

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«АКАДЕМИЯ МЕДИАИНДУСТРИИ»

СТРАТЕГИЯ
развития ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»
в условиях цифровой экономики России
на 2018–2028 годы

Москва 2018

Утверждена на заседании Ученого совета
ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»

4 апреля 2018 года

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«АКАДЕМИЯ МЕДИАИНДУСТРИИ»

СТРАТЕГИЯ
развития ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии»
(Институт повышения квалификации работников
телевидения и радиовещания)
в условиях цифровой экономики России
на 2018–2028 годы

Москва 2018

Ав т о р с к и й к о л л е к т и в :

Руководитель ***Е. Я. Дугин*** — профессор, доктор социологических наук;

С. Д. Мизеров — доцент, кандидат философских наук;

Л. А. Речицкий — доцент, кандидат исторических наук;

С. Л. Уразова — профессор, доктор филологических наук;

А. В. Черняк — профессор, доктор исторических наук.

Авторы выражают благодарность за ценные замечания и конструктивные советы:

Лысенко А. Г. — председателю попечительского совета Академии медиаиндустрии, генеральному директору Общественного телевидения России;

Сагалаеву Э. М. — председателю Общественного совета Роспечати, президенту Национальной Ассоциации телерадиовещателей.

© коллектив авторов

ПРЕАМБУЛА

В информационном обществе, синонимом которому является понятие «Общество знаний», динамика цивилизационного развития определяется ростом информационных потоков и интенсивностью межличностных и массовых коммуникаций, применением обновленных теоретических и практических знаний, обеспечивающих становление цифровой экономики с ее наукоемкими и энергоэффективными технологиями, внедряемыми в производство.

В цифровой экономике промышленный и потребительский спрос ориентирован на создание инновационного продукта, оригинального по форме и ценностного по содержанию, а алгоритмом подхода к производству в отраслях народного хозяйства, в том числе в медиаиндустрии, признан *метод проектирования*, ведущий к выпуску высококачественной и аутентичной национальной продукции. При этом ускорение и бурное развитие процессов трансформаций неизбежно мотивируют субъектов рынка к интегрированному сетевому взаимодействию в условиях национальной и глобальной конкуренции. Данный фактор выводит на первый план совершенствование профессионального образования, в первую очередь, в *системе повышения квалификации и профессиональной переподготовки кадров*, так как в условиях цифровизации уровень знаний, компетенций и навыков отраслевых работников различается, а спрос на интеллектуальный труд и креативные решения возрастает, и данная форма обучения придает производствам позитивную динамику и ускорение.

В этой связи на фоне реформирования системы национального образования и внедрения различных методик массового обучения целесообразно пересмотреть и *концепции дополнительного профессионального образования, включая принципы подхода к повышению квалификации работников отраслей*. Рассмотрение этих вопросов необходимо вести в

контексте получения *медиаобразования и медиаграмотности*, так как потребность и требования к этой сфере деятельности существенно возрастают.

В цифровом мире *медиаобразование* (от профессионального до массового) предстает как неотъемлемая компонента единого процесса профессиональной переподготовки и повышения квалификации кадров, включая и формирование кадров новой формации. Это объясняется тем, что цифровая экосистема с ее проекцией *на сетевое взаимодействие* субъектов рынка неизбежно связана с национальной медиаиндустрией, которая при погружении в цифровую среду предлагает новые алгоритмы коммуникации и репрезентации современной продукции и услуг, что, в свою очередь, продуцирует введение в обучение принципиально новых образовательных моделей, обеспечивающих интенсификацию получения теоретико-практических знаний, компетенций и навыков. В условиях развития цифровой экономики становится основополагающим спрос на работников, обладающих междисциплинарными знаниями, способных практически применять новые формы научного знания, умения и компетенции.

В Послании Президента России Федеральному Собранию 2018 года четко сформулирована политика государства по подготовке кадров для экономики страны, поставлены конкретные задачи в сфере дополнительного образования на ближайшую перспективу: «Опираясь на лучшие практики и опыт, нам нужно в короткие сроки провести модернизацию системы профессионального образования, <...> а также организовать центры опережающей профессиональной переподготовки и повышения квалификации для уже работающих граждан»¹.

