

РОЛЬ МЕДИАИНТЕГРАЦИОННОЙ МОДЕЛИ В ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА (НА ПРИМЕРЕ АЛТАЙСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА)

E.V. Валюлина

Ключевые слова: медиаинтеграция, цифровая трансформация, аксиологический подход, медиакоммуникации, образовательные практики, модель

Keywords: media integration, digital transformation, axiological approach, media communications, educational practices, model

DOI: [https://doi.org/10.14258/filichel\(2025\)2-10](https://doi.org/10.14258/filichel(2025)2-10)

Bведение

Развитие высшего образования напрямую связано с экономическими реалиями, потребностями рынка и наличием ресурсов, что диктует новые подходы к образовательной и профессиональной подготовке. В условиях стремительного развития медиаиндустрии эпохи медийной конвергенции ключевым фактором успешной деятельности становится конкуренция талантов. В этой связи важнейшую роль играют специалисты, обладающие высоким уровнем профессиональных компетенций. Изменения в медиаиндустрии непосредственно влияют на требования к медиаобразованию, что требует адаптации образовательных программ и тематик научных исследований в данной области.

Медиакоммуникативное пространство представляет собой сложную систему, включающую множество взаимодействующих подсистем, формирующих структурированную самовоспроизводящуюся среду. Эта система базируется на средствах коммуникации и интересах ее участников. Среди характерных черт медиакоммуникативного пространства можно выделить быструю смену актуальных тем, формирование трендов, перенимание ролевых моделей в онлайн-формате, дискретное восприятие информации, акцент на визуальном контенте вместо текстовых сообщений, виртуализацию информационного взаимодействия и смещение восприятия информации от индивидуального к коллективному [Вартанова, 2017].

В таких условиях одним из ключевых направлений повышения конкурентоспособности высших учебных заведений становится эффективное использование онлайн-медиа для взаимодействия с целевыми аудиториями. Это взаимодействие охватывает как внутренние аудитории, включающие студентов и сотрудников, так и внешние — абитуриентов, родителей и социальных партнеров [Федоров, 2012]. Важным инструментом в реализации этих задач выступают студенческие медиацентры, которые способствуют формированию позитивного имиджа университета и демонстрируют заботу об образовательных и профессиональных потребностях студентов. Участие студентов в деятельности медиацентров позволяет не только развивать их профессиональные навыки, но и активно вовлекать их в процесс продвижения и укрепления имиджа учебного заведения [Лунев, 2013].

Как отмечает М.М. Друкер, наиболее продуктивной формой для трансляции ценностных ориентиров молодежной аудитории являются креолизованные произведения — статичные изображения с лаконичным, преимущественно юмористическим текстом — медиамемы [Друкер, 2022]. Это создает дополнительные возможности для развития медиапрактик и формирования положительного образа как университета в целом, так и его отдельных структур. Таким образом, студенческие медиацентры оказывают значительное влияние на повышение конкурентоспособности вузов, способствуя расширению их присутствия в медиасреде и укреплению связей с целевыми аудиториями [Никонова, 2019].

Вопрос определения медиацентра в контексте медиаобразования остается актуальным, поскольку в научной литературе отсутствует единое его трактование. Согласно определению, предложенному И.В. Романовым и В.А. Матанисом, медиацентры могут включать в себя функции, связанные с электронным документооборотом, внутренней коммуникацией между подразделениями, управлением электронной образовательной средой, а также предоставлением мультимедийных средств для образовательных нужд [Романов, 2017].

В XXI веке, который по праву называют веком информации, цифровая трансформация затрагивает практически все аспекты человеческой деятельности. Особое внимание в этом процессе уделяется образовательным учреждениям, которые не только обеспечивают передачу знаний, но и становятся активными участниками формирования информационного пространства. Если ранее информационные потоки внутри университетов или школ концентрировались исключительно в пределах образовательных процессов, то сегодня внешнее информа-

ционное обеспечение их деятельности приобретает первостепенное значение. В этом контексте важной задачей становится создание единой медииной инфраструктуры, которая способна поддерживать как внутренние, так и внешние коммуникации. Одним из ключевых элементов этой инфраструктуры является медиацентр, функционирующий как интеграционная модель взаимодействия различных информационных потоков. На примере Алтайского государственного университета можно проследить, как подобная медиаинтеграционная модель способствует цифровой трансформации информационного пространства.

Современные вызовы, с которыми сталкиваются университеты, связаны с необходимостью не только предоставления образовательных услуг, но и продвижения собственного имиджа на региональном, национальном и международном уровнях. Алтайский государственный университет активно интегрирует в свою деятельность цифровые технологии, что позволяет ему занять устойчивую позицию в медиапространстве. Учитывая возросшую роль медииной составляющей в образовательной и научной деятельности, университет создал современный медиацентр, который функционирует как ключевая платформа для реализации медиаинтеграционной модели. Деятельность этого подразделения охватывает широкий спектр направлений: от внутренней коммуникации структурных подразделений до создания профессионального медиаконтента для внешних аудиторий.

Медиаинтеграционная модель, реализуемая в Алтайском государственном университете, базируется на двух ключевых аспектах. Первый аспект связан с организацией медиаконтента, который включает текстовые, аудио- и визуальные данные. Второй аспект охватывает использование каналов информации, обеспечивающих трансляцию контента целевым аудиториям. Таким образом, медиацентр выполняет функции интегратора, объединяя различные форматы данных и каналы их передачи. Это позволяет университету формировать устойчивое медиаприсутствие и эффективно взаимодействовать как с внутренними, так и с внешними аудиториями.

Примером успешного использования медиаинтеграционной модели в Алтайском государственном университете является создание медиакомьюнити «МедиаHub». Площадка данного медиакомьюнити обеспечивает реализацию нескольких важных функций. Прежде всего, она способствует популяризации научных и образовательных достижений университета, предоставляя аудитории доступ к актуальной информации о событиях, исследованиях и образовательных программах. Кроме того, она играет важную роль в формировании позитивного имид-

жа университета, что особенно важно в условиях высокой конкуренции за абитуриентов.

