

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КОНВЕРГЕНТНОЙ РЕДАКЦИИ (НА ПРИМЕРЕ МОЛОДЕЖНОГО СЕТЕВОГО ЖУРНАЛА «FEEDBACK»)

Аннотация

В настоящее время медиасфера находится на этапе качественных трансформаций. Имманентная технологизация и вовлечение новых инструментов в работу журналиста способствуют формированию журналистики нового типа – конвергентной. В этой связи актуализируется вопрос создания редакций СМИ, основанных на принципах конвергентной журналистики. Одним из таких проектов считается молодежный сетевой журнал FeedBack, который был создан студентами первого курса направления «Реклама и связи с общественностью» ИГУП УрФУ. В данной статье рассмотрим, как происходит объединение информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс и каким образом происходит функционирование данного медиа-ресурса с точки зрения различных измерений медиаконвергенции.

Ключевые слова: медиаконвергенция, конвергентная журналистика, сетевой журнал FeedBack, реклама, связи с общественностью.

В настоящее время вопрос эффективного управления современными редакциями СМИ относится к числу ключевых. Его решение должно происходить с принятием во внимание нынешних тенденций, которые не только задают траекторию развития медиапредприятий на медиа-рынке, но и способны определить перспективы развития медиаиндустрии в целом.

К одному из феноменов, который следует принимать во внимание в процессе управления СМИ, относится медиаконвергенция (*лат. convergere — приближаться, сходиться*). Данный процесс получил всестороннее освещение в зарубежной [6; 7; 8; 9; 10] и отечественной [1; 2; 3; 4; 5], научной мысли. Анализируются такие аспекты как перемены в организационных структурах массмедиа, изменение журналистского текста, пересмотр профессиональных компетенций журналиста и многое др.

Следует отметить, что осмысление медиаконвергенции проходит одновременно на двух уровнях — технологическом и социальном [5]. Остановимся на их рассмотрении подробнее.

Первый уровень медиаконвергенции имеет отношение к высоким технологическим достижениям, благодаря которым произошло слияние и сближение ранее разобщенных средств связи. Современные электронные дивайсы представляют собой уникальную платформу, которая позволяет объединять разнообразные мультимедийные функции, потреблять/создать/распространять контент в режиме реального времени.

Подобные формы коммуникационного взаимодействия имеют достаточно высокий потенциал, реализация которого в состоянии оказать помощь медиапредприятию в вопросе расширения целевой аудитории, освоения дополнительных площадок для распространения информационных продуктов, рекламных сообщений и так далее.

Второй уровень медиаконвергенции предполагает реализацию социальных эффектов. Если рассматривать данный вопрос в контексте деятельности массмедиа, то показательным примером выступает использование средствами массовой коммуникации как сетевых стратегий, так и стратегий в режиме off-line, которые направлены на установление коммуникации с представителями целевых групп. В результате — появляется возможность получить данные о специфике их информационных потребностей и, таким образом, внести коррективы в редакционную политику, отдав предпочтение именно тем материалам, которые интересны читателям, зрителям, слушателям.

Теоретико-методологические основания, раскрываемые в исследованиях актуальны при выборе стратегии развития современных изданий, которые должны учитывать возможности конвергенции с тем, чтобы повысить конкурентоспособные преимущества на медиарынке.

Особенно актуальной идея медиаконвергенции оказалась в процессе создания и продвижения молодежного сетевого журнала FeedBack. Данный проект реализуется усилиями студентов первого курса направления «Реклама и связи с общественностью» ИГУП УрФУ и отвечает двум важным аспектам.

Во-первых, современное состояние области СМИ определяется основными закономерностями - синергией платформ, конвергенцией видов массовой коммуникации. Образование принципиально иной медиа-среды создает потребность в гибких бизнес-моделях СМИ, профессиональных кадрах. В этом контексте актуализируется роль новейших подходов в медиа-воспитании. Одним из наиболее эффективных представлена практическая реализация концепции конвергентного издания, предполагающая активное взаимодействие с digital-средой и дающая возможность сочетать получение высшего образования с приобретением новых профессиональных компетенций.

Во-вторых, крайне важным становится формирование кадрового ресурса издания, который в процессе информационного производства стала ориентироваться на гармонизацию межкультурных коммуникаций. Это обстоятельство способствует формированию адекватной содержательной модели издания, основанной на построении эффективного диалога с другими культурами, принятием во внимание различных национальных особенностей. Для реализации идеи требуется: создать ресурс, зарегистрировать его в качестве СМИ; сформировать редакцию; провести пятнадцать семинаров от практикующих журналистов для участников проекта. Интеграция академического и прикладного потенциала портала позволяет молодежи стать востребованными специалистами в сфере СМК.

