

**Корпоративная вузовская пресса России как часть образовательной системы
(на примере газеты Сургутского государственного педагогического
университета «Ступени СурГПУ»)**

Научный руководитель – Гризлюк Любовь Владимировна

Сузова Владлена Владимировна

Студент (бакалавр)

Сургутский государственный педагогический университет, Сургут, Россия

E-mail: vladlena.surova97@mail.ru

Периодические издания вузов в настоящее время занимают важное место в системе российских СМИ. В научном сообществе еще спорным является вопрос о природе вузовской периодики, о том, какую роль играют вузовские издания в системе средств массовой информации, к какому типу прессы они относятся. [2]

В соответствии с действующим Законом Российской Федерации «О средствах массовой информации», исследователь корпоративной прессы Ю. В. Чемякин предлагает следующее определение корпоративных СМИ, которое, по нашему мнению, оптимально характеризует данный вид изданий: «Периодическое печатное издание, радио-, теле-, видеопрограмма, интернет-сайт, интернет-портал или иная форма периодического распространения информации, служащая интересам определенной корпорации, созданная по ее инициативе и предназначенная, как правило, для людей, имеющих определенное отношение к данной корпорации» [3].

Признавая вузовскую прессу частью прессы корпоративной, Ю.В. Чемякин выделяет существенные черты и признаки корпоративных изданий, отличающие ее среди остальных. Среди важнейших функций, реализуемых прессой высших учебных заведений, можно выделить содействие творческой самореализации читателей, раскрытию их талантов и творческих способностей.

Таким образом, эти издания ориентированы на привлечение к редакционному процессу мыслящих, творческих студентов, на формирование у них общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций. Отметим, что в других корпоративных СМИ упомянутые функции, как правило, не входят в число приоритетных, либо вообще отсутствуют.

Рассмотрим типологические признаки корпоративного студенческого издания «Ступени СурГПУ».

Первое печатное издание в вузе появилось в 1999 году на филологическом факультете, со временем газета приобрела корпоративный, общевузовский формат. Сегодня газета «Ступени СурГПУ» - зарегистрированное цветное ежемесячное издание. Газета представляет собой своеобразную летопись основных событий в жизни вуза, освещаются также внешние процессы, связанные с образованием. Также представлены темы, которыми интересуется молодежь. Авторами являются, в основном, сотрудники и студенты университета, реже - школьники. Тираж газеты 500 экземпляров, места распространения - учебные корпуса и школы города Сургута. Вид данного корпоративного издания - периодическое печатное издание, к преимуществам которого, по сравнению с другими видами печати, можно отнести легкость восприятия и обработки информации, возможность неоднократного возвращения к темам, долгосрочность хранения информации, достаточно высокий потенциал в формировании имиджевой политики организации, значительный вклад в развитие у сотрудников и студентов вуза корпоративной культуры.

Тип издания:

- по аудитории - для внутренней аудитории. Однако следует отметить, что раз в год выходит спецвыпуск газеты, направленный на абитуриентов.

Выделим ключевые задачи выпуска данного издания:

- идеологическая функция, предполагающая развитие корпоративной культуры, «внедрение» в сознание студентов ценностей, норм и правил, принятых в педагогическом университете.

- информационно-коммуникативная, предполагающая освещение редакцией основных мероприятий, проводимых в университете, публикацию достоверной информации о развитии университета в целом, основных изменениях в организации и структуре;

- имиджевая, позволяющая корпоративному изданию быть средством создания и развития позитивного имиджа.

- образовательная: позволяет систематически повышать профессиональную компетентность студентов, выполняющих редакционные задания. «Ступени СурГПУ» способствуют развитию, «оттачиванию» навыков не только студентов направления подготовки «Журналистика», но и всех заинтересованных учащихся других направлений подготовки. Вся студенческая часть творческого коллектива редакции входит в студенческое объединение «Пресс-центр «Наш формат», однако редакция не упускает возможность сотрудничества с другими студенческими объединениями, зарегистрированными в университете. Студенты, обучающиеся по соответствующим направлениям подготовки, зачастую работают в нескольких изданиях, в том числе и на городском уровне. Однако в городских редакциях требуются материалы более официального характера, в то время как молодежные темы они не хотят видеть [1].

Характеристики издания: формат - А3; объем - 12 полос; периодичность - ежемесячная; рубрики - традиционные («Слово редактора», «Событие», Студенческие материалы «Наш разворот»); жанры - информационные (заметки, репортажи, интервью), аналитические (рецензии, статья).

Следует отметить, что газета «Ступени СурГПУ» выходит не только в печатной форме, но и размещается в формате .pdf на официальном сайте вуза. Акцентными особенностями материалов студентов в «Ступенях СурГПУ» становятся заголовок, фотографии, яркий дизайн и живой текст (иногда с использованием молодежного сленга).

Таким образом, анализ типологических признаков студенческой газеты «Ступени СурГПУ» позволяет нам прийти к выводу о том, что корпоративная вузовская пресса является неотъемлемой частью образовательного и воспитательного процесса, оказывает значительное влияние на формирование у студентов корпоративной культуры, а также профессиональных и общекультурных компетенций.

Источники и литература

- 1) Мендельбаум Я. Факультетские издания как элемент системы СМИ вуза. Актуальные проблемы журналистики: Сборник трудов молодых ученых. Вып. VIII; отв. ред. Н.В. Жилякова, Е.А. Войтик. Томск: Издательство НТЛ, 2013. 164 с.
- 2) Сидорова Т.И. Вузовские СМИ в системе корпоративных медиа. URL: <http://media.scope.ru/node/887>.
- 3) Чемякин Ю.В. Корпоративные СМИ: секреты эффективности. Екатеринбург: Дискурс Пи, 2006. 184 с.