

УДК 070.11
ББК 76.0

DOI: 10.31862/1819-463X-2025-2-53-60

ЗНАЧЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОНКУРСОВ ДЛЯ МЕДИАСПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ

А. О. Самкова

Аннотация. Сферы культуры и журналистики традиционно объединяли людей, для которых среди главных задач были отражение действительности и возможность самореализации. Одним из способов мотивации работников творческого труда являются профессиональные конкурсы. В настоящее время наблюдается рост популярности таковых для медиаспециалистов, задействованных в сфере культуры. Конкурсы играют важную роль в развитии и улучшении состояния культуры и журналистики, выявлении талантливых и перспективных специалистов, дополнительно стимулируют креативность, инновации и профессионализм, а также способствуют обмену опытом и знаниями. В статье предпринимается попытка продемонстрировать на примере двух масштабных конкурсов, что их результаты не только имеют узкопрофессиональную значимость, но и важны для граждан и государства в целом и отражают положительные изменения в сознании общества.

Ключевые слова: медиа, медиатекст, культура, коммуникации, цифровые технологии, конкурс.

Для цитирования: Самкова А. О. Значение профессиональных конкурсов для медиаспециалистов сферы культуры // Наука и школа. 2025. № 2. С. 53–60. DOI: 10.31862/1819-463X-2025-2-53-60.

© Самкова А. О., 2025



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License
The content is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

THE IMPORTANCE OF PROFESSIONAL CONTESTS FOR MEDIA SPECIALISTS
IN THE CULTURAL SPHERE

A. O. Samkova

Abstract. *The spheres of culture and journalism have traditionally united people for whom the reflection of reality and the possibility of self-realization were among the main tasks. Professional contests is a way of motivating creative workers. Currently, there is a growing popularity of such competitions for media professionals involved in the cultural sphere. Competitions play an important role in the development and improvement of culture and journalism, identifying talented and promising professionals, stimulating creativity, innovation and professionalism, as well as facilitating the exchange of experience and knowledge. The article attempts to demonstrate by the example of two large-scale competitions that their results are not only of narrow professional significance, but are also important for citizens and the state as a whole, and reflect positive changes in the consciousness of society.*

Keywords: *media, mediatext, culture, communications, digital technologies, contest.*

Cite as: Samkova A. O. The importance of professional contests for media specialists in the cultural sphere. *Nauka i shkola*. 2025, No. 2, pp. 53–60. DOI: 10.31862/1819-463X-2025-2-53-60.

Журналистика вносит свой неоспоримый посильный вклад в формирование культуры человека и современного «общества культуры». Нельзя не согласиться с заявлением, сделанным Е. Л. Вартановой на десятом Санкт-Петербургском международном форуме объединенных культур: «Миссия журналистики в России традиционно понималась как служение своей стране, государству, народу, проживающему на территории страны, выполнение широкого спектра функций, среди которых особенное значение всегда имели просветительская и информационная. Миссия подразумевала фиксацию и осмысление исторического опыта разных периодов жизни нашей страны, сохранение духовно-нравственных ценностей и культурного наследия общероссийской идентичности. Говоря о журналистике, мы говорим о культуре»¹.

Цифровизация, повсеместное и всестороннее освоение глобальной сети открывает медиаспециалистам, специализирующимся на освещении событий и явлений культуры, новые возможности взаимодействия с аудиторией, способствует стабильной востребованности культурно-просветительского контента. Однако вместе с тем эти феномены диктуют необходимость в выявлении в столь высококонкурентной среде эффективных форматов и практик создания и продвижения подобного контента, в определении ключевых тенденций, структурирующих культурную отрасль в медиаполе. Одним из инструментов, позволяющих разрешить данное затруднение, выступают профессиональные конкурсы для журналистов, pr-специалистов, блогеров сферы культуры и искусства.

Особое место конкурсные мероприятия занимают в образовательном процессе профессиональной подготовки студентов профильных медианарправлений.

¹ Елена Вартанова: Говоря о журналистике, мы говорим о культуре. URL: <https://mediamonitorsu.ru/news/98744/> (дата обращения: 21.09.2024).

