



ИННОВАТИКУМ

**Всероссийский форум школьников
для учащихся 8–11 классов и молодых педагогов**

КЕЙС «МЕДИАСФЕРА»

Дорогие участники Форума! Предлагаем вам познакомиться с кейсом, раскрывающим некоторые особенности работы по направлению «Медиа».

Изучите предлагаемые материалы, найдите дополнительную информацию и выполните задания, приведенные в конце кейса.

В тексте и заданиях кейса будут встречаться понятия «профессия» и «специальность». Поясним разницу между ними.

Профессия – это род деятельности, для освоения которой нужно приобрести специальные знания и умения.

Специальность приобретается в рамках выбранной профессии. Одна профессия может включать несколько специальностей. Например:

- ✓ юрист – это профессия, а юрисконсульт, нотариус – ее специальности;
- ✓ учитель – это профессия, а учитель математики – специальность;
- ✓ врач – это профессия, а хирург, кардиолог – специальности врача.

В нашем кейсе мы рассмотрим медиасферу.



Сегодня медиа играют важнейшую роль в нашей повседневной жизни. Они служат источником информации, развлечений и образования.

Медиа – это, прежде всего, средства передачи информации: текст (глиняная табличка, папирус, газета, книга и т.д.), радио, кино, телевидение и так далее. Список остается открытым, ведь медиасфера непрерывно развивается. Аналог термина «медиа» – средства массовой информации и коммуникации (СМИиК).

Давайте для начала в качестве примера обратимся к опыту конкретного специалиста медиасферы, а именно продюсера.

В некоторых крупных организациях есть целый медиакластер, который объединяет сразу несколько медиа: печатные СМИ, радио и телевидение. Во главе медиакластера стоит продюсер.

Наша героиня Анна возглавила подобный медиакластер в частной школе. Она контролирует выпуск школьной газеты и журнала, координирует работу радио и телевидения. Какие именно функции она выполняет?

Для газеты Анна составляет план номера, отбирает темы, распределяет задачи между сотрудниками, следит за соблюдением сроков, координирует сотрудничество с типографией.

В роли главного редактора она выступает, занимаясь выпуском журнала. Разрабатывает концепцию и следит за ее выполнением, распространяет информацию среди сотрудников и учеников школы о возможности опубликовать статью, проводит консультации по редакционной политике, отбирает тексты, выполняет редактуру, участвует в обсуждении дизайна, координирует работу направлений, задействованных в создании журнала.

Анна координирует работу радио и телевидения. Она участвует в организации интервью на радио с приглашенными гостями: готовит учеников, составляет вопросы, редактирует, согласовывает список вопросов со спикером, отбирает интервьюеров.

Для теленовостей подбирает ведущих, организует съемочный процесс, готовит ведущих (включая организацию репетиционного процесса и контроль соответствия фирменному стилю), отсматривает материал вместе с монтажерами, вносит правки.

Давайте отмотаем время назад и узнаем, каким образом Анна смогла стать продюсером медиакластера.

После окончания школы Анна поступила в Институт медиатехнологий Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна. Анна мечтала связать свою жизнь с работой в издательстве, поэтому выбрала направление «Издательское дело». Она освоила все этапы редакционно-издательского процесса, изучила маркетинг в издательском деле, узнала основные правила продвижения товаров на рынке. В процессе обучения Анна научилась писать различные виды текстов.

После окончания обучения Анна устроилась на работу в крупное издательство. Там она проработала 6 лет. Начинала она с должности корректора в редакции психолого-педагогической литературы, но затем, благодаря упорству и старанию, выросла до должности ведущего редактора. Теперь она стала заниматься выпуском всех книг редакции, координировать работу сотрудников, общаться с авторами, договариваться с зарубежными издательствами о правах на книги, представлять издательство на книжных выставках.

Анна познакомилась с большим количеством специалистов в медиасфере. Дополнительно она не переставала учиться: читала книги по редактуре, маркетингу, менеджменту, рекламе, дизайну, прошла курс по продюсированию. Так она поняла, что хочет заниматься не только книгоизданием, но выпуском журналов и газет.

Наша героиня устроилась в частную школу, где смогла воплотить свою мечту. А еще через 2 года, благодаря профессионализму и опыту, она возглавила весь медиакластер образовательной организации.

