

Востребованность студенческой прессы и её влияние на активность студенческой молодёжи в городе Иркутске

© Я.А. Макарова, М.Ф. Желновакова

*Иркутский национальный исследовательский технический университет,
г. Иркутск, Российская Федерация*

Аннотация. Студенческая пресса считается довольно популярной среди учащихся средних специальных и высших учебных заведений, ведь она выполняет множество важных функций посредством своих публикаций. В материалах студенческих изданий прослеживается миссия учебного заведения, корпоративные ценности, стандарты и модели поведения, в подобных изданиях содержится актуальная информация о прошедших и предстоящих событиях, а также обучающие материалы, способствующие всестороннему развитию личности, проявлению творческих способностей и активности учащихся. Однако создание такого печатного выпуска требует много времени. Поэтому для студентов источником новостей всё чаще становятся социальные сети и официальный сайт учебного заведения, где основная информация публикуется практически мгновенно. Такая тенденция позволяет сделать предположение о малой популярности чтения студенческой печати и провести исследование для выявления востребованности студенческой прессы и её влияния на активность студенческой молодёжи в городе Иркутске. Исследование осуществлялось методом опроса учащихся средних специальных и высших учебных заведений с последующим анализом полученной информации и подведением итогов, которые показали необходимость развития студенческой периодики.

Ключевые слова: студенческая пресса, функции, чтение студенческой прессы, влияние студенческой прессы, активность студентов

Relevance of the Student Press and Its Impact on Student Youth Activity in Irkutsk

© Yana A. Makarova, Margarita F. Zhelnovakova

*Irkutsk National Research Technical University,
Irkutsk, Russian Federation*

Abstract. The student press is considered to be quite popular among students of specialized secondary and higher education, because it performs many important functions through its publications. The materials of the student publications show the mission of the educational institution, corporate values, standards and behaviors, such publications provide up-to-date information about past and upcoming events, as well as educational materials that promote comprehensive personal development, creativity and activity of students. However, the creation of such a printed publication is time-consuming. Therefore, social networks and the official website of the educational institution, where the basic information is published almost instantly, are becoming a source of news for students. This trend makes it possible to assume that the reading of the student press is not very popular and to carry out a study to identify the relevance of the student press and its impact on the activity of student youth in the city of Irkutsk. The study was carried out by interviewing students of secondary specialized and higher educational institutions, followed by analysis of the information received and summing up the results, which showed the need for the development of student periodicals.

Keywords: student press, functions, student press reading, student press influence, student activity

Студенческая пресса – особая часть молодёжной журналистики, которая предназначена для студентов колледжей, институтов и университетов. Студенческая пресса начала активно издаваться с 1857 года. Тогда вышло первое официальное студенческое издание «Студенческий мир» в Императорском Санкт-Петербургском университете. Её содержание затрагивало вопросы учебного процесса, внутренней жизни университета, взаимоотношений учащихся с

профессорско-преподавательским составом, борьбы отдельных группировок за лидерство в студенческом движении [1]. Выйдя 6 раз, журнал задал основное направление тематик и стиля публикаций для развития законной вузовской периодики России.

Сейчас студенческая пресса реализует функции, традиционно свойственные средствам массовой информации. К этим функциям относятся следующие: идеологическая, информационная, коммуникативная,

организационно-агитационная (или непосредственно организаторская), имиджевая, образовательная (просветительская), рекламно-справочная и развлекательная (рекреативная) [2]. В студенческой прессе они реализуются путём распространения миссии учебного заведения, корпоративных ценностей, стандартов и моделей поведения, актуальной информации о событиях, обеспечивают связь между студентами и руководством вуза, способствуют процессу обучения, всестороннему развитию личности учащихся, проявлению творческих способностей студентов, обмену знаниями и новыми идеями, помогают в организации и анонсировании мероприятий, способствуют поддержанию имиджа образовательного учреждения.

