

УДК 332.1:316.77

**СТУДЕНЧЕСКАЯ ВНЕУЧЕБНАЯ АКТИВНОСТЬ В ИНТЕРНЕТ-СМИ КАК РЕСУРС КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА****Ротарь Т.С.***магистрант,**Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова, г. Якутск, Россия*

**Аннотация.** В условиях глобальной конкуренции за человеческие ресурсы способность региона привлекать и удерживать молодёжь становится ключевым фактором экономического роста. Внеучебная деятельность студентов формирует социальный и человеческий капитал, однако её медийный образ остаётся малоизученным. На основе контент-анализа 80 публикаций четырёх интернет-СМИ (двух федеральных и двух региональных) за 2024–2026 гг. выявлено доминирование общественной активности (61,25% упоминаний), сбалансированное освещение научной и культурно-творческой сфер и недостаточное внимание к спорту (12,5%). Позитивная тональность (около 70%) коррелирует с приоритетами государственной молодёжной политики. Корреляционный анализ (коэффициент  $\phi$ ) показал слабую связь культуры и общества ( $\phi=0,27$ ) и независимость остальных категорий. Региональные СМИ (Якутия) чаще освещают спорт и используют прямые цитаты студентов, что усиливает территориальную идентичность. Обосновано, что целенаправленное формирование медийного образа внеучебной активности может служить ресурсом повышения конкурентоспособности региона через привлечение молодёжи, улучшение имиджа вузов и согласование информационной политики.

**Ключевые слова:** внеучебная деятельность студентов, интернет-СМИ, контент-анализ, человеческий капитал, конкурентоспособность региона, молодёжная политика, Республика Саха (Якутия).

***STUDENTS' EXTRACURRICULAR ACTIVITY IN ONLINE MEDIA AS  
A RESOURCE FOR REGIONAL COMPETITIVENESS***

***Rotar T.S.***

*Master's Student,*

*M.K. Ammosov North-Eastern Federal University,*

*Yakutsk, Russia*

**Abstract.** In the context of global competition for human resources, a region's ability to attract and retain young people becomes a key factor of economic growth. Students' extracurricular activities generate social and human capital, yet their media image remains understudied. Based on a content analysis of 80 publications from four online media outlets (two federal and two regional) for 2024–2026, the study reveals the dominance of social activity (61.25% of mentions), balanced coverage of research and cultural-creative spheres, and insufficient attention to sports (12.5%). Positive tone (about 70%) correlates with the priorities of state youth policy. Correlation analysis (phi coefficient) shows a weak relationship between culture and society ( $\phi=0.27$ ) and independence of other categories. Regional media of Yakutia cover sports more often and use direct student quotations, which strengthens territorial identity. It is substantiated that a purposefully shaped media image of extracurricular activity can serve as a resource for increasing regional competitiveness through attracting youth, improving the image of universities, and harmonising information policy.

**Keywords:** students' extracurricular activities, online media, content analysis, human capital, regional competitiveness, youth policy, Republic of Sakha (Yakutia).

Конкуренентоспособность региона в современной экономике всё больше определяется качеством человеческого капитала, особенно его молодой составляющей. Студенческая молодёжь – носитель не только будущих профессиональных компетенций, но и социального капитала, формируемого в Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

том числе через внеучебную деятельность (волонтерство, творчество, науку, спорт). Как отмечается в работах по региональной экономике [2], именно эти активности повышают привлекательность территории для жизни и работы, снижают отток молодёжи и стимулируют инновационное развитие.

Однако ключевую роль в создании привлекательного образа студенчества играют средства массовой информации, особенно интернет-СМИ. То, как представлена внеучебная деятельность, влияет на восприятие молодёжи обществом, выбор абитуриентов, инвестиционную привлекательность вузов и, в конечном счёте, на региональную конкурентоспособность. Проблема заключается в отсутствии системного анализа медийного образа этой активности на федеральном и региональном уровнях. Исследования [4] показывают, что практики вовлечения студентов часто остаются вне фокуса мониторинга.

Цель настоящей работы – провести контент-анализ публикаций интернет-СМИ о внеучебной деятельности студентов и оценить потенциал формируемого медийного образа как ресурса повышения конкурентоспособности региона (на примере Республики Саха (Якутия)).