На обеспечение условий для формирования в Российской Федерации *общества знаний* направлена и «Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы», где сформулированы основные положения по созданию «пространства знаний и предоставления доступа к нему, совершенствования распространения знаний, их

¹ URL.: <http://kremlin.ru/events/president/news/56857>. Дата обращения 05.03.2018.

применения на практике в интересах личности, общества и государства»². В утвержденной Указом Президента Российской Федерации Стратегии особая роль отводится развитию информационной и коммуникационной инфраструктуры, совершенствованию механизмов обмена знаниями и партнерскому взаимодействию, включая поддержку традиционных средств информации (радио-, телевидение, печатная пресса, библиотеки). Приоритетное значение придается научно-исследовательским проектам, в том числе в области образования, которые обеспечивают внедрение прикладных решений на базе научных исследований.

Новаторские модели апробируются и в сфере *дополнительного профессионального образования*. К такой модели следует отнести ***кластерную систему взаимодействия производственных структур и образовательных организаций***, способную в краткие сроки реализовать прирост знаний, компетенций и навыков, адекватных изменяющейся информационно-коммуникационной среде (ИКС). Использование в российской медиаотрасли *кластерной системы взаимодействия субъектов медиарынка и образовательно-научного учреждения* представляется наиболее прогрессивным методом, который консолидирует участников медиаиндустрии, обеспечивает корреляцию основных векторов развития, позволяет федеральным и региональным агломерациям проектировать и презентовать оптимальную семантику информационных потоков.

² URL.: <http://kremlin.ru/acts/bank/41919>. Дата обращения 05.03.2018.

**ОТРАСЛЕВОЙ ИННОВАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ
КЛАСТЕР НА БАЗЕ
ФГБОУ ДПО «АКАДЕМИЯ МЕДИАИНДУСТРИИ»**

Функциональность кластерной системы. В условиях развития цифровой экономики, ориентированной на сетевое взаимодействие субъектов рынка, значимость приобретает *кластерный принцип* взаимодействия как государственных структур и действующих предприятий, организаций, так и *научно-исследовательских и образовательных центров (НИОЦ)*, которые являются базисом сопряжения этого взаимодействия и введения новаторских концепций и в плане обучения, и в практике производственной реализации. Исследовательский и практический потенциал таких центров *опережающей профессиональной переподготовки и повышения квалификации* велик, а их функциональность проявляется в следующих аспектах:

- консолидация субъектов отраслевого рынка в соответствии с единым целеполагающим вектором развития;
- изучение процессов развития отрасли с целью выявления лакун и поиска наиболее перспективных направлений;
- мотивация субъектов рынка к внедрению наиболее эффективных и перспективных новаторских решений;
- применение оригинальных бизнес-моделей для субъектов рынка с учетом уровня их развития и особенностей социально-экономического и географического местоположения;
- моделирование креативно-интерактивной среды для практического освоения проектных решений через форму обучения/подготовки профессиональных кадров нового поколения с целью внедрения производственных проектов инновационного характера.

Создание в медиаотрасли кластерной системы и сетевого взаимодействия субъектов медиарынка ориентировано на решение именно таких

проблем и строится на тех же принципах. В условиях цифровых трансформаций целесообразно применение **инновационно-образовательного кластера (ИОК)**, поскольку в его основу заложен принцип формирования интегративной среды, где базисом выступает **научно-исследовательский центр с правом ведения научно-исследовательской деятельности и внедрения образовательных услуг в отраслевую (медийную) среду, который выполняет ряд важных функций:**

а) обеспечивает системный подход к формированию кластерной сети с учетом анализа протекающих в медиаотрасли трансформаций;

б) взаимодействует в качестве партнера с федеральными и региональными вузами в плане повышения квалификации научно-педагогических кадров;

в) выступает в роли мотиватора и ведущего партнера регионального медиабизнеса по внедрению образовательных услуг, новаторских исследований, разработок новых концепций, форм и методик как на этапе образовательного процесса, так и во время последующих коммуникаций.



Рис.1. Модель инновационно-образовательного кластера. Направления деятельности, основанные на принципе сетевого взаимодействия.

Преимущество *инновационно-образовательного кластера* заключается в сетевом отраслевом партнерстве и взаимодействии организаций-участников, базируется на договорных отношениях о предоставлении услуг, при этом субъекты кластерной системы остаются независимыми и самостоятельными. Такое партнерское взаимодействие приносит в производственную деятельность консолидированный опыт, новые компетенции и знания, что позволяет оперативно решать проблемы реформирования медиакомпаний в соответствии с требованиями цифрового времени.

