

На площадке Instagram выделены следующие популярные аккаунты: Kazakh_inform (новости Казахстана, 632 тыс. подписчиков), Tokayev_online (аккаунт Президента Казахстана, 556 тыс. подписчиков), Anuar_Nurpeisov (блогер, 252 тыс. подписчиков), Mukhtar_taizhan (аккаунт лидера казахский националистов Мухтара Тайжана, 16,9 тыс. подписчиков), Freekazakhhs (политическая организация, 10,6 тыс. подписчиков).

На площадке Facebook в Казахстане активную деятельность демонстрируют отдельные пользователи. Это политические лидеры, представители демократических сил, социалистического движения, независимые блогеры: например, группа «Казахстан», аккаунт премьер-министра Казахстана, единая медийная площадка демократических сил «Elbascity Press», группа «КАЗАХСТАН.ПОЛИТИКА».

Таким образом, наиболее яркая оппозиционная активность прослеживается в социальных сетях YouTube, Facebook, Telegram. В Instagram, «ВКонтакте» и «Одноклассниках» политическая тема затрагивается опосредованно. Самой главной площадкой для выражения свободы слова в Казахстане является Youtube.

ДИСЦИПЛИНА «ПРОЕКТНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В МЕДИАСФЕРЕ» В СИСТЕМЕ ПОДГОТОВКИ МАГИСТРОВ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 1-23 80 05 «ЖУРНАЛИСТИКА»

Д. Н. Дроздов

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
dndrozdov@mail.ru*

Феномен проектного менеджмента уже достаточно давно стал неотъемлемой частью науки и практики управления в различных отраслях материального и духовного производства. В статье анализируются цель и задачи учебной дисциплины, структура и содержание ее контента, инновационные подходы и методы преподавания в контексте вызовов сферы современной массовой коммуникации. Материал может быть использован при рассмотрении актуальных вопросов разработки и совершенствования учебных дисциплин специальных модулей государственного компонента.

Ключевые слова: проектный менеджмент; маркетинговая стратегия; управленческие решения; цифровые и мобильные технологии.

**«PROJECT MANAGEMENT IN MEDIA SPHERE»
AS PART OF MASTERTRAINING SYSTEM FOR SPECIALITY
1-23 80 05 «JOURNALISM»**

D. N. Drozdov

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: D. N. Drozdov (dndrozdov@mail.ru)*

The project management phenomenon has long been an integral part of the science and management practice in various sectors of material and spiritual production. The article analyzes the purpose and objectives of the discipline, its structure and content, innovative approaches and teaching methods in the context of modern mass communication challenges. The material can be used when considering urgent issues for development and improvement of academic disciplines which are included in special modules of the state component.

Keywords: project management; marketing strategy; management decisions; digital and mobile technologies.

Менеджмент проектов используется как один из эффективных инструментов обеспечения устойчивой деятельности компании на современном рынке в условиях усиления конкуренции, рисков и нестабильности. Сегодня управление проектами органично включено в различные области бизнеса и направления менеджмента, однако можно утверждать, что именно в сфере духовного производства информационно-инновационного общества оно востребовано в наибольшей степени. Такая ситуация во внешней среде требует соответствующих изменений и в системе высшего образования, в частности, при подготовке специалистов для сферы массовой коммуникации [1].

Опыт подготовки бакалавров направления специальности 1-23 01 08-04 «Журналистика (менеджмент средств массовой информации)» на факультете журналистики Белорусского государственного университета показал, что в силу объективных причин его выпускники направляются на работу в национальные СМИ на те же должности, что и молодые специалисты смежных направлений специальности. Наличие углубленных знаний и специфических навыков деятельности в сфере современного менеджмента и экономики духовного производства оказывается недостаточно без существенного опыта практической работы по эффективному управлению медиакомпанией. Именно поэтому после обсуждения с представителями заказчиков кадров было принято решение: при

сохранении необходимого количества дисциплин данного профиля на первой ступени высшего образования сконцентрировать подготовку менеджеров средств массовой информации на второй ступени, разработав новые, отвечающие вызовам времени, курсы.

Дисциплины «Цифровая трансформация традиционных СМИ», «Управление мультимедийной редакцией», «Маркетинговая стратегия СМИ», «Экономика медиасферы» и др. являются органичными частями учебного комплекса подготовки магистров по специальности 1-23 80 05 «Журналистика». К их числу относится и учебный курс «Проектный менеджмент в медиасфере», цель которого – дать обучающимся необходимый объем систематизированных базовых знаний об основных принципах управления проектами в сфере массовой коммуникации.