Рассмотрим особенности функционирования сетевого журнала Feedback с точки зрения двух уровней медиаконвергенции: технологического и социального.

Технологический уровень раскрывается в возможностях медиа-ресурса использовать мультимедийность в подаче контента посредством таких платформ как официальный сайт, социальные сети (вконтакте, facebook, twitter, instagram). Охарактеризуем каждую из этих каналов подробнее

Для публикаций материалов был выбран сайт Tilda (feedbackonline.ru). Особенность платформы состоит в том, что она позволяет совмещать аудио, видео, визуальный и текстовый контент на одной странице. Мультимедийная форма подачи информации на странице создает ощущение вовлеченности читателя в описываемую автором проблему. Сайт FeedBack разделен на тематические рубрики (фоторепортажи, календарь событий, обзоры, публикации), что помогает оперативно сориентироваться в темах.

Переход на интересующую публикацию на официальном сайте выполняется через такие социальные сети как «вконтакте», facebook, instagram, twitter. Поскольку самой популярной среди целевой аудитории FeedBack является «вконтакте», рассмотрим группу в данной социальной сети подробнее.

Целью создания группы во «вконтакте» (vk.com/feedback_media) стало всестороннее продвижение сетевого журнала FeedBack, привлечение новых читателей и подписчиков, а также повышение интереса молодежи к актуальным темам (культура, искусство и др.). Немаловажным компонентом продвижения считается размещение в группе краткой аннотации материалов с ссылкой, которые ведут на полную версию материала на официальный сайт FeedBack.

К настоящему моменту самой популярной записью стал материал о книге «Ярилина рукопись» из серии «По ту сторону реки». Данная запись набрала 95 лайков. В среднем записи набирают от 20 до 30 лайков.

Среднее суточное количество уникальных посетителей — 22 человека.

Общее количество уникальных посетителей за месяц — 293.

20 февраля 2017 года был масштабный «прилив» новых подписчиков — 12 человек.

Социальный уровень и технологический уровни тесно взаимосвязаны, поскольку, анализируя количество просмотров, лайков и репостов в социальных сетях, можно понять то, какие форматы подобраны правильно, какие публикации интересны читателю и др. Исходя из полученных данных о специфике информационных потребностей, редакция вносит коррективы в редакционную политику.

Социальный уровень медиаконвергенции подразумевает коммуникацию с читателями посредством off-line деятельности. Таковой является специальный проект #Вкурсе (vk.com/feedback_vkurse) от редакции FeedBack, суть которого состоит в освещении различных областей знаний.

Редакция FeedBack проводила мероприятие в декабре 2016 года в уникальном формате Pecha-kucha. Это способ представления кратких докладов, специально ограниченных по форме и продолжительности. Было приглашено девять спикеров, которые рассказали об особенностях уральской поэзии (Константин Комаров), безумных теориях в философии (Ксения Мукашева), технологиях развития блога (Сотников Александр) и секретах успешных публичных выступлений (Кирилл Мельников).

Мероприятие #Вкурсе позволило привлечь внимание потенциальных читателей, повысить узнаваемость среди людей и увеличить конкурентоспособность на медиа-рынке среди молодежных медиа г. Екатеринбурга.

В дальнейшем редакция FeedBack планирует осуществить специальный проект с целью установления межкультурной коммуникации. В его рамках корреспонденты редакции и иностранные представители поставят эксперимент для выявления уровня отзывчивости горожан. Суть проекта состоит в том, чтобы иностранные студенты интегрировались в русской среде, задавая вопросы жителям Екатеринбурга. Данный эксперимент не только поможет социализироваться иностранным студентам, но и повысит уровень заинтересованности среди молодежи.