Кроме этого, студенческая пресса выполняет специфические функции – социализаторскую и практико-ориентированную, которые влияют на жизненные ценности, деятельность студентов, их социализацию и активность, а также содействуют приобретению и развитию профессиональных компетенций будущих журналистов, работающих в редакции газеты, журнала своего вуза.

Считается, что студенческая периодика является весьма популярной среди учащихся, ведь в ней публикуется насыщенная информация об образовательном учреждении, учебных процессах, организационных вопросах, развлекательных и культурных мероприятиях, научных конференциях, а также о выдающихся студентах и их успехах в учёбе, активистской деятельности, то есть полезные и интересные материалы об учебном заведении в разных журналистских жанрах.

Однако убежденность в распространённости чтения студенческой печати вызывает сомнение, поскольку неоспоримым остаётся тот факт, что современные молодые люди привыкли узнавать информацию из сети Интернет, где новости размещаются практически мгновенно. Сейчас у каждого учебного заведения есть сайт и сообщество в социальных сетях «ВКонтакте», «Инстаграм», где нередко ведутся новостные разделы, проводятся трансляции проходящих мероприятий в режиме реального времени. Для издания газеты, журнала требуется гораздо больший промежуток времени из-за тщательного отбора и подготовки будущего материала, его вёрстки, оформления и завершающего печатного процесса. Новости

«остывают» и перестают быть интересными, актуальными для вечно спешащих студентов.

Предположение о малой популярности бумажной студенческой прессы побудило провести исследование, которое направлено на выявление востребованности чтения студенческой печати и её влияния на учащихся средних профессиональных и высших учебных заведений города Иркутска. Воздействие на студентов рассмотрено со стороны социализаторской функции, часть которой отвечает за активистскую деятельность: организацию и участие в мероприятиях, помощь людям, общественные работы. Такое исследование покажет отношение учащихся к печати и выявит необходимость её создания.

Изучение востребованности и влияния студенческой прессы происходит теоретическими, эмпирическими и математическими методами, которые заключаются в опросе целевой группы, в анализе и сравнении ответов, вычислении процентного соотношения полученных результатов опроса.

В настоящее время в городе Иркутске выходит несколько бумажных студенческих изданий, которые выпускаются тиражом до 1000 экземпляров и распространяются внутри учебных заведений.

В период с 20 октября 2020 года по 23 ноября 2020 года студенты в возрасте от 16 до 24 лет, обучающиеся в Иркутском национальном исследовательском техническом университете (ИРНИТУ), Иркутском государственном университете (ИГУ), Байкальском государственном университете (БГУ), Иркутском государственном медицинском университете (ИГМУ), Иркутском государственном аграрном университете имени А.А. Ежовского (ИрГАУ), Иркутском региональном колледже педагогического образования (ИРКПО), прошли электронный опрос, содержащий 11 вопросов.

1. Пол (м/ж).
2. Возраст (полных лет).
3. Где учишься? (название вуза, колледжа).
4. На каком курсе?
5. Выпускает твой университет газеты, журналы?
6. Читал хотя бы один выпуск газеты, журнала своего университета?
7. Чему учит газета, журнал твоего учебного заведения?
8. Что больше всего в газете, журнале тебя привлекает? (какая-то рубрика, ста-

тья, общее оформление, содержание).

9. Как повлияла газета, журнал на твоё восприятие университета, людей, ещё каких-либо вещей?

10. Пропагандирует ли газета, журнал помощь людям, активный образ жизни?

11. Стал ли ты более активным благодаря газете, журналу твоего учебного заведения? Что ты стал делать?

Данные вопросы раскрывают популярность чтения студенческой прессы в конкретном образовательном учреждении, а также демонстрируют выполняемые ею функции, внешнюю и внутреннюю привлекательность издания, влияние материалов периодики на студентов.

Опрос прошло 272 студента различных учебных заведений Иркутска.