Задачи:

- 1) отобрать четыре интернет-издания и сформировать выборку;
- 2) провести количественный анализ по тематике, тональности и частоте ключевых слов;
- 3) выполнить корреляционный анализ связей между направлениями активности;
- 4) сравнить федеральные и региональные СМИ;
- 5) сформулировать рекомендации для региональной информационной политики.

Объект – публикации интернет-СМИ о внеучебной деятельности студентов.

Предмет – тематическая направленность, тональность и частота упоминаний.

Методы: контент-анализ, количественный и качественный анализ текстов, корреляционный анализ (коэффициент  $\phi$ ).

Методика и характеристика выборки. Для анализа отобраны два федеральных интернет-СМИ и два региональных издания Республики Саха (Якутия). Выборка составила 80 статей (по 20 с каждого ресурса) за 2024–2026 гг. Распределение по годам: 2024 г. – 25 статей, 2025 г. – 41 статья, I квартал 2026 г. – 14 статей. Рост публикаций в 2025 г. объясняется активизацией государственной молодёжной политики (проект «Россия – страна возможностей», Год молодёжи [1]).

Тональность оценена экспертно: около 70% статей позитивные (достижения, награды), 25% – нейтральные (фактологические сообщения), критические практически отсутствуют. Такая структура отражает агитационно-пропагандистскую функцию СМИ, что согласуется с государственным заказом на формирование привлекательного образа молодёжи.

Таблица 1 – Топ-3 наиболее частотных слов в заголовках

СМИ	1-е место	2-е место	3-е место
Interfax	студенты (7)	молодёжь (4)	фестиваль (3)
RT	студенты (8)	Россия (5)	молодёжь (3)
YSIA	студенты (12)	Якутия (6)	участие (3)
Sakhapress	студенты (9)	Якутск (5)	СВФУ (4)
СМИ	1-е место	2-е место	3-е место

Частотный анализ заголовков (табл. 1) подтверждает региональную специфику: федеральные издания оперируют обобщёнными понятиями («молодёжь», «Россия»), региональные – конкретными («Якутия», «СВФУ», «Якутск»).

Все публикации закодированы по четырём категориям (одна статья могла относиться к нескольким): культурно-творческая, общественная, научная, спортивная. Результаты представлены в табл. 2.

Таблица 2 – Сводная кодировочная матрица (количество упоминаний)

СМИ	Культурно-творческая	Общественная	Научная	Спортивная
Interfax	5	10	8	2
RT	8	14	5	1
YSIA	6	11	7	4
Sakhapress	5	14	5	3
Всего	24	49	25	10

Общественная деятельность (волонтерство, патриотические акции, экологические проекты) доминирует – 61,25% упоминаний. Научная и культурно-творческая сферы представлены сбалансированно (31,25% и 30% соответственно), тогда как спорт оказывается на периферии – лишь 12,5%. Это создаёт дисбаланс, требующий управленческой коррекции.

Отметим, что 42,5% статей относятся к двум и более категориям, что подтверждает комплексный характер внеучебных мероприятий. Для оценки тесноты связи между категориями рассчитан коэффициент  $\phi$  (табл. 3).

Таблица 3 – Коэффициенты  $\phi$  между категориями внеучебной деятельности

Пара категорий	$\phi$ -коэффициент	Сила связи (шкала Чеддока)
Культура – Общество	0,27	слабая
Культура – Наука	0,06	очень слабая
Культура – Спорт	0,09	очень слабая
Общество – Наука	0,12	слабая
Общество – Спорт	0,07	очень слабая
Наука – Спорт	-0,03	отсутствует

Полученные значения  $\phi < 0,3$  свидетельствуют об отсутствии статистически значимых корреляций между большинством категорий. Исключение – слабая положительная связь культуры и общества ( $\phi=0,27$ ), закономерная для интегрированных форматов (патриотические фестивали,

праздники). Категории «наука» и «спорт» практически изолированы, что, вероятно, отражает их «элитарное» позиционирование в медиа.

Сравнение федеральных и региональных СМИ (табл. 4) показывает, что и те, и другие преимущественно освещают общественную деятельность (около 60%). Однако региональные СМИ заметно чаще пишут о спорте (17,5% против 7,5% у федеральных), что связано с развитием студенческого спорта в Якутии. Также в региональной прессе выше доля материалов с прямым участием студентов (цитирование), что усиливает территориальную идентичность и доверие аудитории.

