural Communication and Hands-on Training in American Journalism (resume of the Fulbright Faculty Development Program experience) / А.А. Геворгян // Русский язык и межкультурная коммуникация. Выпуск 1(13). – Пятигорск, 2014. – С. 86–93.

6. Геворгян А.А. Современные вузовские СМИ как типологический, образовательный и медиакоммуникативный феномен / А.А. Геворгян // Приоритетные направления развития науки и образования: материалы III междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 04 дек. 2014 г.) / редкол.: О.Н. Широков [и др.]. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2014. – С. 211–212.

7. Геворгян А.А. Англоязычный студенческий журнал как образовательный феномен / А.А. Геворгян // Университетские чтения – 2015. Материалы научно-методических чтений ПГЛУ. Часть V. – Пятигорск, 2015. – С. 142–145.

8. Геворгян А.А. К вопросу об актуальных проблемах студенческих

и вузовских печатных СМИ / А.А. Геворгян // Молодая наука – 2015. Материалы региональной межвузовской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. – Пятигорск, 2015. – С. 38–43.

9. Геворгян А.А. Развитие молодежного информационного пространства в контексте реализации молодежной политики / А.А. Геворгян // Идеи и проекты молодежи России. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 29 октября 2015 г. / гл. ред. М.П. Нечаев. – Чебоксары: Экспертно-методический центр, 2015. – 300 с. – С. 27–29.

10. Геворгян А.А. Системно-типологический анализ вузовских и студенческих изданий Пятигорского государственного лингвистического университета в аспекте реализации молодежной политики / А.А. Геворгян, А.А. Буров // Стратегия устойчивого развития регионов России: Сборник материалов XXIX Всероссийской научно-практической конференции / под общ. ред. С.С. Чернова. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2015. – 164 с. – С. 69–76.

11. Геворгян А.А. Молодежное медиапространство в вузе / А.А. Геворгян // Университетские чтения – 2016. Материалы научно-методических чтений. – Пятигорск, 2016. – С. 45–49.

12. Геворгян А.А. Медиапространство и медиаобразовательная среда в вузе / А.А. Геворгян // Синтез науки и общества в решении глобальных проблем современности: Сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции (Пермь, 09 ноября 2017 г.). В 4 ч. Ч. 3. – Стерлитамак: АМИ, 2017. – 222 с. – С. 119–122.

13. Геворгян А.А. Внутривузовские СМИ в контексте развития медиасреды вуза / А.А. Геворгян // Современные СМИ как отражение аксиологических ориентиров общества: материалы Международной научно-практической конференции (24-25 мая 2018 г.). Сборник статей / отв. ред. О.Е. Павловская; ФГБОУ ВО «КубГАУ». – Краснодар: Издательский Дом – Юг, 2018. – 304 с. – С. 163–165.

14. Gevorgyan A. Growing trends in modern journalism: youth approach /

A. Gevorgyan, Yu. Yakovenko, A. Goncharenko // Филология. Международный научный журнал. – 2019. – № 1(19). – С. 34–35.

15. Геворгян А.А. Специализированная адресация как форма вариативности и динамики моделей зарубежных студенческих СМИ / А.А. Геворгян // Университетские чтения – 2019. Материалы научно-методических чтений ПГУ. Часть V. – Пятигорск, 2019. – 165 с. – С. 102–106.

16. Геворгян А.А. Специализированная адресация студенческих СМИ на примере рубрики «Волонтер говорит» / А.А. Геворгян, Г.С. Мхитарьян // Язык как зеркало культуры. Сборник статей по материалам научно-исследовательской работы кафедры русского языка и речевой коммуникации Кубанского ГАУ им. И.Т. Трубилина за 2019/20 учебный год. – Краснодар, 2020. – С. 55–58.

Учебные и учебно-методические издания:

17. Геворгян А.А. Journalism: Introduction into Profession: учебное пособие / А.А. Геворгян. – Пятигорск, 2018. – 149 с.