

ББК Ч603.15(2Р-4Че)  
УДК 654.191(470.55)

*Е. А. Изместьева*  
*E. Izmesteva*  
*г. Челябинск, ЮУрГУ*  
*Chelyabinsk, SUSU*

**СПЕЦПРОЕКТЫ «РАДИО ЮУРГУ»: ОСОБЕННОСТИ  
ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА  
SPECIAL PROJECTS «RADIO SUSU»: FEATURES OF FORMATION  
OF IMAGE**

**Аннотация:** В данной статье рассматриваются особенности формирования имиджа студенческой радиостанции и спецпроекты «Радио ЮУрГУ». Автор опирается на работу С. А. Наумовой, обосновывает важность спецпроектов и описывает организацию одного из них.

**Ключевые слова:** журналистика; СМИ; радиовещание; имидж; Интернет; спецпроекты; «Радио ЮУрГУ».

**Abstract:** This article discusses the features of the formation of student radio image «Radio SUSU». The author relied on the work of S.A. Naumova, substantiate the importance of special projects, and painted the work on one of them. In the analysis of the work identified the pros and cons of the event.

**Keywords:** journalism; media; broadcasting; image; Internet; special projects; «Radio SUSU».

Имидж – это мнение о ком- или чем-либо, формируемое в общественном или индивидуальном сознании с целью определенного эмоционально-психологического воздействия [4, с. 8]. Создание правильного образа помогает позиционировать объект, личность или предприятие с нужной стороны. Именно поэтому так важно грамотное продвижение бренда радиостанции. В условиях постоянно меняющегося медиaprостранства радиостанции вынуждены адаптироваться к интернет-среде и искать новые способы привлечения аудитории. Студенческая студия «Радио ЮУрГУ» формировала свой образ постепенно, и началось это в 2005 году. Тогда были придуманы название, слоган и логотип. Сегодня студия «Радио ЮУрГУ» ищет новые пути взаимодействия со своим слушателем. В концепцию нового имиджа радиостанции и плана ее продвижения вошли следующие этапы: усовершенствование работы радио в соцсетях, разработка логотипа и фирменной продукции, организация работы с другими СМИ, участие в международных, федеральных, региональных мероприятиях и др. [3, с. 77]. При этом организация фирменного мероприятия имеет особое значение. Во-первых, это приобретение новых направлений развития и активизация интереса к радиостанции аудитории [2, с. 24]. Во-вторых, это привлечение к работе в студии студентов, а также профессиональных журналистов. В 2015 году у «Радио ЮУрГУ» появилось такое мероприятие – «Radio SUSU Awards».

«Radio SUSU Awards» – это премия начинающим радиожурналистам, доказавшим свой профессионализм и осуществившим творческий подход в выполнении заданий. Премия вручается раз в год студентам-журналистам, работающим в течение учебного года в эфире «Радио ЮУрГУ».

В рамках подготовки мероприятия было осуществлено следующее:

- 1) разработана концепция премии;
- 2) специально для церемонии создан аккаунт в «Instagram» для ведения прямой трансляции. Заданы хештеги: #RSA2015 и #radiosusu;
- 3) подготовлена подарочная продукция: значки и наклейки с обновленным логотипом радиостудии, дипломы участников премии и сертификаты о прохождении практики в рамках учебной дисциплины «Основы теории журналистики».

Реализация мероприятия происходила в несколько этапов:

1 этап – обсуждение идеи проведения церемонии. Проработка задач, постановка цели, разработка логотипа и др.

2 этап – написание сценария, поиск спонсоров и творческих коллективов.

3 этап – оценка работ, отбор номинантов по критериям: журналистское мастерство, систематичность работы, инициативность и ответственность, профессионализм, творческий подход к выполнению заданий.

4 этап – подготовка к мероприятию, репетиции.

5 этап – продвижение премии «Radio SUSU Awards». В социальных сетях «В Контакте» и «Instagram» была проведена рекламная акция для привлечения внимания к самому мероприятию. В социальной сети «В Контакте» были размещены анонсы, программы студентов с опросом о готовящейся премии и возможностью голосовать за понравившегося участника. В социальной сети «Instagram» дублировалась информация о месте и времени проведения мероприятия и велся отсчет дней до начала «Radio SUSU Awards».

В день мероприятия велась онлайн-трансляция происходящего в социальных сетях. Корреспонденты публиковали фото победителей и отмечали их на снимках, увеличивая число подписчиков в «Instagram», а в официальной группе «Радио ЮУрГУ» в режиме реального времени оглашались результаты, объявлялись победители и велся интерактив с теми, кто следил за трансляцией.

Мероприятие освещалось и другими университетскими СМИ: телерадиокомпания «ЮУрГУ-ТВ» подготовила репортаж о проведении церемонии «Radio SUSU Awards», в официальной группе «Newsroom DIGITAL» в соцсети «ВКонтакте» публиковались анонсы мероприятия и радиоотчет о прошедшей церемонии, а также на официальном сайте Южно-Уральского государственного университета вышла заметка о мероприятии.

В результате предпринятых мер удалось увеличить:

- количество подписчиков официальной группы «Радио ЮУрГУ» на 50 человек;
- активность радиослушателей в паблике студенческой радиостудии.

Кроме того, у «Радио ЮУрГУ» появился аккаунт в социальной сети «Instagram».

Таким образом, мы можем говорить о том, что спецпроекты являются важной составляющей мер, которые необходимы для формирования имиджа студии «Радио ЮУрГУ». А организация и проведение фирменного мероприятия не только способствует укреплению позиций радиостудии в системе студенческих СМИ, но и позволяет привлечь и активизировать аудиторию радиостанции.

### **Библиографический список**

1. Влияние через социальные сети : учебное пособие / под ред. Е. Г. Алексеевой. – М. : Фокус-Медиа, 2010. – 200 с.
2. Градюшко, А. А. Основы интернет-журналистики : учебно-методический комплекс для студ., обуч. по спец. 1-23 01 08-03 «Журналистика (веб-журналистика)» / А. А. Градюшко. – Минск : Изд-во БГУ, 2012. – 152 с.
3. Интернет-журналистика : учебное пособие / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. – М. : Юнити-Дана, 2005. – 384 с.
4. Наумова, С. А. Имиджелогия : учебное пособие / С. А. Наумова. – Томск : Томский политехн. ун-т, 2004. – 119 с.