Важно отметить, что деятельность медиацентра Алтайского государственного университета направлена не только на информационное обеспечение, но и на развитие медиаграмотности участников образовательного процесса. Одним из ключевых направлений работы медиацентра является организация образовательных мероприятий, таких как тренинги, мастер-классы и семинары, направленные на повышение компетенций в области создания и распространения медиаконтента. Это особенно актуально для студентов, которые, осваивая основы медиакоммуникации, получают навыки, необходимые для успешной социализации и профессиональной деятельности в условиях цифровой экономики.

Кроме того, медиаинтеграционная модель способствует реализации маркетинговой стратегии университета. В современном информационном обществе образовательные учреждения становятся участниками конкурентной среды, где важно не только предоставлять качественные образовательные услуги, но и эффективно продвигать их на рынке. Алтайский государственный университет активно использует различные медиаканалы для привлечения абитуриентов, демонстрации своих преимуществ и достижения более широкой узнаваемости. Это включает как традиционные формы рекламы, так и современные инструменты цифрового маркетинга, такие как таргетированная реклама в социальных сетях, видеоролики и контент для интернет-платформ.

Отдельного внимания заслуживает использование медиаинтеграционной модели для формирования профориентационного пространства. В Алтайском государственном университете действует система, которая позволяет выявлять талантливых студентов, заинтересованных в работе в медиасфере. Молодежный медиацентр предоставляет учащимся возможность участвовать в создании медиаконтента, знакомиться с профессиональной средой и приобретать практический опыт. В результате такая деятельность становится не только инструментом продвижения университета, но и важным этапом подготовки будущих специалистов в области медиа.

Алтайский государственный университет также активно сотрудничает с внешними медиа. Партнерство с региональными и национальными средствами массовой информации позволяет университету расширять аудиторию и доносить информацию о своих достижениях до широких масс. Например, регулярное освещение научных открытий, социальных проектов и культурных мероприятий университета в мест-

ной прессе и на телевидении способствует укреплению его репутации как одного из ведущих образовательных и научных центров региона.

Таким образом, медиаинтеграционная модель, реализуемая в Алтайском государственном университете, является эффективным инструментом цифровой трансформации информационного пространства. Она позволяет оптимизировать внутренние процессы, повысить уровень медиаграмотности участников образовательного процесса, сформировать положительный имидж университета и укрепить его позиции в конкурентной среде. Пример работы медиацентра университета демонстрирует, как грамотная организация медиапространства может стать важным фактором развития образовательного учреждения в условиях цифровой эпохи.

Студенческий медиацентр представляет собой медиаплощадку, направленную на поддержку образовательных и медийных проектов, связанных с распространением информации об университете. Сегодня в России насчитывается более тысячи университетов, однако только около ста из них имеют собственные медиацентры. Примерами таких университетов являются Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС», Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ», Тюменский индустриальный университет, Уральский федеральный университет и другие. В каждом из этих вузов медиацентры функционируют в различных форматах, от пресс-служб и студенческих редакций до журналистских клубов.

Медиацентр в образовательном учреждении можно рассматривать как многофункциональное пространство, способствующее интеграции образовательных, культурных и информационных процессов с использованием современных технологий. Создание медиацентров улучшает информационную среду университета, делает образовательные услуги более доступными и способствует внедрению инновационных технологий в учебный процесс [Тулупов, 2018]. Кроме того, такие центры выполняют функцию культурных хабов, привлекая не только студентов и преподавателей, но и более широкую аудиторию. Эта многофункциональность укрепляет репутацию университета как центра образования, науки и культуры, а также усиливает его социальное влияние.

Материал, методы

Медиаинтеграционная модель как инструмент цифровой трансформации информационного пространства активно исследуется специалистами в области медиакоммуникаций и цифровых технологий как в России, так и за рубежом. Согласно мнению А.Н. Бучатского, язык ме-

дия является одной из ключевых составляющих коммуникации, обеспечивающей взаимодействие различных элементов процесса: отправителя, получателя, канала, обратной связи и контекста [Бучатский, 2015, с. 44]. Этот подход применим и к изучению медиаинтеграции, где синергия различных медиаформатов и технологий играет решающую роль в эффективности передачи информации.

Концепция перехода от преимущественно вербального способа коммуникации к визуальным средствам передачи информации обусловила широкую визуализацию и медиатизацию практически всех аспектов социальной, культурной и образовательной деятельности. Этот процесс сопровождается активным развитием медиапространства, в рамках которого особое значение приобретают медиацентры как структурные элементы современных образовательных учреждений. Вузовские медиацентры, являясь важной составляющей университетской инфраструктуры, обеспечивают технологическую поддержку медиаобразовательной среды, создавая условия для эффективного взаимодействия участников образовательного процесса в цифровой среде.

Актуальность данной тематики обусловлена тем, что современные студенты принадлежат к так называемому «цифровому поколению», для которого цифровая среда стала неотъемлемой частью повседневной жизни. Молодежь активно использует технологии для получения информации, общения и самореализации, что формирует специфические особенности их взаимодействия с медиапространством. При этом двусторонний характер цифровой среды подразумевает не только потребление медиаконтента, но и его создание, что в значительной степени определяет роль и задачи вузовских медиацентров.

Цифровизация образовательной среды, тесно связанная с процессами медиатизации, создает необходимость переосмыслиния функций и целей вузовских медиацентров. Традиционно их деятельность сосредоточена на технологическом обеспечении образовательных процессов, однако современные вызовы требуют расширения функционала в направлении создания и распространения контента, отвечающего требованиям «новых медиа».

В условиях развития цифрового общества медиацентры в университетах должны выполнять не только технические, но и педагогические функции, способствуя формированию у студентов медиаграмотности, навыков критического анализа информации и способности к самостоятельному созданию медиапродуктов. В этой связи университетские медиацентры становятся центрами, интегриирующими образовательное, культурное и медиапространства. Их деятельность ориен-

тирована на реализацию образовательных и культурных проектов, направленных на развитие творческого потенциала молодежи, укрепление их эстетических ценностей и формирование ответственного отношения к медиапотреблению.