Среди приоритетов использования кластеров, особенно в гуманитарной сфере, стоит выделить следующее: национальная медиаотрасль является институциональной системой, обладающей возможностью продвижения семантической модели при информировании населения; ее деятельность ведется на современной технико-технологической платформе, что имеет значение для социально-экономического развития страны. Медиаотрасль в целом и медийные структуры в частности ориентированы на оперативное информирование населения относительно внедрения инновационных решений и активного использования цифровых технологий в национальном информационном пространстве. Кроме того, медиаотрасль — это сконцентрированный конгломерат разных видов СМИ и средств массовых коммуникаций, где функционирует множество медийных компаний федерального и регионального уровня, не в меньшей степени заинтересованных в оперативной адаптации новаторских решений в своей профессиональной деятельности.

Особо следует отметить: динамика развития медиаотрасли на современном этапе чрезвычайно высока, тогда как идущие в информационно-коммуникационной среде трансформационные процессы, направленные на введение качественных изменений в профессиональную и производственную деятельность средств массовой информации (печать, телевидение, радио), не всегда позволяют оперативно реализовать нововведения. В этой связи в целях усовершенствования взаимодействия отраслевых медиап-

предприятий на новом витке социально-экономического развития и реформирования их деятельности обращение к кластерному принципу позволяет ускорить процессы адаптации медиабизнеса в цифровой среде. Этому также способствует введение новых образовательных моделей.

Типы кластеров. Интегрированное взаимодействие в сфере экономики, как отмечают исследователи, связано с совершенствованием механизмов управления производством, что позволяет качественно улучшить сами факторы производства и процесс их использования³. Необходимо не просто повышать темпы экономики, а обеспечивать новое качество роста и новое содержание каждого процента увеличения национального дохода, необходим переход на интенсивный путь развития (А.Г. Аганбегян)⁴. Назначение кластерных объединений (различаются *инновационные, промышленные, региональные* и другие) *определяется поставленной целью*. В качестве главной характеристики кластерной системы одни исследователи выделяют географическую концентрацию, другие — отраслевую принадлежность, третьи — инновационную ориентированность. Тем не менее, можно моделировать и синергию признаков при построении кластера.

Создаваемые в настоящее время в России и за рубежом кластерные системы характеризуются как *инновационные кластеры* разных видов и типов, которые заинтересованы в создании особой инновационно-предпринимательской среды, способствующей интеграции взаимодействия отдельных предприятий с учетом роста их конкурентоспособности во имя развития и достижений национальной экономики. Таким образом, «основным критерием оценки инновационной деятельности является кластер, состоящий из взаимосвязанных фирм (предприятий), <...> работающих в од-

³ Фияскель Э. А., Назаров Н. Г. Роль инновационного кластера в формировании РИС (региональной инновационной системы). // Инновации № 6 (128), 2009. С. 86–88. // URL.: <http://www.hse.ru/data/877/685/1228/текст.pdf>

⁴ Там же.

ной отрасли, находящихся в одной производственной цепи и объединяющих свои трудовые ресурсы и коммуникационные потоки»⁵.

В научной литературе идентифицируются *три подгруппы* кластерных образований, имеющих общие черты. *Tun A — Связанные кластеры. Tun B — Новые промышленные зоны. Tun C — Инновационная среда*⁶.

Определение инновационного кластера

Кластер представляет собой группу географически локализованных взаимосвязанных компаний, специализированных услуг, инфраструктуры научно-исследовательских институтов, высших учебных заведений и других организаций, взаимодополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом⁷. Принцип взаимодополнения консолидированного опыта и новых знаний является главенствующим при создании *Образовательного кластера в медиаотрасли*.

Образовательный кластер в медиаотрасли. Метод использования кластерного принципа в медиаотрасли, которая функционирует в «подвижной» информационно-коммуникационной среде с учетом воздействия высоких технологий (телекоммуникационные, компьютерные, вещательные), является наиболее продуктивным при структурировании отраслевых процессов, оперативном усвоении теоретико-практических знаний.

Для российской медиаотрасли применение кластерной системы в обучении не является новацией. В 1970 году, в связи с расширением системы телерадиовещания в стране и введения в действие ТТЦ «Останкино», возникла необходимость в подготовке и переподготовке профессиональ-

⁵ Институт региональных инновационных систем. Инновационные кластеры: основные идеи. // URL.: <http://www.innosys.spb.ru/?id=887>

⁶ Там же.