Таким образом, медиаконвергенция является важнейшим процессом в развитии системы СМИ, так как она подразумевает взаимодействие различных форматов, то есть мультимедийный способ подачи информационного продукта, имеющий сегодня огромное влияние на потребителя. Соединяя разные форматы, портал FeedBack создает уникальный медиапродукт, который аттрактивен для молодежи, так как взаимодействует с потребителем не только on-line формате, но off-line. Данный опыт должен применяться и в других СМИ, так как он имеет такие ключевые преимущества как: интерактивность (вовлеченность потребителя, установление обратной связи); универсальность (подходит для разных возрастных категорий, так как размещение контента происходит не только на одной платформе); мультимедийность (наполнение контента визуальными, текстовыми, графическими и аудиовизуальными элементами). Создавая контент на идеях конвергентной журналистики, СМИ обеспечивает продвижение и поддержание привлекательного имиджа, крепкой репутации и мощного бренда издания, их грамотное позиционирование на информационном рынке.

Библиографический список

1. Баранова Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика. М.: Юрайт, 2015. С. 269.
2. Вартанова Е. Л. К чему ведет конвергенция СМИ? // Информационное общество. 1999. № 5. С. 11-14.
3. Луканина М. В. Текст средств массовой информации и конвергенция // Политическая лингвистика. 2006. № 20. С. 205-214.
4. Лукина М. М. Интернет-СМИ: Теория и практика: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2010. С. 348.
5. Юферева А. С. Синергетический потенциал медиаконвергенции как основа стратегии по управлению интегрированными маркетинговыми коммуникациями // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий : материалы II Междунаrodn. науч. -

практ. конф. Екатеринбург, 18–20 апреля 2016 г.: в 2-х т. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. Т. 1. – С. 256-260.

6. Appelgren E. Convergence and divergence in media: different perspectives. 8th International Conference on Electronic Publishing, 2004. Pp. 237–245.

7. Bardoel J. Network Journalism: Converging Competences of Old And New Media Professionals. 2001. Australian Journalism Review 23(2). Pp. 91–103.

8. Dwyer T. Media Convergence. Glasgow: McGraw Hill. 2010. P. 350.

9. Fielden L. (2016) UK press regulation: Taking account of media convergence. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies. 2016. 22(5). Pp. 472–477.

10. Kopecka-piech K. Media convergence concepts. 2011. Media Studies 3(46). Pp. 1–19.

A.Yufereva, M. Gorshkova, J. Kukharensko

FEATURES OF FUNCTIONING CONVERGENT MASS MEDIA ORGANIZATION (FOR EXAMPLE, YOUTH ONLINE MAGAZINE "FEEDBACK")

Abstract

Nowadays mass media is at the stage of qualitative transformations. Immanent technologization and the involvement of new tools in the journalist's work contribute to the formation of a new type of journalism – convergent. Therefore, there is an urgent question of creating media editions based on the principles of convergent journalism. One of such projects is considered to be youth online magazine "FeedBack", which was created by first year students of the direction "Advertising and public relations" IPAE UrFU. The main purpose of this paper is to show how information and communication technologies are integrated into a single information resource, and how is the operation of the media resource, in terms of different dimensions of media convergence.

Keywords: media convergence, convergent journalism, online journal FeedBack, advertising, public relations.

УДК 316.356.2 : 316.4

М. В. Ячменева

ВЛИЯНИЕ ПРОЦЕССОВ МОДЕРНИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА НА СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ МОЛОДОЙ СЕМЬИ

Аннотация

Для современного российского общества характерны принципиально новые, по сравнению с недавним по историческим меркам прошлым, экономические условия жизнедеятельности и социальные отношения, что большей частью связано с развитием рыночной экономики. Испытанию на прочность подверглись многие общественные институты, в том числе семья. Особенно сильно перемены сказываются на молодых семьях, как наименее социально и культурно защищенном субъекте современных процессов модернизации. Существующие проблемы и противоречия, связанные с разбалансированностью всех сфер общественного устройства, негативным образом влияют на взгляды молодежи и существенно деформируют институт семьи и брака. Переживаемые обществом коренные изменения, обусловленные его модернизацией и социокультурной трансформацией, поставили проблемы молодой семьи, вопросы сохранения семейных ценностей в представлении молодежи в ранг наиболее значимых. С одной стороны, будучи динамичным социально-демографическим образованием, молодежь выполняет в обществе важную функцию смены поколений, принимает непосредственное участие в преобразовании всех сфер жизнедеятельности социума. С другой стороны, характер и содержание деятельности молодежи в обществе как субъекта социального развития напрямую зависит от объективных условий социальной среды, предлагающих ей определенные модели социализации. Условия становления молодой семьи, сопровождающиеся процессами распада прежней системы ценностей, идеалов и поискам новых, не могут не оказывать влияние на личностное формирование и развитие молодежи.