Марина Игоревна Маевская

Костанайский филиал Челябинского государственного университета (Республика Казахстан)

[mari-maevskaya@yandex.ru](mailto:mari-maevskaya@yandex.ru)

**Цифровой «глянец» как формат студенческого издания: эстетика нового медиа**

Рассматривается формат корпоративного студенческого журнала, объединивший характерные черты и эстетику печатного и электронного изданий.

Ключевые слова: формат, студенческое медиа, персонификация, эстетизация.

В процессе освоения новых компетенций по журналистике и дизайну был создан студенческий журнал Костанайского филиала Челябинского государственного университета U-media.kst. В филиале реализуются образовательные программы по филологии, экономике и юриспруденции, то есть для студентов, участников проекта, приобретаемые компетенции не являются профильными, и работа в редакции основана исключительно на личном интересе. Это базовое условие, которое было необходимо учитывать, проектируя формат.

Процесс создания журнала должен быть захватывающим, а продукт – вызывать искренний интерес и у создателей, и у целевой студенческой аудитории. При этом термин «формат» мы употребляем во всей его многозначности: как в качестве технической характеристики (электронный, в печатном варианте – pocket-book, А5, количество полос 20-26), так и концептуальной, учитывающей контентную составляющую (жанр, тематика, размер публикации, рубрикация, стилистические приемы оформления).

Следующим формообразующим условием явилась специфика социокультурной среды города, в котором функционирует российское русскоязычное учебное заведение. Ее доминирующими признаками является поликультурность, многонациональность, преимущественно двуязычие – эти черты, соответственно, накладывают отпечаток и на культурологические характеристики студенческой аудитории.

Наконец, журнал выходит, хотя и вне рамок учебного процесса, на базе университета, поэтому нужно было учитывать и определенные тематические ограничения, свойственные корпоративному типу издания. Ежемесячный иллюстрированный электронный журнал с преобладанием художественных фотографий, с короткими текстами (преимущественно в жанре интервью), свободной журнальной версткой, соответствовал, на наш взгляд, всем перечисленным условиям.

Выпуск «Ювента-медиа» (после ребрендинга U-media.kst) № 1, «Первые шаги», определил базовую концепцию молодежного издания: максимальная персонификация, в центре внимания – не события, а их участники (это продиктовано, в том числе, и ежемесячной периодичностью). Выпуски в основном целевые или тематические: «Первые шаги» – красочно иллюстрированный рассказ о посвящении в студенты; «Как ваш театрик?» –представляет в лицах, персонифицирует университетскую театральную студию; «Обратный календарь» – сверстанный в виде календарных страниц обзор событий университетской жизни за прошедший год, также персонифицированный; выпуск «Парадигма» посвящен ежегодной научной конференции.

В оформлении журнала присутствует перманентный творческий поиск. Например, верстка художественных фотографий в программе Canva дала неожиданный эффект фоторепортажа в виде постеров, которые, кстати, можно распечатать по отдельности. Художественная фотография с ее выразительностью, использованием определенных изобразительных приемов, крупными планами, определила эстетику издания. В фотографиях делается упор на эмоциональность снимка, фон может либо размываться до прозрачности, либо меняться, при этом цвет подбирается исходя из творческого замысла. Текст не доминирует, он может быть размещен рядом с фото, может обтекать его либо располагаться непосредственно на фотографии. Таким образом, достигается эффект «глянцевого» иллюстрированного издания, в котором изображение и текст равнозначны. Особую роль играет обложка, обязательным элементом которой является фотопортрет, так называемое «лицо обложки». Интервью с героем размещается, как правило, на первых страницах журнала.

Родившийся в продиктованных объективными условиями формат цифрового «глянца» (а в распечатанном на глянцевой бумаге виде и реального «глянцевого» издания) с его акцентом на эстетизацию подачи материала не является застывшим, он находится в развитии, в том числе и в дальнейшем планируемом аудиовизуальном воплощении.