А. Н. Гуреева

МГУ имени М. В. Ломоносова

КОРПОРАТИВНЫЕ ИЗДАНИЯ РОССИЙСКИХ ВУЗОВ

В рамках проведенного исследования были изучены корпоративные периодические издания, информация о которых представлена на главной странице сайта университета. Определение списка вузов основано на отчете рейтингового агентства «Эксперт РА» – «Рейтинг вузов России 2014». Каждый из этих вузов имеет как минимум одно печатное периодическое издание: как правило, это газета объемом 4–8 полос, по цветности – от двух до полноцветного издания, тираж – от 999 экземпляров до 5 000. Удивило наличие у двух вузов такой довольно нераспространенной в современном медиапространстве формы периодического корпоративного издания, как бюллетень – это МИФИ и ВШЭ. Три вуза имеют онлайн-издания: это онлайн-газета МФТИ «Импульс», онлайн-издание МГТУ им. Н. Э. Баумана Baumanec online и онлайн-журнал Санкт-Петербургского Университета «Журнал Санкт-Петербургского Университета». По результатам проведенного исследования определились лидеры, ими стали два вуза: ВШЭ и МФТИ. ВШЭ имеет один бюллетень – «Окна академического роста», но при этом он выходит стабильно 2 раза в месяц и имеет 7 постоянных тематических приложений, которые охватывают все категории целевой аудитории. МФТИ издает онлайн-газету «Импульс», журнал «За науку» как на русском, так и на английском языках, газету «За науку».

Следует отметить острую необходимость включения в общую стратегию развития российских вузов формирование профессиональных редакций, способных обеспечить мультимедийные коммуникации с различными аудиториями. Об этом свидетельствуют и результаты опроса более 200 российских вузов за 2014 год, в котором одной из главных рекомендаций к Минобрнауки в сфере развития медиацентров российских вузов 80 % высших учебных заведений указали на необходимость реализации образовательных программ для сотрудников их корпоративных изданий.