Можно обратить внимание на растущую популярность студенческих фестивалей, в том числе организуемых высшими учебными заведениями, которые могут включать в себя различный комплекс мероприятий: образовательный компонент (мастер-классы, открытые лекции), выставки, кейс-чемпионаты, конкурсы и др. В. В. Тулупов, с опорой на свой личный преподавательский и журналистский опыт, отмечает, что подобного рода конкурсные события способствуют реализации нескольких важных задач:

1. учебно-методическая: применение теоретических знаний на практике, установление согласованности между запросами, предъявляемыми отраслью к будущим специалистам и уровнем их образования;
2. профессиональное ориентирование: возможность самореализации, самосовершенствования и самоопределения участников, а также шанс обратить на себя внимание экспертов, представленных профессиональным жюри, и потенциальных работодателей;
3. социальный и творческий аспекты: установление контактов с коллегами и экспертами, налаживание сотрудничества и обмена опытом, раскрытие творческого потенциала личности, развитие социальной мобильности.
4. рекламная и маркетинговая цели: в ситуации, когда мероприятие проводится систематически на протяжении многих лет, очевидным образом возрастают его имиджевые возможности [1, с. 2].

Данные положения отчасти можно назвать универсальными, поскольку они распространяемы не только на академическую среду. Видится значение таких мероприятий и в том, что они формируют площадки для создания и воплощения перспективных проектов, на которых можно найти поддержку (в том числе финансовую) и единомышленников, а также продемонстрировать свой талант. Главное, что они способствуют накоплению передового опыта, который может рассматриваться в качестве потенциального ресурса эффективного развития культуры и медиа, а также медиакультуры.

Исследователь В. В. Перевалов отмечает, что участие в конкурсах для действующих медиаспециалистов в узкой сфере, такой как культура, отражается на их профессиональном росте. Показатели, свидетельствующие этому, можно условно разделить на две группы: субъективные и объективные [2, с. 79].

К числу объективных показателей относится продвижение по карьерной лестнице, увеличение доходов, издание книг собственного сочинения и количественные и качественные изменения аудитории. К субъективным – полезные знакомства с деятелями культуры, особенно с заслуженными и знаменитыми, и расширение контактов с ними, также учитываются и их лояльные оценки в адрес журналистов, обратная связь от аудитории.

Среди прочего стоит отметить, что принцип состязательности положительно отражается на развитии креативного мышления медиаспециалистов, стимулирует их активность, инициирует разработку и внедрение инновационных подходов и нововведений, тем не менее сохраняя лучшие традиции во всем многообразии. Благодаря как текущей, так и продолжительной, время от времени, сравнимости достигнутых результатов проделанной работы, можно определить и оценить общий уровень развития в профессиональной, творческой сферах, смоделировать тренды, которые присущи обозначенным направлениям.

В последнее время количество профессиональных конкурсов и премий для журналистов, PR-менеджеров, блогеров и других опытных и начинающих, задействованных при освещении событий культуры и искусства и популяризирующих отечественную

культуру, заметно возрастает как на региональном, так и всероссийском уровне. И эта тенденция говорит о двух стратегических направлениях: 1) развитие культуры, как и прежде, выступает одним из национальных приоритетов и интересов, 2) усиливается роль средств массовой информации, медиаиндустрии, глобальной сети Интернет в части производства контента, оказывающего значительное влияние на цифровую трансформацию общества, его консолидацию, гармонизацию отношений. Дополнительно можно отметить еще и поощрение медиаспециалистов, целенаправленно приобщающих людей к культуре, ее духовно-нравственному содержанию, формированию высоких ценностных ориентиров и идеалов, составляющих основу российского менталитета, чей труд неоспоримо важен и сложен в особенности в современных реалиях.

В качестве примера рассматриваемых конкурсов приведем два наиболее масштабных, ставших уже традиционными: «Культура слова» и «VK Гранты – поддержка проектов в сфере культуры и искусства».

