

# ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАСРЕДЫ ВУЗА

Бобина С.В.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина  
[perfisofia@gmail.com](mailto:perfisofia@gmail.com)

Высшее образовательное учреждение является одной из последних точек соприкосновения гражданина с государственным институтом на протяжении четырех и более лет. Университеты, как мировые образовательно-воспитательные 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 воздействия являются средства массовой информации, которые влияют на социальное воспитание молодежи, а также способствуют нравственному становлению их личности. Социальный смысл воспитания находит свое отражение в том, что личность подготавливается для жизни в конкретной социально-культурной среде, а не для какой-либо искусственно созданной обстановки [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 социальных сетях Вконтакте, Instagram и Telegram, у которой отмечается высокая активность среди студентов, потенциальных абитуриентов, преподавателей, сотрудников и представителей других вузов. Это объясняется тем, что люди (аудитория) воспринимают контент вуза как интересное или полезное в первую очередь те сообщения, которые считают или чувствуют имеющими отношение к ним лично.

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. В такой сети, как Instagram, в основном публикуются жизнерадостные фотографии студентов, олицетворяющие яркую студенческую жизнь и сплочение всех учебных подразделений, и интерактивные сторис. Всего насчитывается около 6-ти тысяч подписчиков со средним количеством 450 лайков. 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 каналы. В канале оперативно публикуются последние новости деятельности вуза, а также идет позиционирование ректора.

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 медиациентр «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 медиакоммуникаций 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. Варганова Е.Л. О современных медиа и журналистике. М.: МедиаМир, 2015.
2. Рязанова А.А., Закирова А.Б. Социальное воспитание молодежи с помощью средств массовой информации // Бюллетень науки и практики. 2017. № 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.