

Шерунтаева Ю.В.

*Научный руководитель: к.и.н., доцент каф. ПМК М.Е. Гусарова  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: sheruntaeva@rambler.ru*

### **Студенческие СМИ, как один из видов корпоративной прессы**

Корпоративная пресса - это периодическое печатное издание, радио-, теле-, видеопрограмма, периодического распространения информации среди сотрудников одной организации. Отличием корпоративного СМИ от обычного является то, что целевая аудитория это определенный круг лиц, для которых предназначена данная продукция. Студенческие СМИ являются одной из распространенных форм корпоративных изданий. Это журналы, газеты, телевидение в которых освещаются основные внутривузовские события. В таких средствах массовой информации также может появляться информация о мероприятиях, которые проходят вне стен вуза, где принимают участие студенты, педагоги и руководство учебного заведения. Студенческие СМИ способствуют развитию студенческого самоуправления, креатива и таланта студенческой молодежи. Они выступают не только способом распространения информации, но и «школой» обучения молодых журналистов, где они приобретают большой опыт, развивают креативность мышления и ставят «перо», чтобы быстро ориентироваться в тематике профессиональной деятельности и создавать качественный продукт.

Рассмотрим это на примере издания МИВлГУ журнала «СтудияЯ». Журнал «СтудияЯ» - это печатное и электронное издание, издаваемое исключительно студентами МИ ВлГУ (преимущественно теми, кто записан в кружок "МУЛЬТИКОР") и рассказывающее о яркой студенческой жизни. Журнал основан в 2009 году, изначально был всего лишь приложением к институтской газете «Университетские ведомости». Сейчас это отдельное издание. Важно, чтобы студенты чувствовали себя частью большой студенческой семьи - отсюда название (иными словами, студенты и я - я среди студентов и это «круто»). Журнал - победитель и призер многих конкурсов: на городском конкурсе в 2010-м году отмечен как «успешный студенческий проект», неоднократно становился финалистом Всероссийского конкурса студенческой прессы «Первая полоса» (имеются призы за лучший дизайн в 2012 и 2015 годах). В «СтудияЯ» есть традиционные рубрики: спорт-экспресс (про спортивные достижения студентов), наука и молодежь (про научные достижения), топ-10, это интересно (познавательные статьи), тет-а-тет (большое интервью у героев выпуска), за кадром (про начинающих фотографов в институте). Данное издание является разновидностью корпоративной прессы по форме «B2P» - то есть корпоративная пресса для своих сотрудников. Также этот журнал можно рассматривать в контексте рекламы, так как он еще и предназначен для абитуриентов ВУЗа, чтобы ясно и наглядно донести до аудитории информацию, показать активную жизнь нашего института и его ведущую роль среди образовательных учреждений региона. Интерес абитуриентов к журналу наглядно проявляется в ходе проведения Дня Открытых Дверей, когда они интересуются им больше, чем рекламными буклетами. Редакционный коллектив журнала широко и доступно освещает жизнь МИВлГУ. Авторами статей, репортажей являются талантливые, творческие, коммуникабельные студенты учебного заведения. С этого учебного года журнал выходит только в электронной форме на сайте вуза, но этот сайт по сути является главным средством распространения рекламы МИ ВлГУ (абитуриент перед поступлением в вуз в первую очередь заходит на его сайт). Об эффективности журнала судить трудно, поскольку никаких исследований не проводилось. По мнению членов редакционной коллегии, спрос на «СтудияЯ» сократился, что обусловлено отсутствием печатной версии. Выход видится в поиске дополнительных финансовых вложений (спонсоры, благотворительность, гранты) и создание единого пресс-центра вуза.