Всероссийский конкурс СМИ «Культура слова» учрежден Министерством культуры РФ в 2020 г. и посвящен реализации национального проекта «Культура», который в свою очередь разработан в соответствии с указом Президента РФ от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» и скорректирован в соответствии с указом от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года». Реализация проекта началась 1 января 2019 г.²

В экспертный совет конкурса входят известные общественные деятели культуры, специалисты в области медиакоммуникаций, редакторы и журналисты СМИ. Число участников данного конкурса в период с 2020 по 2023 г. неуклонно росло, в 2024 г. можно заметить, что показатель продолжил держаться на уровне 2023 г. Эти данные свидетельствуют о приобретении конкурсом определенного «веса», престижности в профессиональном сообществе.

Автором настоящей статьи составлена таблица «Статистические показатели Всероссийского конкурса СМИ «Культура слова» (табл. 1) на основе отчетной информации, размещенной на официальном сайте конкурса³, фиксирующая изменения в содержании конкурсных номинаций и отражающая динамику числа участников по каждой из них за все время проведения конкурса. Из приведенной таблицы следует, что к основным номинациям, неизменным на протяжении пяти лет, относятся «Лучшая публикация в онлайн-издании», «Лучшая печатная публикация», «Лучший радиовыпуск», «Лучший фотоснимок», «Лучший видеосюжет», «Лучшее интервью». С 2023 г. учреждена номинация «Лучшая публикация в социальных медиа», среди участников она достаточно востребована, если судить по количеству работ, поданных в ее рамках. Объяснимо это тем, что, как пишет П. Г. Бычков, «Интернет обладает огромным потенциалом, поскольку позволяет транслировать информацию практически на любых языках культуры – графическими, аудио- и видеосредствами» [3, с. 213], неоспоримым является и тот факт, что Интернет стирает временные и географические барьеры, открывая доступ к информации неограниченному кругу лиц. С учетом данного тезиса будет правомерно рассматривать интернет-коммуникации в контексте их социокультурного значения, а именно влияния на ключевые социальные процессы – социализацию и инкультурацию.

² Национальный проект «Культура»: официальный сайт Министерства культуры РФ. URL: <https://culture.gov.ru/about/national-project/about-project/> (дата обращения: 22.09.2024).

³ Всероссийский конкурс СМИ «Культура слова 2024». URL: <https://kulturaslova.ru/> (дата обращения: 07.01.2025).

Интерес к Интернету от сайтов до социальных сетей со стороны пользователей возрастает, о чем свидетельствует статистика. По данным Mediascope, в России интернетом пользуются 85% (103 млн человек старше 12 лет) населения. Средне-статистический человек ежедневно проводит в Интернете порядка 5 часов. Если рассматривать структуру интернет-потребления по тематикам, то основная онлайн-активность приходится на видеоресурсы – 20%, на социальные медиа и мессенджеры уходит по 16%, играм отводится 8%, маркетплейсы – 4%⁴. Высокая доля времени, проводимого в цифровой среде, свидетельствует о том, что социальные медиа стали неотъемлемой частью нашей жизни и затрагивают почти все ее аспекты, как минимум работу, общение, развлечения и непосредственно культуру. Таким образом, медиатекст можно рассматривать как инструмент воздействия на сознание и поведение аудитории.

Таблица 1

Статистические показатели Всероссийского конкурса СМИ «Культура слова»

| Номинации | Число работ | | | | |
|--|-------------|------|------|------|------|
| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| Лучшая публикация в онлайн-издании | 48 | 95 | 105 | 127 | 115 |
| Лучшая печатная публикация | 40 | 107 | 107 | 140 | 122 |
| Лучший видеопост | 19 | 32 | 35 | X | X |
| Лучший пост | 16 | 47 | 38 | X | X |
| Лучший радиовыпуск | 14 | 29 | 28 | 36 | 20 |
| Лучшее интервью | 53 | 110 | 141 | 152 | 110 |
| Лучший фотоснимок | 14 | 39 | 46 | 70 | 58 |
| Лучший видеосюжет | 55 | 75 | 77 | 106 | 83 |
| Лучшая публикация в социальных медиа | X* | X | X | 105 | 78 |
| Лучший PR-проект в государственной сфере | X | X | X | 36 | X |

⁴ Эксперты группы компаний Mediascope выступили на конференции «День Бренда». URL: <https://mediascope.net/news/2659520/> (дата обращения: 07.01.2025).

| Номинации | Число работ | | | | |
|---|-------------|------|------|------|------|
| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| Лучший видеоподкаст | X | X | X | X | 17 |
| Наша культура в лицах | X | X | X | X | 116 |
| Национальный проект «Культура» в новых регионах: взгляд СМИ | X | X | X | X | 13 |
| Общее количество работ | 259 | 534 | 577 | 772 | 732 |

Примечание: * Отметка X сообщает об отсутствии конкурсной номинации в указанный год.