Следует подчеркнуть, что в условиях трансформации медиапространства, где визуальные и мультимедийные формы информации вытесняют текстовые, студенты не только осваивают новые технологии, но и развивают способность к эстетическому восприятию, анализу и созданию контента. Это особенно важно в эпоху доминирования визуальной культуры, где качественный визуальный контент становится инструментом формирования общественного мнения и культурных ценностей [Бучатский, 2015, с. 44].

Важно отметить, что использование вузовских медиацентров в качестве площадок для реализации принципов «новых медиа» открывает широкие перспективы для развития медиакультуры как среди студентов, так и преподавателей. Современные технологии, включая социальные сети, видеохостинги и интерактивные веб-приложения, позволяют вузовским медиацентрам выходить за рамки локальных образовательных процессов, интегрируясь в глобальное медиапространство. Это способствует популяризации научных достижений, повышению имиджа университетов и укреплению их позиций на международной арене.

Таким образом, вузовские медиацентры являются не только технологической, но и образовательной площадкой, способствующей формированию медиаграмотности и критического мышления у студентов. Их деятельность охватывает широкий спектр задач: от обеспечения технической инфраструктуры до реализации образовательных и культурных проектов, направленных на развитие медиакультуры и творческих способностей молодежи. В условиях стремительного развития цифрового общества роль вузовских медиацентров как интегратора образовательного и медиапространств становится особенно важной, что требует пересмотра их функций и стратегий в контексте современных вызовов.

Итак, современные университетские медиаплощадки можно рассматривать как ключевой элемент цифровой образовательной среды, способный эффективно адаптироваться к требованиям времени и обеспечивать развитие у молодежи компетенций, необходимых для успешной интеграции в медиапространство. Их деятельность, ориентированная на взаимодействие с «новыми медиа», позволяет не только решать задачи образовательного характера, но и формировать устойчивые ценности и культурные установки, способствующие гармоничному развитию личности.

Исследование роли медиаинтеграционных моделей осуществляется через анализ базовых концептов медиакоммуникации, включая языковые, речевые и текстовые аспекты. При этом интеграция медиаканалов рассматривается как ключевой элемент, определяющий эффективность цифровой трансформации информационного пространства. Например, информационная среда Алтайского государственного университета (АлтГУ) предоставляет богатый материал для анализа применения медиаинтеграционных моделей на практике.

Для изучения данного феномена применяются разнообразные методы, включая когнитивный и дискурсивный анализ, функциональную стилистику, а также методологию цифровой аналитики, ориентированную на изучение интеграции различных каналов коммуникации. Системный подход к исследованию позволяет учитывать многогранность процессов, характерных для медиасреды, и эффективно адаптировать существующие методики к задачам анализа.

Цифровая трансформация информационного пространства АлтГУ иллюстрирует актуальные тенденции медиаинтеграции, включающие использование мультимедийных площадок, развитие образовательных онлайн-продуктов и реализацию проектов, направленных на популяризацию науки. В этом контексте медиадискурс университета выступает как интеграционный элемент, объединяющий информационные потоки, образовательные ресурсы и научные коммуникации. Такой дискурс можно определить, как совокупность медиатекстов, формирующих пространство взаимодействия, отражающее специфику эпохи и локального контекста [Прохоров, 2021, с. 110].

Эволюция медиаинтеграционной модели в АлтГУ демонстрирует зависимость информационных процессов от технологических изменений. Современные цифровые решения, включая облачные сервисы, платформы дистанционного обучения и инструменты анализа данных, позволяют создать единую коммуникационную среду, способную адаптироваться к изменяющимся условиям и потребностям аудитории.

Обзор литературы

Студенческие медиацентры занимают значимое место в жизни университетов, выполняя функции информационной поддержки, организации мероприятий, налаживания коммуникации, а также образовательной и социальной интеграции. Они способствуют развитию у студентов навыков работы с медиаконтентом, предоставляют возможности для участия в научных исследованиях и культурных проектах, формируют университетское сообщество и помогают в професси-

ональной ориентации. В России из более чем 1000 вузов только около 100 имеют собственные медиацентры, что подчеркивает необходимость их дальнейшего развития. Медиацентры могут стать ключевыми площадками, имеющими собственные медиаплатформы, для обмена знаниями и опытом, организации научных конференций и культурных мероприятий, что делает их важным элементом университетской инфраструктуры.

Современные средства массовой коммуникации, включая онлайн-платформы, социальные сети и аудиовизуальные форматы, играют центральную роль в обмене информацией и взаимодействии в глобальном масштабе. Эти инструменты охватывают все аспекты социальной и профессиональной жизни. Согласно исследованиям, число пользователей интернета в России продолжает расти: по данным фонда общественного мнения, ежедневно интернет используют 64% населения, еженедельно — 70%, а ежемесячно — 74% [Зубаркина, 2024].

Актуальность изучения медиаинтеграционных моделей подтверждается их значением для коммерческой, образовательной и государственной сфер. Они способствуют повышению эффективности коммуникаций, улучшению координации внутри организаций и расширению доступа к информации. Международный опыт показывает, что такие модели активно применяются в странах БРИКС, СНГ, США, ЕС и Австралии. Несмотря на культурные и политические различия, универсальные подходы к медиаинтеграции демонстрируют высокую адаптивность. В России также формируются успешные примеры интеграционных процессов, способствующих созданию эффективных коммуникаций в многоязычном и мультикультурном обществе.

В российской образовательной системе уже сформировались успешные практики медиаобразования. В университетах разрабатываются специализированные курсы, направленные на повышение медиаграмотности молодежи. Например, в Московском педагогическом государственном университете внедрены такие курсы, как «Информационная и медиаграмотность», «Информационная безопасность» и «Цифровая школа», которые способствуют формированию навыков безопасного и творческого использования информации. Эти программы помогают адаптироваться к требованиям цифровой эпохи и развивают критическое мышление, необходимое для работы в современных медиа.