Анализ результатов показал, что 18,4 % (от общего числа опрошенных) обучающихся не знают, что их учебное заведение выпускает студенческую прессу. Среди них студенты ИГУ, ИГМУ, БГУ, ИРНТУ первого, второго, третьего и четвёртого курсов. Данный показатель говорит о том, что периодика этих университетов плохо продвигается среди студентов. Своеобразная реклама изданий, в которых есть бесплатные полезные научные и новостные материалы, не только повысит престиж вуза среди учащихся, но и поможет студентам находиться в центре событий, разбираться в тенденциях своей профессии, изучать другие направления и понимать принципы поведения в различных сферах жизни. Привлечение учащихся к чтению качественной периодики – задача всех образовательных учреждений.

Следует отметить, что 69,1 % респондентов в возрасте от 16 до 23 лет не читает студенческие издания. Только 12,5 % хотя бы раз держало в руках печатные средства массовой информации. Низкий процент студентов, которые интересовались содержанием периодики, может быть обусловлен следующими факторами:

- студенческая пресса не распространяется по учебному заведению, соответственно, издание не попадает в руки к читателю;

- студент слышит о том, какая информация публикуется в периодике, и не хочет её изучать;

- студент смотрит все новости на официальном сайте образовательного учреждения, в социальной сети;

- студенту не интересна информация о своём колледже, институте, университете (студент пассивен).

Среди учащихся, читающих студенческую прессу, 17,6 % мужчин и 82,4 % девушек. Такое соотношение обусловлено направленностью изданий на конкретную целевую аудиторию (присутствие в прессе материалов по специальностям, на которых в основном учатся девушки; материалов, в которых главными участниками события являются студентки), психологическим развитием молодёжи, выражающимся в семейных ценностях, воспитании, а также особенностях личности: бунтарстве, желании ни на кого не ориентироваться, стремлении к получению знаний и любви к чтению.

Учащиеся, читающие студенческую периодику, отмечают, что издания публикуют материалы на различные темы: наука, студенческая жизнь, события учебного заведения, чем привлекают студентов к ведению активного образа жизни. Однако принимать участие в мероприятиях стало только 29,4 % от общего числа читающих прессу студентов. Весь актив представлен девушками от 18 до 20 лет, которые учатся в ИГМУ, БГУ, ИГУ, ИРКПО. Респондентки обращают внимание на то, что пресса помогает понять, что «нужно действовать», ведь «всё зависит только от нас».

Оформление, общее содержание, отдельные рубрики (биография знаменитых учёных, новости науки), стиль написания публикаций – всё это повлияло на положительное восприятие различных специальностей, на восприятие студентов, преподавателей, образовательного учреждения и его внутренних правил, которыми гордятся учащиеся. «Я поняла, какие стоящие специалисты есть у нас на факультете», – подчеркнула студентка 4 курса Иркутского государственного университета.

Пропаганда здорового и активного образа жизни, помощи людям присутствует во всей студенческой прессе университетов, институтов, колледжей города Иркутска. Помимо этого, по данным опроса, она учит ответственности, оригинальности, показывает полноту жизни, позволяет не упускать возможности, участвовать в мероприятиях и всегда находиться в центре событий.

Отклик читателей показывает, что печатная студенческая периодика позитивно влияет на студентов, поэтому нужно увеличивать процент читательской аудитории. Это можно сделать несколькими способами:

- продвигать, говорить о студенческой прессе в колледжах, институтах, университетах;
- принимать студентов в редакционный коллектив;
- увеличивать количество материалов о студентах (брать интервью, рассматривать проблемы учащихся);
- вводить интерактив (кроссворды, загадки с последующим получением приза; сделать доску объявлений);
- публиковать издания в электронном виде в социальных сетях и на официальном сайте;
- писать материалы простым языком (чтобы студент любой специальности мог воспринять информацию).