В настоящее время медиа выполняют **несколько функций**:

- ✓ *Информирование*: предоставляют актуальную информацию о событиях в мире, стране и городе. Они помогают людям быть в курсе последних новостей и тенденций.
- ✓ *Образование*: играют важную роль в образовании, предоставляя учебные материалы и информацию для самообразования.
- ✓ *Развлечение*: предлагают развлечения, такие как фильмы, сериалы, книги, музыка и игры.
- ✓ *Формирование общественного мнения*: могут влиять на общественное мнение и взгляды, представляя различные точки зрения на события и проблемы.

К **основным видам медиа** относятся:

1) *Печатные СМИ.*

К ним относятся газеты, журналы, книги и другие печатные издания. Печатные медиа являются одним из старейших видов распространения информации. Они предоставляют актуальные новости, аналитические статьи, рецензии на книги и фильмы, а также развлекательные материалы.

2) *Электронные СМИ.*

Включают телевидение, радио, интернет-СМИ и подкасты. Эти медиа предлагают широкий спектр программ, от новостей, ток-шоу и документальных фильмов до развлекательных передач, сериалов и видеоигр.

3) *Социальные медиа.*

К ним относят ВКонтакте, Telegram, Rutube и другие платформы. Социальные медиа позволяют пользователям делиться информацией, общаться и находить новые интересные материалы. Они также могут служить источником новостей и мнений.

4) *Блоги и онлайн-журналы.*

Это независимые источники информации, которые содержат авторские статьи и обзоры. Блоги могут быть посвящены различным темам, от технологий до культуры и искусства.



Медиафера непрерывно развивается. Обрисуем перспективы развития данного направления.

Развитие медиаферы неразрывно связано с развитием интернета, на просторах которого регулярно появляются новые популярные площадки. Один из ярких примеров – приложение Clubhouse. Оно создавалось для массовых аудиосозвонов и выпуска подкастов. Приложение появилось в период пандемии, когда множество людей были вынуждены работать дома. Clubhouse стал очень популярен, набрав в первый месяц 10 миллионов пользователей, даже несмотря на то, что первое время был доступен только на iPhone, и попасть на тот или иной канал можно было только по специальному приглашению.

Но уже через несколько месяцев о нем все резко забыли. Причин этому было несколько. Во-первых, оно было несовершенно в функциональном плане. Во-вторых, все основные конкуренты уже запустили аналоги.

Это яркий пример того, что медиафера – живая среда, в которой регулярно происходят изменения.

Сейчас многие узкие направления, с которыми раньше справлялись общие специалисты, выделяют в отдельные вакансии. Так появились SMM-менеджеры, digital-маркетологи, бренд-менеджеры, блогеры-обозреватели, авторы подкастов, медиа-художники и т. д.

Учитывая все вышперечисленное, не удивительно что появились так называемые «Новые медиа». Это новый формат существования средств массовой информации, постоянно доступных на цифровых устройствах и подразумевающих активное участие пользователей в создании и распространении контента.

В современном мире любой человек, даже при самом минимальном бюджете и техническом оснащении, способен создать собственное медиа-издание в любом формате: текст, изображения, аудио, видео. Примерами могут служить каналы в социальных сетях и видеоблоги.

Индустрия новых медиа плотно взаимодействует со многими сегментами рынка: реклама и маркетинг, телевидение, радио. А те, в свою очередь, тесно связаны с интернетом, с помощью которого происходит взаимодействие с потребителями.

Новые медиа – полноценная индустрия с собственным сегментированным рынком и профессионалами, в которой главным посредником, в первую очередь, становится интернет и цифровые технологии. А значит, это очень перспективная отрасль, но в то же время сложная, многогранная. Здесь большая конкуренция, но и большие возможности.



Сфера медиа включает в себя множество профессий, которые связаны с созданием, анализом и распространением информационного и развлекательного контента. Выделим три ключевые профессии нашего направления.

Журналист – это специалист, который собирает, обрабатывает и распространяет информацию через различные средства массовой информации (газеты, журналы, телевидение, радио, интернет-ресурсы). Журналист берет интервью, пишет статьи, создает репортажи, редактирует тексты и не только.