⁷ Шорникова Н. К вопросу о кластерной системе непрерывного повышения квалификации / Человек и труд // URL.: http://chelt.ru/2010/8-10/6ornikova_8-10.html

ных кадров. Эта задача была успешно реализована на базе созданного в системе Гостелерадио СССР *Всесоюзного института повышения квалификации работников телевидения и радиовещания* (ныне — Академия медиаиндустрии). Деятельность института обеспечила оперативную подготовку и обучение творческих и технических специалистов для электронных СМИ. Его задачей стала подготовка профессиональных кадров (федеральных, региональных) к новому витку развития отечественных СМИ, а также изучение и обоснование процессов преобразований в медиаиндустрии того времени. В итоге институт явился объединяющим Центром в инфраструктуре медиаотрасли, взяв на себя задачу реализации *дополнительного профессионального образования, повышения квалификации* практикующих журналистов. Был создан прецедент для консолидации работников отрасли, подтверждена эффективность интеграции профессиональных и отраслевых связей, целесообразность приобретения в этой области новых знаний, компетенций и навыков, где центром объединения выступает научно-исследовательское образовательное учреждение. Это был прообраз кластера, нацеленного на динамику развития отрасли, который на нынешнем этапе реформирования мировой экономики начинает активно использоваться за рубежом.

Цифровая среда и принципы функционирования кластера. Современные требования к социально-экономическому развитию страны формируют новые подходы к функционированию кластерной системы в медиаотрасли. Научно-исследовательская и образовательная инфраструктура, коей является ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», работающая под началом государственных структур (Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям), ориентируется в своей деятельности на освоение мультимедийного и многоплатформенного медиaprостранства, консолидацию профессионального сообщества. Эти задачи призван решать инновационно-образовательный кластер.

Задачами ИОК также являются:

— проведение структурно-организационных мероприятий и формирование тесных связей с целью **образования инновационно-образовательного кластера в медиаотрасли**, в который войдут региональные вузы, имеющие отделения (факультеты) журналистики (услуги по *повышению квалификации научно-педагогических работников*), и региональные медиакомпании, нуждающиеся в обучении специалистов (услуги по *дополнительному профессиональному образованию*) и внедрении новаторских производственных решений (*совместная разработка проектов, консультации, кураторство*);

— изучение в рамках научно-исследовательской деятельности проблематики региональных медиакомпаний и разработка инновационных решений в соответствии с первоочередными задачами медиаотрасли;

— интеграция образовательных процессов в рамках послевузовского образования с целью подготовки творческих и технических специалистов нового поколения; совершенствование научных и практических знаний работников медийных структур общефедерального и регионального уровня (аспирантура, соискательство);

— адаптация *Академии медиаиндустрии* на первых этапах функционирования инновационно-образовательного кластера к роли бизнес-инкубатора, обеспечивающего обучение и ознакомление молодых профессионалов с процессами современного производства медийного бизнеса (электронные СМИ, интернет, периодические издания), выступая в качестве инфраструктуры, поддерживающей медийные проекты (консультативная помощь);

— аккомодация в качестве информационной структуры с целью создания условий для эффективного обмена информацией, знаниями и опытом по реализации медийных проектов (*сотрудничество в разработке проектов, консультации, кураторство*).



Рис. 2. Инновационно-образовательный кластер: формирование связей с субъектами медиарынка и принципов деятельности.

Формирование и применение *отраслевого инновационно-образовательного кластера* представляет собой наиболее эффективный инструмент для продвижения инновационных процессов в динамично модернизирующейся медиаотрасли.

Стратегия *Академии медиаиндустрии* в качестве *отраслевого кластера* направлена на реализацию услуг научно-педагогическим работникам региональных вузов (повышение квалификации) и сотрудникам медиакомпаний (теле и радиокомпаний, информационных агентств, редакций газет и журналов, издательств) (дополнительное профессиональное образование). Это взаимодействие предполагает активизацию информационно-производственных связей с государственными, муниципальными и коммерческими медиаструктурами, ведет к созданию региональных инновационных экосистем в российской медиаиндустрии. Эффективность развития отраслевых коммуникаций возрастает при активном содействии госучреждений и ведомств, курирующих процессы модернизации медиаотрасли на федеральном и региональном уровне, определяется тесным взаимодей-

ствием с субъектами медиарынка, которые заинтересованы в развитии медиабизнеса в условиях цифровой экономики, социально-экономического развития страны.

