

Артем Алексеевич Шмаков

*Алтайский филиал Российской академии народного хозяйства  
и государственной службы при Президенте РФ*  
656008, Россия, Алтайский край, г. Барнаул, ул. Партизанская, 187  
✉ art.schmakow@gmail.com

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-14-20

## **ПРОГРАММА «МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ПРОДВИЖЕНИЕ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ»: ЦЕЛИ И КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ**

Современный динамично развивающийся мир посылает новые вызовы, на которые система образования страны должна отвечать своевременно, если государство желает обеспечить себя кадрами, которые будут способны решать актуальные задачи для его будущего устойчивого развития. Так, например, в настоящее время в Российской Федерации функционирует проект «Кадры для цифровой экономики», в рамках которого «200 тыс. россиян получают возможность освоить цифровые компетенции по специальным программам дополнительного образования» [Кадры ...].

Происходят трансформации и в системе высшего образования, обусловленные развитием той или иной сферы жизни общества: обновляются стандарты подготовки по имеющимся направлениям и создаются новые. Ярким примером тому является утверждение в 2015 году ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации» [Утвержден ФГОС ВО..., 2015], в результате которого в веду-

---

© А. А. Шмаков, 2022

щих вузах страны последовало открытие данного направления, однако на 01.09.2022 в России менее 15-ти вузов, где можно получить диплом бакалавра по данному направлению. В рамках данной статьи мы рассмотрим цели и концептуальные основы программы бакалавриата «Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде» (направление подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»), набор на которую был объявлен в 2022 году в Алтайском филиале РАНХиГС (г. Барнаул).

Открытию данной образовательной программы способствовало несколько факторов, в числе которых кризис журналистского образования в Алтайском крае, вызванный продолжающейся оптимизацией образовательных структур классических вузов, в частности, Алтайского государственного университета, что привело к созданию 29 декабря 2020 года Института гуманитарных наук АлтГУ [Институт гуманитарных наук...]. Укрупненные управленческие структуры, на взгляд автора статьи, не позволяют небольшим структурным подразделениям полноценно реализовывать свои образовательные программы, в результате чего бывшие факультеты становятся кафедрами, что ведет к оттоку как преподавателей, так и снижению набора студентов.

Вместе с тем в Алтайском крае на основании личных бесед автора статьи с руководителями крупнейших медиахолдингов, таких, как «Алтапресс», наблюдается острый дефицит молодых кадров в отрасли журналистики, PR и связей с общественностью. Причем запросы посылают не только медиакомпании, но также и государственные и бизнес-структуры.

Помимо всего прочего, необходимость ответа на внешние вызовы среды, которые выражаются в росте технического и цифрового компонентов, стала еще одним фактором, который определил выбор именно «Медиакоммуникаций», а не более классических «Журналистики» или «Рекламы и связей с общественностью».

В рамках нашего подхода к пониманию предметной области медиакоммуникации представляют собой новое научное направление, которое изучает филологические, творческие, управленческие и тех-

нические навыки, позволяющие специалисту создавать современные медиаресурсы, доносить через них определенную позицию и формировать общественное мнение.

На основании такого понимания ключевого термина «медиакommunikации» учебный план программы «Медиакommunikации и продвижение в цифровой среде» был разработан таким образом, чтобы в нем были совмещены в равных пропорциях творческое, технологическое и проектное направления, а к обучению планируется привлекать специалистов-теоретиков и практиков из различных сфер медиа: от классической филологии и журналистики до блогеров и специалистов из event-индустрии.

Рассмотрим блоки дисциплин учебного плана бакалавриата более детально.

1. Филологокоммуникативный блок. Сюда входят такие дисциплины, как «Современный русский литературный язык», «Стилистика и литературное редактирование», «Русский язык и культура речи», «История и теория литературы в контексте массовой коммуникации», «Общая и цифровая риторика», «Практикум по современному русскому литературному языку», «Деловые коммуникации», «Профессиональная коммуникация в глобализованном обществе».

Освоение данного комплекса дисциплин поможет выпускнику программы стать грамотно пишущим и говорящим специалистом, способным создавать тексты различных жанров устной, письменной и электронной фактур. Кроме этого, выпускник программы «Медиакommunikации и продвижение в цифровой среде» будет способен эффективно выстраивать собственные коммуникации как на межличностном уровне, так и на уровне малых и больших групп, а также понимать и анализировать процессы массовых коммуникаций.

Это представляется нам важным, поскольку человек, профессионально работающий со словом, будь то журналист, копирайтер, «креативщик» и т. д., должен быть абсолютно грамотным человеком и владеть русским языком на элитарном уровне.

2. Блок медиадисциплин отвечает за освоение предметной области, которая, если вдуматься, чрезвычайно обширна, и включает в себя все «медиа», то есть средства и способы передачи информации, которыми когда-либо пользовалось человечество и пользуется до настоящего времени.

Так, студенты начинают изучать курс «История медиа» сразу же после поступления в вуз и делают это на протяжении двух семестров, чтобы они смогли понять и осознать преемственность и историческую детерминированность процесса развития медиа. На втором курсе эту дисциплину будет продолжать «Теория медиакоммуникаций», в рамках которой обучающиеся познакомятся с закономерностями коммуникативного процесса и феноменами, которые возникают в парадигме «государство — медиа — общество».

На втором курсе учебный план предусматривает изучение двух важных аспекта медиа — правового и этического, отсюда и названия дисциплин: «Правовое регулирование медиа» и «Этическое регулирование медиа».