Значительную роль в развитии медиаграмотности играет неформальное медиаобразование. Оно реализуется через инициативы образовательных организаций и деятельность некоммерческих структур, предлагающих разнообразные форматы обучения, включая мастерские,

клубы и студии. Такие программы охватывают внеклассные активности, направленные на развитие информационной культуры. МПГУ проводит специализированные мероприятия, среди которых «медиаканикулы», конкурсы для школьников и студентов, а также дополнительные образовательные программы, ориентированные на различные возрастные группы. В условиях насыщенности медиаландшафта умение работать с медиаресурсами становится ключевым навыком для молодежи, позволяющим эффективно взаимодействовать с цифровыми платформами, развивать личный бренд и продвигать свои проекты в сети.

Результаты и обсуждение

Медиацентры вузов играют важную роль в формировании молодежной медиакультуры. Структура таких центров часто включает подразделения по различным направлениям: фотография, видеопроизводство, репортажи и подкастинг, SMM, копирайтинг, графический и мосун-дизайн. Организация работы центра требует соблюдения законо-дательства о рекламе и СМИ, что включает обязательное согласование всех публикаций. Уникальность работы заключается в разнообразии создаваемого контента, направленного на освещение студенческой жизни, а также на популяризацию университета.

Деятельность медиацентров охватывает создание аудиовизуального контента, продвижение материалов в социальных сетях, изучение новых форматов, участие в имиджевых проектах и организацию мероприятий. Особое значение придается качеству визуального контента, поскольку около 70% успеха публикации определяется визуальной составляющей [Шестерина, 2020].

Современные технологии открывают новые горизонты для медиацентров. Конвергентные форматы медиа, включающие подкасты, блоги и социальные сети, требуют высокой квалификации специалистов, способных работать с мультимедийными платформами. Это включает навыки мобильной журналистики, обработки данных, редактирования контента и создания интерактивных материалов.

Эффективность медиаплощадок зависит от их способности адаптироваться к требованиям «цифрового поколения», которое предпочитает визуальный контент и активно использует социальные сети. Это накладывает определенные требования на форматы коммуникации, включая использование инфографики, анимации, фото-, аудио- и видеоматериалов. Изменения в культурных и социальных взаимодействиях, вызванные развитием информационных технологий, подчеркивают важность медиаобразования для подготовки будущих специалистов.

Развитие интернета и появление поколения «цифровых аборигенов», выросшего в условиях цифровизации, требуют переосмыслиния значимости традиционных способов коммуникации. Несмотря на обширные возможности интернета для поиска и получения информации, существует проблема информационной перегрузки, что подчеркивает необходимость периодических практик «диджитал-детокса». Для представителей «цифрового поколения» критически важным становится не столько накопление информации, сколько способность быстро находить нужные данные. Однако такая зависимость от виртуального пространства может приводить к искажению восприятия реальности, снижению значимости личных контактов и эмоциональной отчужденности.

И.В. Жилавская акцентирует внимание на медиаобразовании молодежи, разрабатывая подходы к повышению медийной грамотности и взаимодействию аудитории с медиаисточниками [Жилавская, 2009]. В работах А.А. Новиковой, И.В. Кирии подчеркивается расширение культурных индустрий, их слияние с медийной сферой и формирование индустрий контента, где медиатизированные каналы становятся определяющими [Новикова, Кирия, 2018]. В то же время А.В. Федоров анализирует показатели профессиональной подготовки педагогов в сфере медиаобразования и предлагает новые подходы к развитию медиапедагогики в России [Федоров, 2004]. Автор отмечает, что, несмотря на значительный объем накопленного опыта, медиаобразование остается на стадии экспериментальных практик, что связано с недостаточным количеством подготовленных медиапедагогов.

И.В. Чельшева исследует методические аспекты медиаобразования, выделяя эффективные способы обучения, включая использование произведений медиакультуры, эвристические задачи, дискуссии и ролевые игры [Чельшева, 2008]. М.В. Загидулина изучает влияние цифрового контента на формирование идентичности [Загидулина, 2024], включая культурные аспекты цифровой эпохи, а С.И. Симакова и И.В. Топчий подчеркивают роль медиа в развитии медиакомпетентности [Симакова, 2017]. Важный вклад в развитие теории медиаобразования делает А.В. Прохоров, разрабатывая уровневую модель медиауниверсума, которая связывает медиаинфраструктуру с образовательными процессами в вузах [Прохоров, 2021].

Исследования А.Н. Гуреевой фокусируются на медиатизации цифровой среды, подчеркивая ее влияние на культурные и социальные практики [Гуреева, 2016]. Важным направлением является изучение мемов, как это сделала К.В. Дементьевая, анализируя их роль в укреплении

полиэтнических связей [Дементьева, 2018]. С.С. Распопова акцентирует внимание на ценностных аспектах в подготовке журналистов [Распопова, 2012], а И.А. Фатеева изучает проблемы адаптации медиаобразования к современным вызовам [Фатеева, 2015].

А.М. Шестерина выделяет современные тенденции в исследованиях коммуникации, описывая роль социальных медиа как ресурсов, поддерживающих пользовательскую активность и новые коммуникативные практики [Шестерина, 2020]. Медиаобразование в России начало активно развиваться в 1990-е годы с акцентом на критическое мышление и анализ контента. Государственные инициативы и программы, ведущие университеты, включая МГУ, ВШЭ, МПГУ, играют ключевую роль в продвижении медийной грамотности, адаптируя образовательные программы под актуальные вызовы.

В эпоху цифровых технологий, когда интернет-пространство лидирует, нужно ли использовать корпоративные СМИ: студенческие газеты? Корпоративные газеты внутри университета никогда не теряли свою актуальность. В них также рассказывается об учебной жизни обучающихся. Каждого студента, который хочет развиваться в газете, обучаают прежде всего верстке,циальному стилю написания, а также грамотному изложению информации.