Кластерная система объединения отраслевых субъектов медиарынка, образовательных и коммерческих структур, основана на договорных началах, однако приоритет динамичного развития отрасли ставится во главу угла. В этой связи формирование и применение отраслевого *инновационно-образовательного кластера* представляет собой наиболее эффективный инструмент для продвижения инновационных процессов в динамично модернизирующейся медиаотрасли. Выбор в пользу отраслевого кластера позволит консолидировать медийное профессиональное сообщество, перед которым в условиях становления цифровой экономики стоят сложнейшие задачи по реформированию национальной медиаиндустрии, но главное, выступит для субъектов медиарынка в роли мотиватора получения новых научных и практических знаний, предоставляемых Академией медиаиндустрии, как научно-исследовательского и инновационного центра отрасли.

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ПО РАЗВИТИЮ КЛАСТЕРНОЙ СИСТЕМЫ

1. Стратегия определяет цели, задачи и меры по дальнейшему совершенствованию системы повышения квалификации и дополнительного профессионального образования специалистов медиасферы, превращению этого образовательного учреждения в отраслевой *научно-исследовательский-образовательно-экспертный центр*, сформированный по кластерному принципу с целью сетевого взаимодействия и формирования новых проектных решений в медийной сфере.

2. Правовую основу Стратегии составляют Конституция Российской Федерации, федеральные конституционные законы, законодательство о средствах массовой информации и законодательство в области

высшего и послевузовского профессионального образования, международные договоры Российской Федерации, правовые акты Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации, нормативные правовые акты Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям (Роспечать) и иные нормативные правовые акты Российской Федерации, определяющие направления дальнейшего повышения уровня квалификации и переподготовки кадров, занятых в информационно-медийной сфере.

3. Основными принципами Стратегии являются:

а) повышение уровня профессионального образования и компетенций работников медиаотрасли в соответствии с требованиями цифровой экономики, развитие навыков владения массовыми коммуникациями, а также освоение универсальных методик при производстве и распространении всех видов информации;

б) подготовка высококвалифицированных кадров по образовательным программам послевузовского профессионального и дополнительного профессионального образования;

в) подготовка для отрасли медиаиндустрии научных кадров;

г) повышение личностного потенциала специалистов редакций СМИ в плане интеллектуального, культурного и нравственного развития в рамках обучения и получения дополнительного профессионального образования;

д) освоение специалистами медиаотрасли новых технологий при подготовке и выпуске разных видов медийной продукции (аудиовизуальная, аудио, видео, издательская продукция, полиграфия);

е) содействие росту мастерства и расширению набора компетенций у работников медийной отрасли, их творческой активности, включению в непрерывный процесс овладения современными технологиями в профессиональной деятельности;

ж) повышение квалификации и профессиональная переподготовка преподавателей факультетов, отделений и кафедр журналистики из регио-

нальных и непрофильных высших учебных заведений в субъектах Российской Федерации;

з) развитие способностей творчески одаренной молодежи в области медийного творчества, обучение старшеклассников работе в социальных сетях;

и) разработка и осуществление государственных программ и проектов, программ субъектов Российской Федерации, способствующих развитию системы непрерывного профессионального образования журналистов, специалистов отрасли;

к) взаимодействие с органами государственной власти, местного самоуправления, общественными и профессиональными объединениями журналистов, работников отрасли, а также владельцами средств массовой информации, работодателями по вопросам организации учебного процесса, направленного на постоянное повышение квалификации творческих и технических работников отрасли в соответствии с требованиями профессиональных стандартов;

л) оказание методической помощи преподавателям региональных и непрофильных вузов, имеющих отделения (кафедры) журналистики.

м) расширение партнерских связей и сотрудничества в сфере научных знаний и медийного производства с представителями вузов и международных организаций стран как ближнего, так и дальнего зарубежья.

АКАДЕМИЯ МЕДИАИНДУСТРИИ
В СИСТЕМЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ МЕДИАОТРАСЛИ

1. Академия медиаиндустрии — головное Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования в медиаотрасли страны и является правопреемником Института повышения квалификации работников телевидения и ра-

диовещания. Институт образован на базе Всесоюзного института повышения квалификации работников телевидения и радиовещания Государственного комитета СССР по телевидению и радиовещанию, принявшего первых слушателей в сентябре 1970 года.

