

СОВРЕМЕННАЯ ВУЗОВСКАЯ ПРЕССА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

Н. В. Долгова

*Рязанский государственный университет им. С. А. Есенина,
ул. Свободы, 46, 390000, г. Рязань, Россия,
n.dolgova@365.rsu.edu.ru*

Статья посвящена проблемам функционирования современной вузовской газеты; в их число входит утрата интереса студенческой аудитории к печатным изданиям, трудности финансирования и формирования круга постоянных авторов, а также необходимость диверсификации контента в системе других каналов информации.

Ключевые слова: журналистика; вузовская пресса; газета; корпоративное издание; функции СМИ.

MODERN UNIVERSITY PRESS: PROBLEMS AND PROSPECTS FOR FUNCTIONING

N. V. Dolgova

*Yesenina Ryazan State University,
46, Svobody Str., 390000, Ryazan, Russia
Corresponding author: N. V. Dolgova (n.dolgova@365.rsu.edu.ru)*

The paper deals with the problems of functioning of the university press, such as the loss of interest of the students in newspapers, difficulties in financing and forming a group of constant authors, as well as the need to diversify content in the system of other information channels.

Key words: journalism; university press; newspaper; corporate publications; functions of mass media.

Специфика, статус, функции, история и типология вузовской прессы, ее тематическое и жанровое своеобразие становились многократно предметом исследования российских ученых, в числе которых А. Н. Болкунов, А. В. Прохоров, Д. С. Непомнящая, С. И. Якимова, А. П. Родимцев, Н. В. Кодола, Е. Н. Туголукова и др. Большинство исследователей единодушны в констатации полифункционального характера вузовской

прессы, обусловленного решением образовательной, воспитательной, имджевой и рядом других задач: «Официально-вузовская пресса целиком входит в корпоративную и вместе с ней одной частью находится в области молодежных, а второй – в области «взрослых» СМИ» [1, с. 85]. Но при анализе типологических особенностей и коммуникативных возможностей вузовской прессы, подкрепленном обращением к обширному опыту работы конкретных университетских газет, крайне немногочисленны исследования, посвященные проблемам изданий такого рода. Попробуем обозначить некоторые из них, с которыми сталкивается вузовская пресса и которые при отложенном их решении могут существенно осложнить выход данных изданий, снизить их информационный и PR-потенциал.

Контент российских вузовских изданий, как указывает А. В. Прохоров, является производной реализации «двух ведущих сфер деятельности: образования и науки», что влияет на формирование ядерной целевой аудитории: «Рассмотренные вузовские издания были обращены преимущественно к внутренней аудитории – профессорско-преподавательскому составу и студентам» [2, с. 4]. Однако ни предметно-тематическое своеобразие, ни авторский коллектив, основу которого составляют студенты, не могут повлиять на наметившуюся в последнее время утрату интереса студенческой аудитории к печатным изданиям и к вузовским, в частности. Причин этому несколько: отказ от визуального канала информации в пользу мультимедийного; слишком «официальный» характер вузовской газеты; недостаточность освещения актуальных для студенчества проблем и другие. На последнее обстоятельство обращают внимание Т. А. Зарубина и О. В. Окружнова, осмысливая слабую информационную поддержку вузовским изданием темы студенческого самоуправления: «Наличие такой рубрики не только способствовало бы развитию студенческого самоуправления, но также и укрепило бы роль корпоративной газеты в качестве коммуникативного звена в диалоге между студенческими организациями...» [3, с. 102].

Нерешенной в силу объективных обстоятельств является и проблема финансовой поддержки вузовской прессы. Во многом справедливым является следующее замечание: «Будущее печатных СМИ видится за корпоративной и отраслевой прессой, которая остается самым стабильным сегментом на российском рынке...» [4, с. 69]. Вместе с этим нередки ситуации, порожденные оптимизационной финансовой политикой вуза, при которых либо в газете сокращается количество полос, либо вуз пол-

ностью отказывается от ее издания, размещая контент в пространстве других средств информации (на корпоративном сайте, в буклетах, листовках и т. д.).

Особым статусом газета наделена в вузах, в которых ведется обучение по направлению подготовки «Журналистика». В таких случаях имиджевый, воспитательный и, в особенности, образовательный потенциал издания значительно усиливается, что описано, например, В. А. Горновой [5]. Газета превращается в площадку для формирования профессиональных компетенций студентов-журналистов: ее базу используют в рамках изучения дисциплин, для прохождения практик. Однако газета в таком качестве задействует, как правило, студентов 1–2 курсов, тогда как старшекурсники постепенно исчезают из числа авторов, предпочитая искать работу в региональных массмедиа или диджитал-изданиях. Для расширения круга корреспондентов можно привлекать больше преподавателей или, например, учащихся выпускных классов (потенциальных абитуриентов, которые стремятся к вступительным испытаниям собрать материалы для портфолио), однако едва ли можно сделать из этой группы постоянных авторов.

Проблемы вузовской прессы отражают общие трудности печатных изданий, с которыми пресса сталкивается в рамках современных цифровых процессов. Некоторые исследователи видят в этом явлении новые возможности для вузовской газеты: «Интернет-версии изданий разных типов различаются по способам представления материалов и являются инструментом расширения функций вузовской прессы» [6, с. 170]. Кроме этого, pdf-версию газеты можно размещать в официальном паблике университета в социальных сетях, высылать участникам корпоративных групп в мессенджерах и по корпоративной почте и т. д. Но в отличие от сайта университета охват аудитории, формат, оперативность и наличие обратной связи у газеты иные, и здесь редколлегия оказывается перед выбором: интегрировать коммуникационные усилия или, наоборот, диверсифицировать контент.

Это далеко не полный перечень проблем, с которыми сталкивается вузовская газета и которые заставляют по-новому видеть перспективы ее функционирования.

Библиографические ссылки

1. *Болкунов А. Н.* Типология студенческой прессы России начала XXI века // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2009. № 4. С. 83–87.

2. *Прохоров А. В.* Периодика отечественных региональных вузов в ретроспективе // Ученые записки НовГУ. 2020. № 7 (32). С. 1–5.
3. *Зарубина Т. А., Окружнова О. В.* Влияние корпоративной газеты на развитие студенческого самоуправления в вузе // Вопросы теории и практики журналистики. 2014. № 3. С. 92–103.
4. *Кодола Н. В., Глазкова В. А.* Вузовская пресса в условиях трансформации медиапространства // Наука и школа. 2019. № 2. С. 68–72.
5. *Горновая В. А.* Современная вузовская пресса как инструмент адаптации студента к профессии в коллективе // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 4 (26). С. 63–69.
6. *Старкова Г. И.* Интернет-версии как инструмент расширения функций вузовской прессы: опыт редакций удмуртского университета // Вестник ЧелГУ. 2015. № 5 (360). С. 170–175.