

УДК 371.38

К. В. Киуру

Челябинский государственный университет (Россия)

## МЕДИАПРОСТРАНСТВО ВУЗА КАК СРЕДА ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ РАБОТЫ С НОВЫМИ МЕДИА

*В статье рассматривается технология создания медиaproстранства вуза как среды формирования здорового образа жизни. Показано, как с помощью социальных сетей формируется интерес студенческой молодежи к ведению здорового образа жизни, формируются компетенции работы с новыми медиа.*

*Media space of university as an environment of competence to work with new media*

*The article discusses the technology of creating media space university as a medium of healthy lifestyle. It is shown how to use the social networks formed by interested students to conduct a healthy way of life, formed the competence to work with new media.*

Современная медиасреда ставит перед системой высшего профессионального образования новые задачи. В процессе подготовки в вузе будущих бакалавров актуальным становится формирование следующих компетенций:

- генерировать контент, связанный с жизнью молодежи, публиковать этот контент на площадках в социальных медиа;
- реагировать на публикации пользователей;
- организовать в социальных медиа активность (акции, конкурсы, социальные проекты и т. д.), вовлекающую молодежь в деятельность в рамках проекта;
- организовать специальные события и сопровождать их в социальных медиа;
- анализировать влияние деятельности в социальных медиа на результаты проекта;
- проводить тренинги по работе в социальных медиа;
- разработать структуру страницы в социальных сетях (группы ВКонтакте или страницы на Facebook), ее графическое оформление (с привлечением дизайнера), подготовить весь необходимый контент.

Рассмотрим процесс формирования указанных компетенций на примере студенческого медиапроекта, направленного на повышение уровня осведомленности студенческой молодежи об особенностях ведения здорового образа жизни (далее – ЗОЖ).

До начала реализации проекта было проведено исследование в форме интервью представителей целевой аудитории.

Целевая аудитория выбрана из числа студентов высших учебных заведений г. Челябинска в связи с тем, что именно молодое поколение менее всего проинформировано об особенностях ведения здорового образа жизни.

В результате проведенного исследования были сделаны следующие выводы:

- современная молодежь положительно относится к ЗОЖ, но, к сожалению, не всегда его придерживается;
- мало кто знает, что ЗОЖ – это явление многогранное. Его составляющие – это не только физическая культура, режим дня и правильное питание, но и гигиена, закаливание, физическая активность, здоровый внешний вид, а также образ мышления;
- большинство молодых людей считают, что нужно иметь немалые материальные средства для того, чтобы вести здоровый образ жизни.

Как показало исследование, самым эффективным способом формирования здорового образа жизни молодежи является медиапроектирование. Медиапроект – логически выстроенная последовательность информационных поводов, объединенная общей концепцией и тематикой и подразумевающая определенный отклик общественности.

Данный медиапроект был запущен в марте 2014 года и завершен в июне 2015 года. В процессе реализации проекта были использованы следующие технологии:

1. Создание группы «ЗОЖ: инструкция по применению» в социальной сети «ВКонтакте» ([http://vk.com/mega\\_zdorov](http://vk.com/mega_zdorov)) и канала на интернет-портале «YouTube».

2. Съёмка видеовыпусков программы «ЗОЖ: инструкция по применению», концепция которых заключается в постановке проблемы ведения ЗОЖ, решение которой находят дежурные по рубрикам и эксперты в той или иной области. Выпуски осуществляют не только познавательную функцию, но и развлекательную, так как информация преподносилась в легкой, юмористической форме.

3. Ведение видеоблога эксперта.

4. Подборка мотивационного контента. Ежедневно на стене группы в реальном времени размещались иллюстрации мотивационного характера, музыка для тренировок, видеоролики о спорте, здоровом образе жизни и достижениях выдающихся спортсменов.

5. Информация о бесплатных занятиях спортом. Ежедневно на стене группы в реальном времени размещалась информация о бесплатных тренировках, проводимых спортивными молодежными движениями и организациями г. Челябинска.

6. Полезные советы. Ежедневно на стене группы в реальном времени публиковались краткие инструкции по ведению здорового образа жизни: правильное питание, соблюдение режима дня, правильное выполнение физических упражнений и соблюдение нагрузок, информация о здоровом внешнем виде и его поддержании.

7. Размещение ссылок. Помимо размещения специализированной информации в группе, создана панель ссылок для быстрого и удобного перехода на интернет-порталы, пропагандирующие ЗОЖ. Данный раздел позволяет участникам группы сэкономить время при поиске данных интернет-ресурсов.

В феврале 2015 года медиапроект «ЗОЖ: инструкция по применению» был преобразован в новый медиапроект «StudentTV» ([http://vk.com/gufk\\_tv](http://vk.com/gufk_tv)), который включал в себя актуальную информацию о прошедших и грядущих событиях в стенах УралГУФК, а также постоянную рубрику «ЗОЖ: инструкция по применению».

Также помимо основной группы в социальной сети «ВКонтакте» были созданы аккаунты на таких платформах, как «Facebook» и «Instagram», что помогло привлечь молодых людей, так как данные социальные сети пользуются немалой популярностью среди молодежи.

Медиапроект «StudentTV» содержал три рубрики: «Новости», где рассказывалось о предстоящих и прошедших событиях вуза; «ЗОЖ: инструкция по применению»; «Кто мы – ГУФК!», посвященная студентам университета, которые проявили себя в вузе, добились успехов в спорте, учебной, научной и творческой деятельности.

Необходимо отметить, что успешная реализация любого медиапроекта зависит от правильного сочетания трех типов контента:

- 1) полезного, включающего информацию о здоровом образе жизни и его составляющих;
- 2) развлекательного, дающего возможность подписчикам послушать музыку, посмотреть видео и прочитать интересные сведения;
- 3) брендированного (выпуски программы «StudentTV»), который рассказывает о жизни УралГУФК, формирует имидж университета и гордость за него в глазах студентов.

На протяжении всей реализации проекта на всех платформах ежедневно в режиме реального времени шло обновление каждого из видов контента.

Реализация данного проекта в медиaprостранстве вуза привела к повышению уровня осведомленности студентов об особенностях ведения ЗОЖ, к привлечению молодых людей к ведению ЗОЖ.