2. Учредителем Академии является Российская Федерация. Функции и полномочия Учредителя осуществляет Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям (Роспечать).

За годы существования в Академии сложился высокопрофессиональный педагогический коллектив. На кафедрах работают член-корреспондент Российской академии образования, 22 доктора и 15 кандидатов наук, 20 профессоров, 12 доцентов. Все имеют опыт практической работы в средствах массовой информации.

3. Почти за полувековую историю в аудиториях учебного заведения получили новые знания в профессии более 40 тысяч теле и радиожурналистов, режиссеров, операторов, дикторов и ведущих программ, других специалистов из государственных и коммерческих телерадиокомпаний.

4. Академия представляет собой полифункциональную некоммерческую организацию, чья деятельность ориентирована на выполнение государственного заказа на повышение квалификации и переподготовку кадров для теле- и радиокомпаний, редакций газет и журналов, полиграфических предприятий. Академия работает по учебным планам и авторским программам в рамках утвержденных образовательных и профессиональных стандартов, номенклатуры специальностей.

5. Обучение слушателей ведется профессорско-преподавательским составом на восьми кафедрах, расширяется практика активного применения методики дистанционного обучения.

6. На системной основе проводится анализ развития технологий сбора и мониторинга информации, новых методик формирования и распространения медиаконтента, методик управления внутриредакционными

процессами по производству теле- и радиопрограмм, газет и журналов в соответствии с использованием в учебном процессе новейших технологий.

7. Подготовка научных кадров для медиаотрасли ведется в заочной аспирантуре. За последние десять лет аспирантуру окончили около шестидесяти аспирантов. Подготовлено и защищено 43 диссертации на соискание ученой степени доктора и кандидата филологических наук по специальности 10.01.10 — «журналистика» (38 кандидатских, 5 докторских) и 14 на соискание учёной степени доктора и кандидата искусствоведения по научной специальности 17.00.03 — «искусствоведение» (13 кандидатских и 1 докторская). Всего по двум специальностям защищены 51 кандидатская и 6 докторских диссертаций.

8. В Академии постоянно ведется научно-исследовательская работа, изучаются и разрабатываются новые модели и методики дополнительного профессионального образования; опыт по подготовке и переподготовке кадров, основанный на новых технологиях обучения, передается в виде лекционного материала в региональных учебных заведениях страны.

9. Появление рынка образовательных услуг, открытие отделений и кафедр журналистики в субъектах Российской Федерации ставит задачу по созданию в рамках Академии научно-методического центра по переподготовке научно-педагогических кадров из непрофильных вузов в регионах, готовящих журналистов и специалистов для работы в местной прессе, на телевидении и радио, в полиграфии.

10. Ускоренное развитие высоких технологий продуцирует необходимость освоения алгоритма технико-технологических знаний и навыков при получении, обработке и распространении медийной продукции; необходимым становится освоение новой технологичной модели функционирования региональных редакций как в области электронных СМИ, так и среди редакций местной прессы. В этой связи главным в обеспечении эффективности образовательного процесса становится интеграция методик управленческих и технологических практик.

11. Граждане России — потребители контента, создаваемого и распространяемого средствами массовой информации — нуждаются в таком содержании телевизионных и радиопрограмм, печатной прессы, который соответствует их высокому образовательному и культурному уровню.

ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ СТРАТЕГИИ И ПРИОРИТЕТЫ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ И НАУЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. Целью Стратегии является повышение качества подготовки специалистов отрасли на основе формирования на базе Академии *инновационно-образовательного кластера*, обеспечивающего интеграцию инновационных методик дополнительного профессионального образования в субъектах Российской Федерации, чей медийный ландшафт существенно различается. По данным исследовательской группы «Циркон»⁸, в Российской Федерации существует четыре уровня состояния и динамики институционального развития СМИ, различающиеся по субъектам РФ — **A 2017** (*наиболее развитые*); **B 2017** (*развитые*); **C 2017** (*слабо развитые*); **D 2017** (*неразвитые*). Представленный анализ развития медиасферы в российских регионах дает основание для планирования и формирования продуктивных связей с регионами.