На сегодняшний день почти в каждом образовательном учреждении есть лаборатории мультимедиа. Большинство учебных заведений расширяют свои грани. Руководство вузов старается открывать различные направления для студентов, чтобы расширить их творческие способности. Лаборатории мультимедиа представляют собой студии, оснащенные камерами, хромакеем, светом, микрофонами. Студенты становятся операторами, монтажерами, ведущими, интервьюерами.

Использование медиаресурсов в образовательном процессе вуза — один из самых перспективных и актуальных приемов в обучении. С помощью медиаресурсов преподаватель может создать неповторимое занятие с использованием видео, аудио, презентаций, интерактивных упражнений. Медиаресурсы могут облегчить восприятие информации, сделать занятие интереснее для студентов. Медиаинтеграционные модели становятся эффективным инструментом цифровой трансформации информационного пространства, формируя эстетические ценности и способствуя развитию медиакультуры.

Медиаинтеграционная модель представляет собой синтез образовательных, культурных и технологических процессов, направленных на создание эффективной информационной экосистемы, включающей разработку, распространение и анализ медиапродуктов. В обра-

зовательной среде медиаинтеграция играет особую роль, поскольку обеспечивает формирование медиаграмотности и критического мышления у молодежи. Важность этого подхода подтверждают многочисленные исследования, указывающие на необходимость внедрения инновационных стратегий, ориентированных на формирование медиакультуры личности.

Цифровая трансформация, охватившая все сферы социальной коммуникации, актуализирует проблему медиапотребления среди молодежи. Согласно данным, значительная часть молодых людей ежедневно проводит в цифровой среде более трех часов, используя ресурсы интернет-пространства для обучения, досуга и социального взаимодействия. В этой связи возрастает ответственность образовательных институтов за разработку медиаобразовательных стратегий, способных не только защитить молодежь от негативного влияния медиаполя, но и направить их взаимодействие с медиаконтентом в конструктивное русло.

В Алтайском государственном университете активно реализуются проекты, направленные на внедрение медиаинтеграционных подходов в образовательный процесс. Одной из ключевых задач таких проектов является создание условий для формирования у студентов способности осознанного анализа и создания медиапродуктов, что достигается через интеграцию медиатехнологий в образовательные программы. Например, студенты вовлекаются в процесс разработки мультимедийных проектов, таких как видеорепортажи, подкасты и аудиоспектакли, что способствует развитию их творческого потенциала и навыков работы с медиаконтентом.

Особое внимание в рамках медиаинтеграционных проектов уделяется эстетическому воспитанию студентов. Актуальность этой задачи определяется возрастающей ролью эстетических ценностей в процессе формирования личности. Научные исследования подчеркивают значимость эстетики как теории чувственного восприятия, оказывающей влияние на культурные установки индивида. Разработка медиапродуктов с учетом эстетических принципов способствует гармоничному развитию личности, формированию у молодежи навыков восприятия и оценки художественных форм.

Алтайский государственный университет активно использует медиаинтеграционные модели для создания образовательного контента, который сочетает в себе элементы традиционной культуры и инновационных подходов к подаче информации. Например, в рамках медиаобразовательных программ студенты осваивают навыки сценарного мастерства, дизайна и видеомонтажа, что позволяет им не только

создавать высококачественные медиапродукты, но и глубже осмысливать культурные ценности. Такой подход способствует формированию у молодежи ответственности за сохранение культурного наследия и его адаптацию к условиям современной цифровой среды.

Медиаинтеграционная модель, применяемая в Алтайском государственном университете, демонстрирует высокую эффективность в условиях цифровой трансформации информационного пространства. Она не только способствует формированию у молодежи медиакультуры и эстетических ценностей, но и позволяет развивать творческий потенциал студентов, вовлекая их в процесс создания медиапродуктов. Применение таких моделей в образовательной практике становится ключевым фактором успешной адаптации молодежи к условиям современной цифровой реальности.

Медиацентр Алтайского государственного университета, функционирующий под названием «МедиаНив», является ключевой структурой, направленной на развитие медийной среды университета, формирование его положительного имиджа, а также освещение значимых событий, связанных с молодежной политикой. Основными целями работы центра являются формирование молодежной команды университета, популяризация студенческих инициатив, привлечение студентов к деятельности в области медиакоммуникаций, а также освещение студенческой жизни и общественно значимых событий в АлтГУ.

Основной задачей «МедиаНив» является формирование образовательной и производственной медиасреды, которая способствует развитию компетенций обучающихся, созданию медиаконтента полного цикла и реализации образовательных инициатив.

«МедиаНив» — это не только инфраструктура, но и сообщество талантливых людей. В команду входят видеографы, фотографы, подкастеры, дизайнеры и специалисты по работе с социальными сетями. Этот коллектив уже создал более 5000 единиц разнообразного контента, включая видеоролики, подкасты, фотоотчеты и дизайнерские проекты.

В 2023 году медиаплатформа «МедиаНив» получила статус региональной площадки студенческого медиацентра Минобрнауки России, что, несомненно, говорит об актуальности, значимости и важности медиаобразования в регионе.

«МедиаНив» активно участвует в различных конкурсах, форумах и конференциях, укрепляя свои позиции как одного из лидеров в области студенческого медиапроизводства. Среди наиболее значимых достижений — лауреатство второй степени на Российско-Белорусском форуме «Индустрия медиа» и успешная организация Всероссийского

медиафорума «Медиа на 360», который собрал более 500 участников со всей России. Этот форум получил грантовую поддержку Росмолодежи, что подтверждает его значимость и вклад в развитие медиаобразования.

В 2025 году «МедиаНhub» планирует реализовать масштабный проект под названием «Медиатрансформация». Этот проект объединит усилия медиацентров ведущих образовательных учреждений Алтайского края.