Профессия журналиста порой предполагает творческий подход. Журналисты могут писать яркие, захватывающие и даже художественные тексты, способные эмоционально вовлечь читателей. Узнать больше о профессии можно по [ссылке](#).

Фотограф фиксирует события на камеру. Фотографы используют свои художественные и технические навыки, чтобы запечатлеть моменты и передать эмоции, идеи или информацию. Фотографы могут работать в разных сферах и жанрах фотографии.

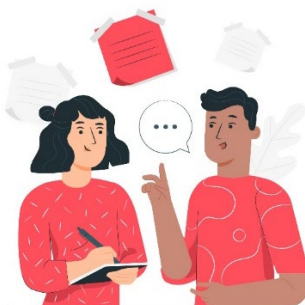
В широком смысле фотограф – человек, в чьи задачи входит подготовка к проведению съемок (выбор темы, переговоры, получение разрешений и согласований, подбор моделей, реквизита, оборудования, выбор места и т. п.), непосредственно фотосъемка и последующая работа по обработке и печати фотографий, продажа материала. Узнать больше о профессии можно по [ссылке](#).

Продюсер организует и координирует процесс создания, производства и выпуска проектов. Он играет ключевую роль в проекте, обеспечивая его успех и эффективное функционирование. Узнать больше о профессии можно по [ссылке](#).

Безусловно, стоит упомянуть об **ограничениях для работы** в медиасфере.

В первую очередь, следует получить профильное образование по выбранной специальности. Иногда, однако, в профессию приходят люди из смежных или совершенно других областей. Но, как правило, у таких специалистов есть дополнительное образование или соответствующее требуемой должности портфолио.

Следует сразу оговориться, что профессии в медиа часто связаны с общением с людьми и публичными выступлениями. Зачастую приходится оперативно приезжать на место событий, порой в выходной день. Поэтому, если вы не очень любите общаться и стремитесь работать на должности со стабильным графиком, профессия журналиста или фотографа вам может не подойти.



Профессии в сфере медиа часто предполагают стрессоустойчивость, это тоже следует иметь в виду. На некоторых специальностях существуют ограничения по здоровью, все очень индивидуально.

При выборе профессии всегда изучайте, какие для данного специалиста требуются личностные качества, с какими трудностями он может столкнуться.

Приведем в пример журналиста. Эта профессия подойдет тем, кто любит слово, русский язык и литературу, иностранные языки, легко выражает свои мысли устно и письменно, стремится к раскрытию своего творческого потенциала. Также профессия журналиста подойдет тем, кто любит общение, умеет отстаивать свое мнение, добиваться в коммуникации своих целей.

Профессия журналиста может быть идеальной для людей, обладающих определенными интересами и личными качествами:

Интересы:

- *Любопытство:* желание узнавать новое и раскрывать неизведанные темы.
- *Интерес к актуальным событиям:* осведомленность о происходящем в мире и стремление донести информацию до других.
- *Любовь к письму:* страсть к созданию текстов.

- *Коммуникабельность*: желание общаться с разными людьми и узнавать их истории.

Личные качества:

- *Непредвзятость*: способность оставаться объективным и предоставлять сбалансированную информацию.
- *Самостоятельность*: способность работать без постоянного надзора и принимать решения на месте.
- *Добросовестность*: ответственное отношение к работе, проверка фактов и стремление избегать ошибок.
- *Устойчивость к стрессу*: способность сохранять спокойствие в условиях давления, особенно, когда подходят сроки или тема чрезвычайно чувствительна.
- *Креативность*: способность придумывать интересные и уникальные идеи для материалов.
- *Навыки коммуникации*: умение устанавливать контакт и вести диалог с различными людьми, а также умение понятно и доступно излагать мысли.
- *Этичность*: понимание и соблюдение этических стандартов профессии.

Люди, которые умеют слушать, задавать правильные вопросы и имеют чувство эмпатии, часто успешно работают в журналистике. Также важна способность быстро адаптироваться к новым ситуациям и технологиям, а также быть готовым к постоянному обучению и развитию.

Об ограничениях и личных качествах, которые требуются для других профессий, вы можете узнать на [сайте](#), выбрав нужную специальность.