Цифровизация – одна из противоречивых тенденций, пронизывающих все сферы жизни и имеющая как оппонентов, так и сторонников. Процессы создания и распространения цифрового контента составляют основу глобальной сети – места формирования онлайн-культуры. В этой связи стоит прислушаться к авторам монографии «Аналитика культурных индустрий: до и после [пандемии], которые считают, что «тотальная цифровизация скрывает не просчитанные риски для сферы культуры, как уникальной отрасли “экономики чувств”. Достижение национальных целей России невозможно без учета этих рисков» [4, с. 119].

И эти подозрения небезосновательны. Основная и очевидная угроза – это последствия информационных войн, которые сопровождают человечество на протяжении веков. И сейчас, как никогда, можно наблюдать, как и с какой скоростью разворачивается информационная война, которая задействует все средства массовой дезинформации, применяет новые, все более изощренные технологии производства и распространения фейков, пропаганды деструктивной идеологии, способов укоренения в сознании людей с помощью различных форм массовой культуры, включая мультимедиа, концепты, приводящее к ущербу здоровью и нравственности общества. На информационном поле битвы западная агрессия, пытающаяся дестабилизировать общественную и политическую обстановку внутри нашей страны, применяя механизмы социального научения и тактику «нагнетания отрицательных эмоций», получает мощный отпор по всем фронтам, в том числе и на культурном.

Приходит важное понимание усиления роли России в мировом гуманитарном и культурном пространстве, которое может достигаться и через информационные ресурсы, которые востребованы современным обществом. Сходством массмедиа и культуры, будучи ключевыми аспектами человеческой жизни, является их влияние на все сферы существования человека, на восприятие мира.

Учреждение федеральными органами исполнительной власти подобных конкурсов можно считать мерой поддержки медиаспециалистов, способствующих сохранению культурного наследия и привлечению внимания к нему, распространению лучших достижений в сфере культуры и искусства, отстаивания российской ценностной вертикали, для которой на протяжении веков понятия Отчизна,

духовность и труд имели и имеют определяющее значение и, как следствие, являются мерой противостояния лоббированию интересов недружественных нам стран.

Одной из самых популярных и востребованных среди русскоязычной аудитории является социальная сеть «ВКонтакте» с богатым функционалом и возможностями. Согласно исследованию Mediascope, за третий квартал 2024 г. она сохранила лидерские позиции по среднесуточному охвату аудитории, около 45% россиян пользовались данной медиаплощадкой в указанный период, также социальная сеть на первом месте в топ-5 ресурсов по времяпрепровождению среди аудитории в возрастном сегменте от 25 до 34 лет, то есть молодежи⁵.

Примечательно, что «ВКонтакте» имеет программу грантовой поддержки учреждений культуры «VK Гранты – поддержка проектов в сфере культуры и искусства», запущенную с 2021 г. В качестве учреждений культуры здесь рассматриваются музеи, театры, филармонии, планетарии, цирки, выставочные центры, дома культуры, арт-пространства, а также культурные СМИ и порталы, блогеры, авторы и другие медиапроекты, организации в сфере культуры⁶.

В 2024 г. общий фонд данной программы составил 60 млн руб. Существует два типа грантов (по 30 млн руб. каждый) – денежный и цифровой, предназначенные для создания современного контента и его рекламное продвижение на базе «ВКонтакте». Сумма денежного гранта на одного получателя составляет до 5 млн руб., цифрового – до 1 млн руб.

В координационный совет грантовой программы входят представители органов государственной власти, сотрудники компании «ВКонтакте» и известные деятели культуры по различным направлениям. Такой состав экспертов позволяет учитывать точки зрения различных сторон (власть, профессионалы индустрии, интернет-сообщество) и делает процесс принятия решений более объективным.