Ключевыми федеральными партнерами проекта стали компания VK и ее экосистема, включающая такие инициативы, как VK Education, программы «Амбассадорство», «Другое дело» и «Простор». Эти партнерства позволили расширить возможности для участников медиапроекта, предоставив доступ к современным образовательным ресурсам. На региональном уровне «МедиаНhub» активно сотрудничает со Студией креативных решений «Остро», Видео-продакшном «Маяк», ГТРК «Алтай» и СМГ, что помогает создавать высококачественный контент и реализовывать масштабные медиапроекты.

Проведение серии медиаквизов для школьников стало еще одним важным проектом «МедиаНhub». Эти мероприятия не только развивают медиакультуру среди молодежи, но и способствуют сохранению и приумножению культурных и духовно-нравственных ценностей в современном информационном пространстве. В течение года планируется вовлечь более 300 человек в образовательные проекты и программы «МедиаНhub», что обеспечит их дальнейшее развитие и популяризацию.

Особое внимание «МедиаНhub» уделяет взаимодействию со студенческими СМИ. Для этого проводится широкий спектр мероприятий. «МедиаНhub» активно работает над проектами по обмену опытом между студенческими медиа региона. Одной из таких инициатив является создание регионального проекта в 2025 году — премии «Медиадостижения». В рамках этого проекта каждый студенческий медиацентр Алтайского края сможет представить свои лучшие медиапрактики на оценку независимым экспертным жюри. Жюри, состоящее из ведущих специалистов медиаиндустрии региона, будет анализировать представленные работы, выделяя сильные стороны и предоставляя рекомендации для дальнейшего совершенствования. Проект направлен на выявление уникальности каждого медиацентра, повышение уровня профессионализма участников и развитие медиапродуктов. В перспективе премия может расшириться на территории всего Сибирского федерального округа.

«МедиаНhub» продолжает развивать свою экосистему, объединяя образовательные, профессиональные и креативные сообщества. Благодаря реализации масштабных проектов, таких как программы ДПО, медиакви-

зы, форумы и конкурсы, «МедиаHub» создает уникальные возможности для обучения, сотрудничества и развития медианавыков среди молодежи.

Проект «МедиаHub» продолжает свое активное развитие, уделяя особое внимание международному сотрудничеству, взаимодействию с государственными структурами и перспективным направлениям работы. Одним из ключевых приоритетов «МедиаHub» является международное сотрудничество с университетами и образовательными организациями Центральной Азии. Такие инициативы открывают широкие возможности для программ международной академической мобильности, охватывающих направления интернет-журналистики, медиакоммуникаций и креативных индустрий.

Среди партнеров проекта на международной арене можно выделить ведущие университеты Центральной Азии. Это Университет журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана, Национальный университет Узбекистана имени Мирзо Улугбека, а также Российско-Таджикский (Славянский) университет.

Современное информационное пространство переживает этап глубокой цифровой трансформации, в основе которой лежит медиаинтеграция как ключевой элемент адаптации традиционных подходов к новым условиям цифровой среды. В контексте высшего образования важным инструментом успешной трансформации выступает внедрение медиаинтеграционных моделей, объединяющих различные форматы подачи информации, с целью повышения уровня взаимодействия между участниками образовательного процесса и укрепления институционального имиджа. Алтайский государственный университет (АлтГУ) представляет собой яркий пример применения подобной модели.

Медиаинтеграционная модель предполагает синтез аудиовизуальных, текстовых и интерактивных элементов для достижения максимального эффекта в коммуникации. Данная модель базируется на принципах избирательного восприятия информации, где человек воспринимает преимущественно ту информацию, которая соответствует его личным предпочтениям и установкам. Это качество активно используется при создании медиаконтента, направленного на достижение образовательных, просветительских и рекламных целей.

В условиях цифровой среды АлтГУ внедряет медиаинтеграционные подходы через разнообразные коммуникационные каналы: социальные сети, онлайн-платформы, видеопрезентации, цифровые публикации и вебинары. Все это направлено на вовлечение целевой аудитории, включая абитуриентов, студентов, преподавателей и внешних партнеров.

Особое внимание в рамках медиаинтеграционной модели уделяется использованию аудиовизуальных приемов. АлтГУ активно применяет мультимедийные технологии, что позволяет усилить эмоциональное воздействие на аудиторию. Например, видеоролики университета часто включают мотивирующие слоганы, положительные образы успешных выпускников и зрелищные спецэффекты. Это не только способствует укреплению бренда университета, но и формирует у аудитории положительное эмоциональное восприятие образовательного процесса.

Музыкальное сопровождение, визуальные символы и яркие графические элементы играют важную роль в продвижении образовательных программ АлтГУ. Например, использование визуальных образов Алтая, одного из ключевых региональных символов, формирует ассоциации с природным богатством и устойчивостью, что привлекает аудиторию, ориентированную на экологические и гуманитарные ценности.

Одним из аспектов медиаинтеграционной модели является применение манипулятивных приемов, направленных на повышение вовлеченности аудитории. В условиях конкуренции за внимание пользователей данные приемы становятся важным инструментом формирования позитивного имиджа университета. АлтГУ использует следующие подходы: регулярное использование девизов, таких как «Университет возможностей», укрепляет ассоциации между университетом и качественным образованием; через видеоконтент, включающий истории успеха студентов и выпускников, АлтГУ пробуждает у зрителей чувство причастности к образовательной миссии; красочные материалы, демонстрирующие кампусы, учебные аудитории и научные лаборатории, подаются в выгодном ракурсе, что усиливает привлекательность образовательной среды; упор на социальные гарантии, такие как возможность трудоустройства и участие в исследовательских проектах, помогает сформировать у аудитории чувство уверенности в будущем.

Цифровая трансформация информационного пространства требует от участников образовательного процесса развития медиакомпетенций. АлтГУ, используя медиаинтеграционную модель, не только обеспечивает трансляцию информации, но и способствует формированию критического мышления у студентов. Например, через интерактивные вебинары и проектную деятельность университет учит анализировать медиаконтент, выявлять манипулятивные приемы и самостоятельно создавать качественные медиатексты.