Таблица 4 – Сравнительная характеристика (% от упоминаний по группе)

Направление	Федеральные СМИ	Региональные СМИ
Культурно-творческая	32,5	27,5
Общественная	60,0	62,5
Научная	32,5	30,0
Спортивная	7,5	17,5
Доля позитивных статей, %	70	68

Полученные результаты, как представляется, позволяют сделать несколько выводов, важных именно с позиций региональной экономики.

Медийный образ внеучебной студенческой активности в российских интернет-СМИ, судя по нашим данным, ориентирован прежде всего на общественную деятельность. Это в целом созвучно приоритетам государственной молодёжной политики [1; 7]. Однако обращает на себя внимание явный дисбаланс: спорт и наука остаются на периферии. А ведь именно эти сферы могли бы стать дополнительным ресурсом привлечения молодёжи, которая ориентирована на инновации или здоровый образ жизни. Для региона, который ставит задачу повышения собственной конкурентоспособности, наращивание позитивных публикаций о студенческой науке и спорте представляется не просто желательным, а необходимым шагом.

Практически полное отсутствие критических материалов — мы зафиксировали около 70% публикаций с позитивной тональностью — свидетельствует о том, что СМИ в данном случае выполняют скорее агитационную функцию. Следствием становится снижение аналитической ценности медиатекстов: по ним трудно диагностировать реальные проблемы в организации внеучебной деятельности. Региональным органам управления, на наш взгляд, имеет смысл инициировать независимые мониторинги удовлетворённости студентов [4], не полагаясь исключительно на медийную картину.

Корреляционный анализ показал, что связь между большинством категорий слабая или отсутствует (исключение — пара «культура — общество», где  $\phi=0,27$ ). Это означает, что освещение разных направлений идёт автономно. С практической точки зрения такой результат даёт вузам и молодёжным организациям определённую свободу: они могут выбирать приоритеты медийного продвижения без опасений, что усиление одного формата автоматически вытеснит другие.

Что касается региональных СМИ Якутии, то они, по нашим наблюдениям, заметно чаще, чем федеральные, пишут о спорте и активно цитируют самих студентов. Благодаря этим особенностям местные издания вносят вклад в укрепление территориальной идентичности [3], а это, в свою очередь, выступает фактором роста конкурентоспособности региона [2]. Думается, подобный опыт вполне может быть тиражирован и в других субъектах Российской Федерации.

Из проведённого исследования следуют следующие рекомендации:

1. целесообразно увеличить объём публикаций, посвящённых студенческой науке и спорту, причём позиционировать их не как второстепенные, а как драйверы инновационной динамики и здорового образа жизни;

2. стоит регулярно привлекать самих студентов к медийной коммуникации — не как пассивных героев заметок, а как спикеров и экспертных источников;

3. выявленные информационные лакуны (например, экологическая тематика, клубная работа) можно использовать для создания более дифференцированного образа вузов.

Проведённое исследование позволяет утверждать: медийный образ внеучебной деятельности студентов в интернет-СМИ сегодня характеризуется доминированием общественной активности, преобладанием позитивной тональности и слабой сопряжённостью тематических категорий. Региональные СМИ Якутии выделяются на этом фоне более частым освещением спорта и прямым цитированием студентов, что усиливает территориальную идентичность. Формируемый образ может стать реальным ресурсом повышения конкурентоспособности региона — но при условии целенаправленной корректировки информационной политики (усиление научной и спортивной тематики, вовлечение студентов в медийные процессы).

### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК**

1. Федеральный закон от 30.12.2020 № 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации»

2. Human Capital and Regional Competitiveness: A Review / Ed. by R. Florida. – New York, 2017. – 256 p.

3. Борисова У.С., Саввинова М.В. Молодые матери-якутянки в социальной сети Instagram // Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова. Серия «Экономика. Социология. Культурология». – 2019. – № 3 (15). – С. 36-45.

4. Идентичность, язык и культура молодежи коренных народов Севера: итоги исследования в Якутии : монография / под рук. В.Б. Игнатъевой. – Новосибирск, 2023. – 232 с.

5. Кудрина У.В. Ценностные ориентации студентов из Арктического улуса (Среднеколымск) // Аргуновские чтения - 2018 : материалы международной научно-практической конференции. – Якутск : ИЦ АГИКИ, 2018. – С. 329-335.