В ходе занятий по данной дисциплине слушатели ознакомятся с историей развития проектного менеджмента в контексте возникновения и развития теории и практики феномена управления, изучат теоретические и методологические основы управления проектами, принципы принятия управленческих решений по созданию концепции проекта, разработке его структуры и объективной оценке. Особое внимание будет уделено профессиональным функциям проектного менеджера на различных этапах жизненного цикла медиапроекта, организационным формам управления проектами в сфере массовой коммуникации, методам их разработки, реализации, мониторинга и оптимизации. В результате обучающиеся приобретут теоретические знания и практические навыки по развитию сильных сторон проекта и оценке рисков, угроз для него на основе анализа внешней среды и специфических характеристик рынка СМИ, освоят современный инструментарий проектного менеджмента в медиасфере, приемы его адаптации к характеристикам конкретного проекта.

Структура содержания учебной дисциплины включает в себя историю развития метода управления проектами и его концепцию, изучение медийного проекта как объекта журналистской практики, классификацию основных этапов управления медийным проектом, основные принципы продвижения медиапроекта на современном рынке массовой информации в контексте концепции информационного маркетинга. Важнейшее место в контенте курса занимает материал об использовании цифровых и мобильных технологий как инструмента создания и канала продвижения медийного проекта.

При организации образовательного процесса прежде всего используется метод проектного обучения, который развивает необходимые для учебной и профессиональной деятельности навыки планирования, са-

моорганізацыі, супрацоўніцтва і прадполагае стварэнне асобнага адукацыйнага прадукта, а таксама практыка-арыентаваны падыход, прадугавіваючы асвоенне зместу праз рашэнне практычных задач, набыванне навыкаў эфектыўнага выканання канкретных відаў прафесійнай дзейнасці, развіццё прадпрымальскай культуры. Метод адукацыйнага дыскусіі развівае ўменне выстраіваць цэленаправалены абмен меркаваннямі, ідэямі для прэзентацыі і сагласавання існуючых пазіцый па вызначанай праблеме.

Асвоенне тэорыі і практыкі праектнага менеджмента ў медыаферы павінен стаць важнай часткай фарміравання кампетэнцый выпускніка другой ступені вышэйшага адукавання, спецыяліста, здольнага апэратывна і эфектыўна рашаць узнікаючыя перад ім прадукцыйныя задачы [2]. Праблема аптымальнага трудоустройства моладых спецыялістаў у сістэме нацыянальных сродкаў масавай камунікацыі патрабуе комплекснага падыхода і трыяднага рашэння. У першых, кожнае СМІ, пачынаючы з раённай газеты і заканчваючы з вялікім медыахолдынгам, павінен мець чётка сфармуляваную ў афіцыйных дакументах кадравую палітыку. У другіх, топ-менеджментам кожнай рэдакцыі павінен быць складзены перапіс пасадак, адказных за разрабтку кадравой палітыкі, ўнесены змяненні і рэалізацыю іх на практыцы. У трэціх, неабходна план канкретных мерапрыяццяў па рэалізацыі кадравой палітыкі рэдакцыі за вызначаны перыяд часу, напрыклад, адзін год (тактыка) ці 5 гадоў (стратэгія). Усе гэтыя мерапрыяццяў магчымы і нават трэба ажыццяўляць з удзелам прафесарска-педагагічнага складу факультэта журналістыкі БГУ, які валодае неабходнымі навуковымі ведамі і прафесійнымі кампетэнцыямі, бачыць адну з галоўных мэтаў свайго працы ў трудоустройстве выпускнікаў у інтарэсах нашага дзяржавы, грамадства і асобы кожнага канкрэтнага грамадзяніна.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Концепция информатизации системы образования Республики Беларусь на период до 2020 года // Управление по образованию, спорту и туризму Минского райисполкома. 2013 [Электронный ресурс]. URL: <http://roo.minsk.edu.by/ru/main.aspx?guid=64501> (дата обращения: 09.09.2019).
2. Дроздов Д. Н. Технологии эффективного менеджмента современного районного издания (на примере редакции газеты «Навіны Камянецчыны») // Рэгіянальныя СМІ Рэспублікі Беларусь у лічбавую эпоху: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы Рэсп. навука-практ. канф., Мінск, 12–13 лют. 2019 г. / Беларус. дзярж. ун-т ; рэдкал. : В. М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. Мінск : ААТ «Паліграфкамбінат імя Я. Коласа», 2019. С. 66–72.