С помощью медийных технологий АлтГУ стремится формировать у студентов осознание ценности знаний и социальных связей. Одновременно с этим создаются условия для активного творческого само-

выражения, что способствует интеллектуальному и профессиональному росту. Внедрение элементов геймификации, креативных конкурсов и интерактивных мероприятий усиливает вовлеченность аудитории и позволяет студентам осваивать новые цифровые инструменты.

Медиаинтеграционная модель в условиях цифровой трансформации становится неотъемлемым элементом стратегического развития высших учебных заведений. Опыт Алтайского государственного университета демонстрирует, что грамотное использование медийных ресурсов, усиленное интеграцией аудиовизуальных приемов, позволяет не только эффективно продвигать образовательные услуги, но и развивать цифровую культуру среди студентов и преподавателей. Таким образом, медиаинтеграция выступает важным инструментом формирования современного информационного пространства, ориентированного на устойчивое развитие.

Заключение

Медиацентр Алтайского государственного университета, функционирующий под названием «МедиаНив», является ключевой структурой, направленной на развитие медийной среды университета, формирование его положительного имиджа, а также освещение значимых событий, связанных с молодежной политикой. Основными целями работы центра являются формирование молодежной команды университета, популяризация студенческих инициатив, привлечение студентов к деятельности в области медиакоммуникаций, а также освещение студенческой жизни и общественно значимых событий в АлтГУ.

Медиакомьюнити «МедиаНив» представляет собой структурное подразделение Института гуманитарных наук (ИГН) Алтайского государственного университета, созданное для разработки и реализации инновационной медиапродукции. Деятельность медиасообщества основывается на актуальных образовательных и производственных подходах, позволяя участникам развивать профессиональные навыки в сфере коммуникаций, дизайна и медиатехнологий.

Основной задачей «МедиаНив» является формирование образовательной и производственной медиасреды, которая способствует развитию компетенций обучающихся, созданию медиаконтента полного цикла и реализации коммерческих и образовательных инициатив.

Основные цели «МедиаНив» включают развитие профессиональных навыков у студентов гуманитарных специальностей, поддержку их учебной и производственной практики, разработку инновационных проектов в сфере медиакоммуникаций и дизайна, а также проведение

ние полного цикла производства медиапродукции. Сообщество также сотрудничает с организациями-партнерами для создания рекламных и образовательных продуктов, таких как онлайн-курсы и медиаконтент.

«МедиаHub» активно способствует повышению уровня медиаграмотности и развитию инновационных подходов в образовательной и профессиональной среде, служа моделью эффективного взаимодействия между образовательными учреждениями, студентами и индустрией.

«МедиаHub» — уникальный медиапродакшн Алтайского государственного университета, который объединяет творческих школьников, студентов и преподавателей разных направлений для профессионального развития в медиасфере. С момента своего основания «МедиаHub» стал важной частью образовательной и культурной среды региона. С октября 2023 года он получил статус региональной площадки студенческого медиацентра Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, что подчеркивает высокий уровень и значимость этой инициативы.

Библиографический список

Бучатский А.Н. и др. Медиацентр вуза и пространство «новых медиа» // Информационное общество: образование, наука, культура и технологии будущего. 2015. С. 44–61.

Вартанова Е.Л. и др. Индустрия российских медиа: цифровое будущее // Академические монографии. М.: МедиаМир, 2017. 160 с.

Гуреева А.Н. Теоретическое понимание медиатизации в условиях цифровой среды // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2016. № 6. С. 192–208.

Дементьева К.В. Медиамем и его роль в формировании полиэтнического общества // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2018. № 53. С. 257–278. <https://www.doi.org/10.17223/19986645/-53/17>

Друкер М.М. Контент социальных медиа как фактор формирования ценностных ориентиров подростков : дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2022.

Жилавская И.В. Медиаобразование молодежной аудитории // Томск: ТиiT, 2009. 322 с.

Загидуллина М.В. Точка сборки: от цифрового контекста к концептуализации эпистемической идентичности // Цифровая журналистика: технологии, смыслы и особенности творческой деятельности. Екатеринбург, 2024. С. 338–340.

Зубаркина Е.С., Мискевич Ю.А. Медиаобразовательные стратегии эстетического развития личности (на примере проектов Радио Пульс МПГУ) // Наука и школа. 2024. № 1. С. 48–58. <https://www.doi.org/10.31862/1819-463X-2024-1-48-58>

Лунев С.И. Развитие образования (базовое и высшее образование, аспирантура) и науки в Китае и Индии // Сравнительная политика. 2013. № 2 (12). С. 70–81. [https://www.doi.org/10.18611/2221-3279-2016-7-3\(24\)-135-145](https://www.doi.org/10.18611/2221-3279-2016-7-3(24)-135-145)

Медиаграмотность будущих педагогов в свете модернизации образовательного процесса в России / А.В. Федоров, А.А. Новикова, И.В. Челышева, И.А. Каруна. Таганрог: Изд-во Кучмы, 2004. 188 с.

Никонова Е.Н. Университеты стран с развивающейся экономикой. Путь к признанию // Отечественная и зарубежная педагогика. 2019. № 1 (57). С. 102–126.

Новикова А.А., Кирия И.В. Эстетика иммерсивности: особенности творческой деятельности журналиста в мультимедийных и трансмедийных проектах // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2018. Т. 15. № 2. С. 276–288. <https://www.doi.org/10.22363/2312-9220-2021-26-4-672-680>

Прохоров А.В. Уровневая модель медиауниверсума современного университета. Тамбов: Изд. дом «Державинский», 2021. 244 с.

Распопова С.С. Ценностное самоопределение личности в системе журналистского образования // Журналист и социальные коммуникации. 2012. № 1. С. 144–154.