Затем студенты перейдут к рассмотрению прикладных аспектов медиасферы: «Медиаэкономики» и «Медиабрендинга», которые стоят в учебном плане на 3 курсе и позволяют студентам узнать об экономических механизмах и экономической специфике медиапроцессов. В первом семестре 3 курса студентам будут предложены к изучению дисциплины «Психология медиа» и «Социология медиа», которые будут читаться совместно с преподавателями кафедры психологии и социологии управления Алтайского филиала РАНХиГС и позволят более детально изучить социально-психологические феномены, возникающие в сфере медиа.

Наконец, на 4 курсе запланировано изучение дисциплины под названием «Медиаменеджмент», т. е. управление медиа, и эта дисциплина будет давать будущим выпускникам представления о техниках и приемах управления медиакомпаниями. «Управление медиапроектами» вынесено в отдельную дисциплину, которая также изучается

на 4 курсе, хотя дисциплина «Основы проектной деятельности» изучается еще в 1 семестре 1 курса.

3. Блок дисциплин, связанных с психологией. Сфера медиа — это область творческой деятельности, а, как известно, творческие люди подвержены сильному профессиональному выгоранию, творческим кризисам и всевозможным стрессам, поэтому мы решили включить в наш учебный план ряд дисциплин психологической направленности, изучение которых позволит нашим выпускникам лучше понимать себя и окружающих, быстрее справляться со стрессами и с конфликтными ситуациями, работать со своим мышлением и предлагать свежие идеи.

На 1 курсе учебный план программы включает в себя такие дисциплины, как «Тренинг развития креативного мышления» в 1 семестре, «Психология лидерства и командообразование» и «Тренинг личностного и профессионального роста» во 2 семестре. На 2 курсе в 3 семестре студенты смогут продолжить развитие творческих навыков и умений в рамках дисциплины «Психология творчества». На 3 их ожидает дисциплина «Психология медиа», которая подводит итог психологического блока и усиливает теоретические знания, а также практические навыки и умения медийщиков, которые будут полезны им в ходе профессиональной деятельности.

4. Блок технических дисциплин, которые связаны с освоением навыков работы с фото-, видео- и звукоаппаратурой, а также компьютерными технологиями обработки и монтажа контента. Сюда входят такие дисциплины, как «Фотодело», «Профессиональная обработка фотоизображений», «Видеосъемка и монтаж», «Видеоблогинг», «Запись и монтаж аудио». Освоение данных предметов прикладного характера дает конкурентное преимущество на рынке труда, поскольку делает их универсальными специалистами в сфере медиа.

5. Блок общеобразовательных дисциплин включает в себя «Историю России» и «Всеобщую историю», «Безопасность жизнедеятельности», «Иностранный язык», «Физическую культуру» и т. д. Дисциплины данного блока находятся в базовой части учебного плана, согласно требованиям ФГОС ВО.

Таким образом, предлагаемый учебный план программы бакалавриата «Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде» предполагает многоаспектное изучение такого сложного феномена, как медиа. Именно такой подход позволит нашим выпускникам лучше ориентироваться во всем разнообразии средств и способов коммуникации, чтобы быть востребованными специалистами в своей профессиональной сфере.

Рассмотрим планируемые места работы выпускников программы бакалавриата:

1. СМИ и пресс-службы (редакции газет, информационных агентств, радиостанций и телекомпаний, интернет-СМИ, медиахолдинги, пресс-службы госсектора, пресс-службы крупных бизнес-компаний; специалисты PR-служб среднего и малого бизнеса).

2. Мультимедиакомпании (компании, создающие аудиовизуальный контент; интернет-порталы и интернет-компании; электронные издательские системы; event-индустрия).

3. Информационно-консалтинговые компании (рекламные агентства; PR-агентства; агентства SMM-маркетинга; агентства поддержки стартапов).

4. Развитие собственных медиапроектов (блоггерство на различных платформах).

В результате освоения образовательной программы бакалавриата «Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде» обучающийся сможет:

– создавать качественный текстовый и мультимедиа контент различных форматов;

– определять новостные приоритеты дня, предлагать темы материалов и решать, в каком виде тот или иной материал может быть подан потребителю;

– ориентироваться в потоке информации, взаимодействовать с источниками информации для создания медийных продуктов и проектов;

Преподавание социогуманитарных дисциплин в высшей школе

- владеть креативными техниками создания контента в цифровой среде;
- разрабатывать и проводить публичные презентации медиапроектов;
- владеть словом, организовывать и проводить мероприятия;
- владеть фото- и видеотехникой, современными компьютерными технологиями.

Для продолжения обучения по профессиональной образовательной траектории нами была разработана магистерская программа «Медиаменеджмент и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах», которая нацелена на подготовку управленцев и аналитиков в сфере медиакоммуникаций.

Таким образом, программа бакалавриата «Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде», реализуемая с 2022 года в Алтайском филиале РАНХиГС, является актуальным образовательным продуктом, который позволяет обучающимся получить образование в востребованной сфере деятельности, а также выбрать трек профессионального развития от простого пресс-секретаря до специалиста по продвижению и журналиста нового формата, который способен не только написать текст, но и подготовить медиаконтент, что напрямую отвечает запросам работодателей.

### **Литература**

*Институт гуманитарных наук.* URL: <https://www.asu.ru/structure/faculties/ign/> (дата обращения 20.09.2022).

*Кадры для цифровой экономики.* URL: <https://xn--80aарамремсчfmo7a3с9ehj.xn--p1ai/projects/tsifrovaya-ekonomika/p-kadry-dlya-tsifrovoy-ekonomiki-p> (дата обращения 20.09.2022).

*Утвержден ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации.* URL: <https://fgosvo.ru/news/view/1133> (дата обращения 20.09.2022).