

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАСРЕДЫ ВУЗА

Бобина С.В.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

perfisofia@gmail.com

Высшее образовательное учреждение является одной из важных точек соприкосновения гражданина с государственным институтом на протяжении четырех и более лет. Университеты, как мировые образовательные системы, продолжают воспитывать личности, способные оказывать позитивное влияние на развитие общества, региона, страны и мира. Сегодня классические вузы должны понимать, какие современные средства для преодоления коммуникативных барьеров с молодежью использовать [1].

Одним из главных инструментов преодоления коммуникативных барьеров являются средства массовой информации, которые влияют на социальное воспитание молодежи, а также способствуют нравственному становлению личности [2]. Университет, как создатель коммуникативных связей внутри большого молодежного сообщества, создает отдельную медиасреду, через которую не просто несет информацию, но и «приобщает», воспитывает, привлекает. Контент медиапродукции образовательного учреждения играет первостепенную роль в своей информационной составляющей [4].

В Тамбовском государственном университете имени Г.Р. Державина медиасреда создается за счет функционирования корпоративных средств массовой информации и официального сайта. В рейтинге эффективности работы вузов с социальными сетями 2021 г. Министерства науки и высшего образования Российской Федерации Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина занял 45-е место из 219 [3]. Так существует официальная страница университета в таких социальных сетях, как Вконтакте, Telegram, у которых отмечается высокая активность среди студентов, потенциальных абитуриентов, преподавателей, сотрудников и представителей других вузов. Это объясняется тем, что контент вуза отвечает запросам целевой аудитории. Управление медиакоммуникаций создает материалы, способствующие формированию бренда вуза и вызывающие доверие у аудитории.

Например, во Вконтакте Державинского университета насчитывается более 11-ти тысяч подписчиков. Средняя активность публикации составляет около 8-ми тысяч охватов и 130-ти лайков. Контент состоит из качественных и информативных публикаций разного формата о профессиональном обучении, науке, спорте, внеучебной активности и другой полезной информации. Несмотря на то, что Telegram является самой молодой площадкой для Державинского университета, важно отметить, что менее чем за год своего существования канал набрал 603 подписчика, публикации которого «репостили» федеральные телеграм-каналы. В канале оперативно публикуются последние новости о деятельности вуза, а также идет позиционирование ректора. Помимо материалов, которые несут важную информацию или объявления, в социальных сетях также публикуются жизнерадостные фотографии студентов,

олицетворяющие яркую студенческую жизнь и сплочение всех учебных подразделений. Аудитория очень живо реагирует, когда видит своих одноклассников, друзей, знакомых на фотографиях. Интерактивные публикации собирают большое количество комментариев, тем самым поднимая активность сообщества, и создает пространство для общения всем пользователям.

Остальную часть медиасреды в ТГУ имени Г.Р. Державина заполняют студенческие медиа. Они находятся на пути создания единого медиасообщества в университете, задачи которого заключаются в повышении лояльности студентов к администрации вуза, продвижении университета в образовательной, культурной, научной, спортивной средах, а также в привлечении потенциальных абитуриентов из других регионов. Молодежный медиацентр «Держивишня», а также группа Вконтакте каждого учебного подразделения ведут студенты Державинского университета как профильных, так и непрофильных направлений подготовки. Именно от них и сотрудников Управления медиакommunikаций зависит, во-первых, позиционирование вуза в сети и во внешней среде, а, во-вторых, создается самостоятельная медиасреда в университете, влияющая позитивным образом на молодое поколение.

Таким образом, использование современных информационно-коммуникативных средств является неотъемлемой частью для формирования медиасреды вуза и темой для последующих исследований, ведь наличие качественной медиасреды напрямую влияет на эффективность образования.

Список литературы

1. *Вартанова Е.Л.* О современных медиа и журналистике. Москва: МедиаМир, 2015. 133 с №1.
2. *Рязанова А.А., Закирова А.Б.* Социальное воспитание молодежи с помощью средств массовой информации // Научный журнал «Бюллетень и науки и практики», 2017. 546 с №2.
3. *Министерство науки и высшего образования РФ* // Рейтинг эффективности работы вузов с социальными сетями. №3.
4. *Кузьмин А.М.* Категория «медиасреда» и ее содержание на современном этапе развития общества // Медиаскоп. 2011. №4.