ГЛОССАРИЙ

- **Контент** – информационный продукт. Включает в себя тексты, посты в социальных сетях, фото, видео, подкасты и прочее.
- **Контент-план** – структурированный график публикаций для СМИ и социальных сетей.
- **SMM (Social Media Marketing)** – форма маркетинга, основанная на использовании социальных сетей для продвижения продуктов и услуг компании.

Уважаемые участники Форума, вы можете самостоятельно составить наиболее полный вариант глоссария по направлению «Медиа».

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ:

1. Манович Л. // Язык новых медиа. – 2001.
2. Амзин А. и др. // Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016 / под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. – Екб: Гуманитарный университет, 2016. – 304 с.
3. Кристиана Пол // Цифровое искусство. – 2017
4. Майкл Раш // Новые медиа в искусстве. – 2022
5. Сидни Пайк // Мы изменили мир. Мемуары основателя глобальной спутниковой системы CNN. – 2008.
6. Новостная интернет-журналистика. Александр Амзин
7. Методология и методы медиаисследований: учебное пособие / Е. Г. Малышева, О. С. Рогалева. – Москва: ФЛИНТА, 2022 – 148 с.
8. Ефанов А. А. Общество во власти медиапроцессов : монография / А. А. Ефанов. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 189 с.
9. Кульназарова, А. В. Теория и практика медиакоммуникаций : учебно-методическое пособие / А. В. Кульназарова. – Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2021. – 44 с.
10. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 486 с.
11. Медиаискусство – XXI век. Генезис, художественные программы, вопросы образования. Ред. А. В. Сазиков. Москва, 2023.

Советуем, что посмотреть:

1. Что такое медиакоммуникации? Кем работать после выпуска? URL: <https://clck.ru/38reCU>.
2. 10 вопросов ИСФНиМК. Направление «Медиакоммуникации». URL: <https://clck.ru/38reDn>.
3. 10 глупых вопросов DIGITAL-специалисту. URL: <https://clck.ru/38reFS>.
4. 10 глупых вопросов ЖУРНАЛИСТУ. Алексей Пивоваров. URL: <https://clck.ru/HznV7>.

ЗАДАНИЯ КЕЙСА

Для дальнейшей работы на Форуме предлагаем выполнить задания кейса. Это поможет лучше разобраться в направлении «Медиа».

1. Составьте список основных современных профессий и специальностей по направлению «Медиа».
2. Выберите одну из перечисленных профессий/специальностей для дальнейшей работы Форуме. Обоснуйте выбор.
3. Укажите особенности этой профессии/специальности с учетом вызовов времени. Объем текста не должен превышать 300 знаков без пробелов.
4. Определите сферы взаимодействия выбранного вами специалиста в области освоения новейших методов и технологий. Создайте интеллект-карту, на которой укажите, с какими специалистами он входит во взаимодействие и каков предмет каждого взаимодействия (подробнее про интеллект-карты можно посмотреть здесь: <https://clck.ru/ZybYw>).
5. Укажите пять «плюсов» и пять «минусов» выбранной профессии/специальности.
6. Определите пять профессиональных характеристик, которыми должен обладать выбранный специалист.
7. Определите пять личных качеств, которыми должен обладать выбранный специалист.
8. Проведите сравнительный анализ программ подготовки специалистов в вузах РФ и на основании его результатов укажите, в каких именно вузах страны ведется подготовка выбранных вами специалистов.
9. Укажите пять инноваций, которые были внедрены за последние 5-10 лет в медиасфере. Укажите инновации в выбранной профессии/специальности, определяющие современный технологический/экономический прорыв России.
10. Составьте пять вопросов выбранному специалисту, которые хотели бы задать ему лично на пресс-конференции.
11. Составьте список дополнительных источников информации по выбранной профессии/специальности.
12. Обоснуйте, почему вы готовы выбрать в будущем эту профессию/специальность, а также почему не хотите ее выбирать.
13. Предложите слоган про выбранную вами профессию/специальность.
14. Напишите 15 ассоциаций к выбранной профессии.
15. Предложите сюжет фильма, книги или игры, через который вы могли бы рассказать об этой профессии своим друзьям.