

РАДИО КАК СРЕДСТВО РЕАЛИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНОГО СПРОСА СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Г.В. Хамер, канд. пед. наук, доцент

Калужский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации
(Россия, г. Калуга)

***Аннотация.** В данной статье описывается опыт работы студенческого радио в Калужском филиале Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ. Несмотря на активное использование молодежью современных средств коммуникации: Интернета, смартфона, создание и работа радиоцентра проводились силами самих студентов. Целью его работы стала реализация творческого потенциала студентов, удовлетворение насущных информационных запросов, приобщение к корпоративной культуре.*

***Ключевые слова:** студенческое радио, студенческая молодежь, информационно-коммуникативный спрос, средство коммуникации, корпоративная культура.*

Введение. Современная молодежь активно использует современные средства коммуникации: Интернет, смартфон [1-3]. Все меньше молодых людей слушает радио и даже смотрит телевизор, поэтому сначала удивление вызвала прокатившаяся волна интереса к созданию студенческого радио в нескольких вузах Калуги.

В Калужском филиале Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ целью работы студенческого радио стала реализация творческого потенциала студентов, удовлетворение насущных информационных запросов, приобщение к корпоративной культуре.

Студенческое радио проводило вещание на большой перемене. В содержание эфира включались новости академии, тематические рубрики.

Помимо запуска радиовещания была создана группа Вконтакте для изучения запросов студенческой аудитории. Организация коммуникации между студентами посредством Интернета позволила сделать радио интерактивным и быстро реагирующим на потребности аудитории. На их основе формировался список актуальных передач и музыкальных предпочтений студентов: о культуре (или избавляемся от жаргонизмов); советы преподавателей и

студентов для полноценной подготовки к сдаче сессии, организации дня, чтобы все успевать, ведению здорового образа жизни, как стать успешным; исторические обзоры знаменательных событий в истории мира, страны, региона, академии; музыкальные обзоры и предпочтения, многие другие.

Еще одним направлением работы радио стало оперативное информирование слушателей о событиях в академии (придерживались девиза: «Меньше слухов, больше активность студентов»).

Студенческое радио оказалось площадкой для взаимодействия студентов, преподавателей и администрации, а также позволило наладить коммуникацию с внешней по отношению к академии средой.

Советы и рекомендации. Тем, кто захочет создать в вузе свой радиоцентр, будут полезны следующие советы и практические рекомендации. Во-первых, конечно, как и при организации любого начинания необходима инициативная группа самих студентов, настроенная на длительный период работы в радиоцентре. Практика показывает, что привлекать лучше первокурсников, которые, пока работают на радио, готовят себе замену. Необходимо также учитывать следующие возможные риски и способы их снижения (табл 1.).

Таблица 1. Возможные риски при организации студенческого радио и способы их снижения

Риски	Пути минимизации
Отсутствие времени у студентов на создание очередной передачи	Закрепление каждой рубрики за 2 студентами Планирование времени
Отсутствие мотивации	Общение в группе Вконтакте с целью выявления предпочтений студентов

Результаты. Полагаем, что наличие в вузе студенческого радио поможет достичь результатов, которые можно разбить на 2 группы: «малые» и «значимые» (рис. 1.)

Значимые

- ❖ максимально вовлечь студентов в творческий процесс работы радио.
- ❖ организовать тесный контакт с аудиторией.
- ❖ содействовать социальному и профессиональному становлению студентов.
- ❖ способствовать нравственному, эстетическому и интеллектуальному развитию студенческой молодежи.
- ❖ формировать чувство социальной ответственности.

Малые

- ❖ привлечь студентов первого курса.
- ❖ оповещать аудиторию о ближайших мероприятиях.
- ❖ создать интересные студентов рубрики.
- ❖ создать комфортные условия для полезного отдыха на перемене.
- ❖ создать интересные студентов рубрики.
- ❖ развивать навыки работы с радио и дикторства.

Рисунок 1. Результаты работы студенческого радио

Заключение. Студенческое радиовещание - это один из способов привлечения студентов к активной деятельности в незабываемой студенческой жизни и не только [3, 4].

Выпускники академии, работавшие на радио, отмечали, что радио - средство для самореализации и работы над собой, к тому же позволяет дисциплинировать себя.

Библиографический список

1. Копытов А.А. Технологизация управления информационно-коммуникативным пространством российского вуза как фактор повышения уровня конкурентоспособности: Автореф. дис. канд. соц. наук. - Орел, 2015. - 22 с.
2. Коваленко Д.Г. Формирование информационно-коммуникативной культуры молодежи в системе высшего образования: Автореф. дис. канд. соц. наук. - Москва, 2012. - 18 с.
3. Хамер Г.В. Quest as an interactive tool of patriotic education of youth // Форум молодых ученых. — № 3(19). 2018. с. 3-6.
4. Хамер Г.В. Формирование, оценка и развитие компетенций будущих управленцев в процессе изучения цикла математических и естественнонаучных дисциплин / Хамер Г.В., Смирнов В.Ю., Корнеева Р.В. // В мире научных открытий. 2014. №5.1 (53). С. 462-474.

**RADIO AS A MEANS OF IMPLEMENTING INFORMATION
AND COMMUNICATION DEMAND OF THE STUDENT YOUTH**

G.V. Hamer, *candidate of pedagogical sciences, associate professor*

Kaluga branch of Russian Presidential academy of national economy and public administration

(Russia, Kaluga)

***Abstract.** This article describes the experience of student radio in Kaluga branch of the Russian Academy of national economy and public administration under the President of the Russian Federation. Despite the active use by young people of modern means of communication: the Internet, smartphone, the creation and operation of the radio center were carried out by the students themselves. The purpose of his work was the realization of creative potential of students, satisfaction of vital information requests, introduction to corporate culture.*

***Keywords:** student radio, student youth, information and communication demand, means of communication, corporate culture.*