2. Стратегия направлена на решение следующих задач:

- а) модернизация и совершенствование системы дополнительного непрерывного профессионального образования работников медиаиндустрии, специалистов средств массовой информации и массовых коммуникаций;
- б) освоение в процессе обучения инновационных технологий;
- в) развитие творческой активности и дивергентного мышления журналистов, формирование мотивации к непрерывному обновлению профес-

⁸ Исследовательская группа «ЦИРКОН». Проект MS-Index. Измерение состояния и динамики институционального развития средств массовой информации в субъектах верхнего уровня РФ (измерение медиасферы). 2015–2017 гг. Аналитический отчет, Презентация. — Циркон, 2017. — 57 с.

сиональных знаний и повышению квалификации среди специалистов отрасли, к усвоению алгоритма компетенций, необходимых для профессионального роста;

г) разработка и внедрение комплексных и специализированных программ переподготовки и повышения квалификации работников медиаотрасли в соответствии с установленными профессиональными стандартами;

д) предоставление творческим и иным сотрудникам редакций, работникам отрасли, чья квалификация не соответствует требованиям и спросу предъявляемым к профессии рынком труда, возможности получить в короткие сроки новую специальность;

е) организация обучения одаренной молодежи с целью их адаптации к будущей профессии и оказания помощи в ее сознательном выборе;

ж) ориентирование системы дополнительно образования на подготовку журналистов социальных сетей, блогеров, воспитание их на традиционных моральных и культурных российских ценностях;

з) обеспечение интересов и потребностей государственных, общественных, коммерческих учреждений, организаций и структур, действующих в сфере печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций в достоверном научном анализе процессов, происходящих в отечественной журналистике и в информационной сфере;

и) накопление и превращение знаний в действенный инструмент общественного развития.

РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ

1. Выполнение Стратегии обеспечивается путем формирования инновационно-образовательного кластера с целью внедрения в субъектах РФ обновленных образовательных методик в медийной сфере и подготовки кадров новой формации, обладающих навыками использования современных информационных и коммуникационных технологий. В рамках Стратегии Академия проводит следующие мероприятия:

- укрепляет и совершенствует материальную базу;
- способствует получению государственного заказа на повышение квалификации и переподготовку журналистов и специалистов из государственных и муниципальных средств массовой информации; сотрудников корпоративной прессы, где учредителем являются государственные корпорации;
- привлекает к разработке мероприятий по реализации Стратегии общественные организации, объединяющие журналистов и специалистов, занятых в медиасфере;
- поддерживает инициативы профессорско-преподавательского состава, направленных на совершенствование образовательного процесса;
- способствует созданию на базе Академии инновационно-образовательного кластера с целью внедрения новых методик дополнительного профессионального образования.

2. Учредитель Академии утверждает план мероприятий по реализации положений Стратегии на предстоящий год и обеспечивает их финансирование за счет бюджетного ассигнования и выделения грантов.

Реализация Стратегии предполагает следующие этапы:

— формирование новой структуры Академии по превращению учреждения в отраслевой образовательно-научный — экспертный кластер медиаиндустрии;

— установление договорных отношений с телевизионными и радиокомпаниями, редакциями газет и журналов, издательствами, предприятиями медиаиндустрии, образовательными учреждениями (подписание двусторонних соглашений о сотрудничестве);

— разработка и подготовка обновленных учебных программ по опережающему повышению квалификации и переподготовке специалистов медиаиндустрии в условиях развития цифровой экономики страны. Адаптация учебных программ к появлению новых форматов: виртуальной, дополненной и смешанной реальности;

— проведение научных исследований и подготовка докладов по анализу потребности медиа отрасли в профессиональных кадрах, в том числе в новых специальностях на ближайшее десятилетие. Анализ возможностей перехода редакторских функций от людей к алгоритмам;

— разработка научно-обоснованной системы экспертных оценок профессиональных стандартов специалистов медиаиндустрии;

— проведение научных исследований и подготовка аналитических материалов по прогнозу развития медиаотрасли как составной части цифровой экономики на ближайшее десятилетие;

— анализ возможностей появления новых медиаканалов, использующих дополнительные когнитивные способности (интерфейсы мозга, бионические ускорители восприятия);

— участие в разработке и экспертной оценке законодательно-нормативных документов дополнительного профессионального образования в сфере повышения квалификации и опережающей переподготовки кадров медиаиндустрии.