Отдельно можно отметить конкурс на предоставление грантов Президента РФ на реализацию проектов в области культуры, искусства и креативных (творческих) индустрий, который проводится Президентским фондом культурных инициатив в соответствии с Указом Президента РФ от 17 мая 2021 г. № 287 «О создании Президентского фонда культурных инициатив». В числе типов проектов, получающих поддержку, среди прочих отмечены межотраслевые, сетевые культурные и кросскультурные проекты, образовательные и наставнические проекты в области культуры, искусства и креативных индустрий (включая цифровые технологии), проекты креативных индустрий (включая в области новых медиа, мультимедиа технологий)⁷.

Таким образом, подводя итог, можно сказать, что вместе с развитием информационного пространства и повсеместным внедрением цифровых технологий представляется важной поддержка культурных инициатив, реализуемых также с помощью новых медиа, социальных сетей. В связи с этим возникает потребность в их открытии, выявлении, чему как раз и способствует проведение конкурсов для медиаспециалистов, задействованных в сфере культуры. Участие в подобных профессиональных конкурсах дает возможность публично представить свой опыт работы

⁵ Как россияне используют Интернет на смартфоне. URL: <https://mediascope.net/news/2654610/> (дата обращения: 07.01.2025).

⁶ VK Гранты – поддержка проектов в сфере культуры и искусства. URL: <https://vkgrants.ru/> (дата обращения: 22.09.2024).

⁷ Президентский фонд культурных инициатив. URL: <https://фондкультурныхинициатив.рф/grants> (дата обращения: 26.09.2024).

и идеи, результаты творческих экспериментов, которые могут использоваться в качестве потенциального ресурса развития медиа- и культурной индустрии, а также утвердить общественную значимость профессии, продемонстрировать свой вклад в культуру. В той или иной форме они способствуют противостоянию дискредитации и девальвации общечеловеческих, общепризнанных ценностей и традиций, искажению культуры и истории.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Тулунов В. В. О медиафестивалях и конкурсах журналистов, рекламистов и пиарменов // Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2018. № 3–4 (154–155). С. 2–5.
2. Перевалов В. В. Деятельность журналиста в пространстве художественной культуры: учеб. пособие. М.: МГУП, 2011. 238 с.
3. Бычков П. Г. Массовое сотрудничество как новейшая форма трансляции массовой культуры // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2012. № 151. С. 212–216.
4. Аналитика культурных индустрий: до и после [пандемии]: моногр. / И. А. Ахьямова, Беляева М. А., Боталов А. М. [и др.]; науч. ред. М. А. Беляевой. Екатеринбург: Екатеринбургская академия современного искусства, 2020. 238 с.

REFERENCES

1. Tulupov V. V. O mediafestivalnykh i konkursakh zhurnalistov, reklamistov i piarmenov. *Aktsenty. Novoe v massovoy kommunikatsii*. 2018, No. 3–4 (154–155), pp. 2–5.
2. Perevalov V. V. *Deyatel'nost zhurnalista v prostranstve khudozhestvennoy kultury: ucheb. posobie*. Moscow: MGUP, 2011. 238 p.
3. Bychkov P. G. Massovoe sotrudnichestvo kak noveyshaya forma translyatsii massovoy kultury. *Izvestiya RGPU im. A. I. Gertsena*. 2012, No. 151, pp. 212–216.
4. Akhyamova I. A., Belyaeva M. A., Botalov A. M. et al. *Analitika kulturnykh industriy: do i posle [pandemii]: monogr.* Ed. by M. A. Belyaeva. Ekaterinburg: Ekaterinburgskaya akademiya sovremennogo iskusstva, 2020. 238 p.

Самкова Алина Олеговна, аспирант кафедры журналистики и медиакоммуникаций им. В. А. Славиной Института журналистики, коммуникаций и медиаобразования, Московский педагогический государственный университет

e-mail: alina.samkova1998@yandex.ru

Samkova Alina O., PhD post-graduate student, Journalism and Media Communications Department named after V. A. Slavina, Journalism, Communications and Media Education Institute, Moscow Pedagogical State University

e-mail: alina.samkova1998@yandex.ru

Статья поступила в редакцию 16.10.2024

The article was received on 16.10.2024