Романов И.В., Матанис В.А. Медиацентр в современной образовательной организации: цели и задачи деятельности // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2017. № 4-4. С. 36–39.

Симакова С.И., Топчий И.В. Роль средств массовой информации в воспитании медиакомпетентной аудитории // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 4 (26). С. 226–233.

Тулупов В.В. Миссия и современная практика медиаобразования // Медиа. Информация. Коммуникация. 2018. № 26. С. 64–73.

Фатеева И.А. Актуальные проблемы медиаобразования. Челябинск: Челябинск. гос. ун-т, 2015. 129 с.

Федоров А.В. Новые стандарты — реальная возможность для медиапедагогики // Alma Mater — Вестник высшей школы. 2012. № 3. С. 55–58.

Челышева И.В. Развитие критического мышления и медиакомпетентности студентов в процессе анализа аудиовизуальных медиатекстов : учебное пособие для вузов. Таганрог: НП «Центр развития личности», 2008. 300 с.

Шестерина А.В. Принципы медиагигиены в системе медиаобразования // Современное состояние медиаобразования в России в контексте мировых тенденций : материалы II Международной научной конференции. Таганрог, 15 октября 2020 г. Таганрог: ООО ДиректМедиа, 2020. 139 с.

References

- Buchatskiy A.N. et al. Media center of the university and the space of "new media". *Informacionnoe obshchestvo: obrazovanie, nauka, kul'tura i tekhnologii budushchego* = Information society: education, science, culture and technologies of the future, 2015, pp. 44–61. (In Russian)
- Vartanova E.L. et al. Russian media industry: digital future. *Akademicheskie monografi* = Academic monographs, Moscow, 2017, 160 p. (In Russian)
- Gureeva A.N. Theoretical understanding of mediatization in the digital environment. *Vestnik Moskovskogo universiteta* = Bulletin of Moscow University, 2016, no. 6, pp. 192–208. (In Russian).
- Dementieva K.V. Mediameeme and its role in the formation of a multi-ethnic society. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* = Bulletin of Tomsk State University. Philology, 2018, no. 53, pp. 257–278. <https://www.doi.org/10.17223/19986645/53/17>. (In Russian)
- Drucker M.M. Content of social media as a factor in the formation of value orientations of adolescents. Thesis of Philol. Cand. Diss. Voronezh, 2022. (In Russian)
- Zhilavskaya I.V. Media education for youth audience. Tomsk, 2009. 322 p. (In Russian)
- Zagidulina M.V. Assembly point: from digital context to conceptualization of episystemic identity. *Cifrovaya zhurnalistika: tekhnologii, smysly i osobennosti tvorcheskoj deyatel'nosti* = Digital journalism: technologies, meanings and features of creative activity, Yekaterinburg, 2024, pp. 338–340. (In Russian)
- Zubarkina E.S., Miskevich Yu. A. Media education strategies for the aesthetic development of personality (based on the projects of Radio Pulse of Moscow State Pedagogical University). *Nauka i shkola* = Science and School, 2024, no. 1, pp. 48–58. (In Russian). <https://www.doi.org/10.31862/1819-463X-2024-1-48-58>.
- Lunev S.I. Development of education (basic and higher education, postgraduate study) and science in China and India. *Sravnitel'naya politika* = Comparative politics, 2013, no. 2 (12), pp. 70–81. [https://www.doi.org/10.18611/2221-3279-2016-7-3\(24\)-135-145](https://www.doi.org/10.18611/2221-3279-2016-7-3(24)-135-145) (In Russian)

Media literacy of future teachers in light of the modernization of the educational process in Russia, Taganrog, 200, 188 p. (In Russian)

Nikonova E.N. Universities of countries with developing economies. The path to recognition. *Otechestvennaya i zarubezhnaya pedagogika* = Domestic and foreign pedagogy, 2019, no. 1 (57), pp. 102-126. (In Russian)

Novikova A.A., Kiriya I.V. Aesthetics of immersion: features of the creative activity of a journalist in multimedia and transmedia projects. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta* = Bulletin of St. Petersburg University, 2018, vol. 15, n. 2, pp. 276-288. Retrieved from: <https://www.doi.org/10.22363/2312-9220-2021-26-4-672-680> (In Russian)

Prokhorov A.V. Level model of the media universe of the modern university. Tambov: Derzhavinsky Publishing House, 2021, 244 p. (In Russian)

Raspopova S. S. Value self-determination of the individual in the system of journalistic education. *Zhurnalist i sotsial'nyye kommunikatsii* = Journalist and social communications, 2012, no. 1, pp. 144-154. (In Russian).

Romanov I.V., Matanis V.A. Media center in a modern educational organization: goals and objectives of activities. *Aktual'nye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk* = Actual problems of humanitarian and natural sciences, 2017, no. 4-4, pp. 36-39. (In Russian)

Simakova SI, Topchiy I.V. The role of mass media in educating a media-competent audience. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya* = Sign: problematic field of media education, 2017, no. 4 (26). pp. 226-233. (In Russian)

Tulupov V.V. Mission and modern practice of media education. *Media. Informatsiya. Kommunikatsiya* = Media. Information. Communication, 2018, no. 26, pp. 64-73. (In Russian)

Fateeva I.A. Actual problems of media education, 2015, 129 p. (In Russian)

Fedorov A.V. New standards — a real opportunity for media pedagogy. *Alma Mater - Vestnik vysshei shkoly* = Alma Mater — Bulletin of the Higher School, 2012, no. 3, pp. 55-58. (In Russian).

Chelysheva I.V. Development of critical thinking and media competence of students in the process of analyzing audiovisual media texts. Textbook for universities, Taganrog, 2008, 300 p. (In Russian)

Shesterina A.V. Principles of media hygiene in the system of media education. The current state of media education in Russia in the context of global trendsCurrent state of media education in Russia in the context of global trends: materials of the II international scientific conference. Taganrog, October 15, 2020. Taganrog: OOO DirectMedia, 2020, pp. 139. (In Russian)