

А. И. Пилейко, магистрант;
Л. И. Петрова, проф., канд. филол. наук (БГТУ, г. Минск)

УНИВЕРСИТЕТСКИЕ СМИ КАК КОНВЕРГИРОВАННЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОДУКТ

В последние годы наблюдается отчетливая тенденция перехода печатных СМИ в интернет-среду. Особенно это актуально для изданий, ориентирующихся на такую целевую аудиторию, как молодежь, которая значительную часть информационного потока потребляет через веб-сайты и социальные сети. В сложившихся условиях редакции университетов создают и развивают интернет-версии газет и журналов. При данном подходе веб-ресурсы не просто являются зеркальным отражением печатного издания, а проявляют следующие характерные черты: дигитальность (т.е. представление информации в цифровой форме), мультимедийность (т.е. сочетание текстовой, аудиальной, графической и видеоинформации), гипертекстуальность (т.е. наличие в контенте электронных ссылок на другие тексты, документы, сайты, что задает информации нелинейный вид), интерактивность (т.е. возможность обратной связи и непосредственного участия в процессе коммуникации). В связи с этим редакции университетских СМИ увеличивают производство контента, трансформируют его, дополняют с учетом требований веб-среды и осуществляют передачу информации по различным медиаканалам. В результате потребитель получает конвергированный («конвергенция» – процесс сближения, схождения) информационный продукт, составляющие которого функционируют самостоятельно, взаимодействуют и дополняют друг друга.

Данный процесс можно рассмотреть на примере газеты «Технолог» Белорусского государственного технологического университета. Издание воплощается в бумажном варианте, имеет веб-сайт (technolog.belstu.by), группу в социальной сети «ВКонтакте» (vk.com/technolog_belstu_by), аккаунт в приложении «Instagram» ([technolog_belstu_by](https://www.instagram.com/technolog_belstu_by)). Каждый канал передачи информации, имея свою специфику в формировании медиаконтента, открывает определенные возможности для оперативной работы, расширяет охват аудитории, в которую вовлекаются и абитуриенты. Все вышеперечисленное способствует всестороннему и оперативному информированию общественности о деятельности университета, что играет важную роль в его популяризации и формировании положительного имиджа.