Студенческая пресса города Иркутска является своеобразным новостным путеводителем учебных заведений и выполняет идеологическую, информационную, коммуникативную, организационно-агитационную

(или непосредственно организаторскую), имиджевую, образовательную (просветительскую), рекламно-справочную, развлекательную (рекреативную), социализаторскую и практико-ориентированную функции. Однако среди студентов города Иркутска периодика не является востребованной. Из 272 опрошенных только 34 респондента читали минимум один выпуск, а 50 даже не знают о существовании студенческой прессы в их учебном заведении.

Студенческая печать, несмотря на маленькое число читателей (34), положительно влияет на активность студенческой молодежи: 10 человек из 34 стали участвовать в мероприятиях своего колледжа, института, университета после прочтения издания. Респонденты отмечают, что периодика позволяет находиться в центре событий, учит ответственности и просвещает. Именно поэтому студенческая пресса должна прогрессировать, влиять и помогать в становлении и развитии учащихся.

Библиографический список

1. Болкунов А.Н. Возникновение и становление студенческой периодики в России // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Филология. Журналистика. 2008. Т. 8. № 2. С. 74–82.
2. Горновая В.А. Современная вузовская пресса как инструмент адаптации студента к профессии в коллективе // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 4 (26). С. 63–69.
3. Родимцев А.П. Функции студенческих печатных СМИ // Новая наука: теоретический и практический взгляд. 2016. № 8 (88). С. 125–128.
4. Туголукова Е.Н. Классификация и проблематика вузовских СМИ // Ученые записки Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики. 2012. № 2 (37). С. 70–75.
5. Малютина Т.В. Психологические и психофизиологические особенности развития в юношеском (студенческом) возрасте // Омский научный вестник. 2014. № 2 (126). С. 129–133.
6. Болкунов А.Н. Типология студенческой прессы России начала XXI века // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. 2009. Т. 9. № 4. С. 83–87.
7. Кодола Н.В., Глазкова В.А. Вузовская пресса в условиях трансформации медиапространства // Наука и школа. 2019. № 2. С. 68–72.
8. Мрочко Л.В., Мрочко О.Г., Берген О.В. Медиакультура и медиабезопасность студенческой молодежи: информационное влияние // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2018. № 3 (19). С. 152–159.
9. Базикян С.А. Студенческая газета в современной Российской медиасфере: проблемы и перспективы развития // Ученые записки Новгородского государственного университета. 2017. № 3 (11). С. 3–5.
10. Епанчинцева Г.А., Козловская Т.Н. Студенчество как социально-психологическая общность // Вестник Оренбургского государственного университета. 2018. № 2 (214). С. 66–69.
11. Москаленко О.В. Роль студенческого инфантилизма в развитии и преодолении кризиса ответственности выпускников вузов // Акмеология. 2017. № 1. С. 83–87.

Сведения об авторах / Information about the Authors

Макарова Яна Алексеевна,
студентка 5 курса,
Институт заочно-вечернего обучения,
Иркутский национальный исследовательский
технический университет,
664074, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 83, Россий-

Yana A. Makarova,
Student,
Institute of Correspondence and Evening Education,
Irkutsk National Research Technical University,
83 Lermontov Str., Irkutsk, 664074, Russian Federa-

ская Федерация,
e-mail: makarova_yana_alekseevna@mail.ru

e-mail: makarova_yana_alekseevna@mail.ru

Желновакова Маргарита Фёдоровна,
кандидат исторических наук,
доцент кафедры рекламы и журналистики,
Институт экономики, управления и права,
Иркутский национальный исследовательский
технический университет,
664074, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 83, Россий-
ская Федерация,
e-mail: m.zhelnovakova@gmail.com

Margarita F. Zhelnovakova,
Cand. Sci. (Historical Science),
Associate Professor of Advertising and Journalism
Department,
Institute of Economics, Management and Law,
Irkutsk National Research Technical University,
83 Lermontov Str., Irkutsk, 664074, Russian Federa-
tion,
e-mail: m.zhelnovakova@gmail.com