

Секция «11.10 Ювенильная журналистика в системе массовых коммуникаций»

Платформенное решение для объединения образовательных и конкурсных инициатив в ювенильной журналистике (на примере РОО «ТО «ЮНПРЕСС»)

Научный руководитель – Распутная Лариса Ивановна

Вигуро Олег Юрьевич

Студент (бакалавр)

Дальневосточный федеральный университет, Школа искусства, культуры и спорта,
Владивосток, Россия

E-mail: i@oviguro.ru

Ювенильная журналистика рассматривается исследователями как коммуникативная и социально-адаптивная деятельность детей и подростков в системе массовых коммуникаций (Косолапова, 2010, с. 191-195). В современных условиях она выступает не только формой медийной активности подростков, но и пространством их социальной и профессиональной адаптации.

В контексте анализа платформизации медиасистемы отмечается изменение архитектуры медиа и распространение платформенной модели организации взаимодействия участников медиарынка (Вартанова, 2022, с. 8–13). Данные процессы затрагивают и сферу ювенильных медиа, что обуславливает необходимость цифровой интеграции конкурсов, медиашкол и просветительских инициатив.

В практике ювенильной журналистики конкурсные инициативы часто реализуются на внешних цифровых сервисах: заявки подаются через отдельные онлайн-формы, материалы направляются в облачные хранилища, коммуникация ведётся в мессенджерах. Каждое мероприятие формирует самостоятельный цифровой контур, не связанный с другими проектами. Такая модель не предусматривает единой системы хранения данных, накопительного портфолио и сквозной истории участия. Отсутствие интегрированной инфраструктуры затрудняет формирование устойчивой образовательной траектории и профессионального развития подростков.

Современное «цифровое поколение» характеризуется активным использованием интернет-ресурсов как основного канала получения информации, коммуникации и самореализации, а также самостоятельным выбором медиасреды (Цымбаленко, 2015, с. 201-212). В этих условиях образовательные и конкурсные инициативы, реализуемые в сфере детских и молодёжных медиа, неизбежно требуют цифровой организации, соответствующей особенностям медиаповедения подростков (Аргылов, 2020, с. 25-26).

В качестве практической апробации интеграционного подхода в Творческом объединении «ЮНПРЕСС» – одной из крупнейших организаций в сфере ювенильной журналистики, реализующей всероссийские конкурсные и образовательные проекты, – разработана медиаплатформа «Бейдж», объединяющая деятельность организации в едином цифровом контуре (Медиаплатформа «Бейдж», 2026). Центральным элементом платформы является личный кабинет участника, обеспечивающий сквозную регистрацию, хранение работ и формирование цифрового портфолио.

Конкурсы и медиашколы интегрированы в общую систему, что позволяет участнику отслеживать историю участия и результаты. Образовательный раздел аккумулирует методические материалы и записи занятий, обеспечивая связь конкурсной практики с обучением. В отличие от использования внешних сервисов, платформа реализована в пределах собственной цифровой инфраструктуры организации. Хостинговые ресурсы и

программное обеспечение для обработки данных размещены на российских серверах, что обеспечивает соблюдение требований действующего законодательства РФ.

Реализация платформы основана на использовании low-code инструментов – цифровых решений, позволяющих создавать и поддерживать веб-инфраструктуру без разработки с нуля и значительных программных ресурсов. Такой подход снижает технологический порог внедрения и делает модель доступной для некоммерческих и бюджетных организаций. Опыт внедрения платформы «Бейдж» демонстрирует переход от событийной модели к платформенной организации ювенильных медиа. Конкурс перестаёт быть изолированным мероприятием и становится частью устойчивой цифровой экосистемы.

Дополнительным эффектом является формирование единого визуального и коммуникационного пространства: участник взаимодействует с организацией через брендированную среду, а не через сторонние сервисы и внешние формы. Это усиливает институциональную идентичность проекта и повышает доверие к нему как к самостоятельному медиасубъекту.

Новизна решения заключается в создании единой инфраструктуры, объединяющей ранее автономные инициативы в рамках одной организации. Так, платформа «Бейдж», реализованная в практике Творческого объединения «ЮНПРЕСС», может рассматриваться как тиражируемая модель для объединений, работающих в сфере ювенильной журналистики и медиаобразования. Технологическая модульность и использование доступных инструментов позволяют адаптировать решение к различным организационным условиям. В условиях цифровизации образовательных и конкурсных инициатив подобная интеграция способствует формированию устойчивой инфраструктуры ювенильных медиа.

На текущем этапе в системе зарегистрировано более 6200 учётных записей, что свидетельствует о масштабности внедрения решения и его востребованности среди целевой аудитории.

Источники и литература

- 1) Аргылов Н.А. Процессы подготовки кадров для медиакоммуникационной отрасли на российском Дальнем Востоке // Журналистика в 2019 году: творчество, профессия, индустрия: сборник. М., 2020. С. 25-26.
- 2) Вартанова Е.Л. Меняющаяся архитектура медиа и цифровые платформы // Меди@льманах. 2022. № 1. С. 8-13.
- 3) Косолапова Д.И. Ювенильная журналистика в системе массовых коммуникаций // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2010. No. 6 (12). С. 191-195.
- 4) Цымбаленко С. Б., Макеев П. Цифровое поколение – медийный портрет подростка // Народное образование. 2015. № 3. С. 201-212.
- 5) Медиаплатформа «Бейдж» [Электронный ресурс]. URL: <https://s.ynpres.com/> (дата обращения: 28.02.2026).