

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт
(наименование института полностью)

Кафедра Журналистика и социология
(наименование)

42.03.02 Журналистика
(код и наименование направления подготовки)

Журналистика
(направленность (профиль) / специализация)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Тема создания и развития профессиональной карьеры в сетевых СМИ

Обучающийся

Е. В. Полякова
(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

кандидат филологических наук, М.В. Орлова
(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Аннотация

Выпускная квалификационная работа «Тема создания и развития профессиональной карьеры в сетевых СМИ» посвящена разработке и реализации медиапроекта о трудоустройстве и построении карьеры молодежи в условиях изменений на рынке труда. Актуальность авторского проекта обусловлена необходимостью создания контента, который помогает молодежной аудитории эффективно адаптироваться к новому рынку труда, интегрируя технологические новшества и тренды. Медиапроекты, ориентированные на карьерное развитие, становятся важным инструментом, способствующим адаптации выпускников учебных заведений в условиях динамично изменяющегося рынка труда.

В первой главе рассматриваются ключевые аспекты, связанные с созданием медиапроекта, направленного на развитие карьеры молодежи.

Во второй главе работы представлена концепция медиапроекта, его структура, цели и задачи. Описание этапов разработки материалов, методов вовлечения аудитории, а также особенности использования инструментов геймификации дают полное представление о механизмах реализации медиапроекта в условиях сетевого издания. В частности, подчеркивается важность интеграции современных технологий и трендов в процесс разработки контента, чтобы обеспечить успешную адаптацию молодежи к изменяющимся условиям трудового рынка.

В рамках проекта «Точка роста» создано четыре материала, отражающих актуальные проблемы трудоустройства и профессиональной ориентации молодежи. Они включают элементы аналитики, геймификацию, которые повышают вовлеченность и интерес аудитории. Список используемой литературы и используемых источников включает 46 наименований.

Оглавление

Введение4

Глава 1 Технология разработки медиапроекта о построении карьеры для сетевого издания	9
1.1 Построение карьеры как тематический сегмент дискурса СМИ.....	9
1.2 Моделирование авторского проекта с учетом потребностей целевой аудитории.....	14
Глава 2 «Точка роста» – авторский проект в сетевом издании Молодежного медиахолдинга «Есть talk!»	19
2.1 Концепция авторского проекта «Точка роста»	19
2.2. Профессиональная рефлексия авторского проекта «Точка роста»	34
Заключение	47
Список используемой литературы и используемых источников.....	49

Введение

Число вакансий на рынке труда Самарской области в семь раз превышает свободные трудовые ресурсы. В начале 2022 года было не закрыто более 43,5 тысячи вакансий, что в три с лишним раза превышает число безработных, а спустя год разрыв оказался уже более чем шестикратным: 47,5 тысячи вакансий при 7590 зарегистрированных безработных [32].

По данным опроса SuperJob, 22 % россиян считают свой уровень стресса на работе высоким, а 13 % – очень высоким. При этом лишь 6 % признались, что совершенно не испытывают стресса на рабочем месте. Стресс на работе остается распространённой проблемой, особенно в условиях адаптации. Выпускникам, начинающим свой карьерный путь, приходится сталкиваться не только с профессиональными задачами, но и с психологическим давлением. При отсутствии опыта справиться с этим крайне сложно.

В Самарской области осуществляет свою деятельность Федеральный проект «Содействие занятости» национального проекта «Демография» для компетенций и навыков, обеспечивающих конкурентоспособность и профессиональную мобильность на рынке труда [32]. Также Центр занятости населения предоставляет участникам государственной программы Самарской области «Оказание содействия добровольному переселению в Самарскую область соотечественников, проживающих за рубежом».

Перечисленные причины служат обоснованием актуальности выпускной квалификационной работы, эмпирической базой которой является авторский творческий медиапроект «Точка роста», посвящённый аспектам построения карьеры.

По определению Е. В. Маслова, карьера – это успешное продвижение в сфере общественной, служебной, научной или производственной деятельности, сопровождающееся достижением известности и признания. Трудовая карьера, в свою очередь, – это индивидуальная последовательность изменений в работе, в сфере отношений [23].

В. В. Травин и В. А. Дятлов рассматривают постоянного работника как человека, который проходит процесс профессионального становления. В ходе этого процесса он осваивает новые технологии и навыки, меняет основные и должностные обязанности, а также играет важную роль в коллективе. Карьера включает мотивацию к успеху, самоосознание, самоотдачу и стремление к самореализации, что соответствует определенным переменам и продвижению по карьерной лестнице [41].

Для Молодежного медиахолдинга «Есть talk!» была разработана концепция авторского проекта по теме построения карьеры.

Объектом выпускной квалификационной работы является тема построения карьеры как инструмента профессионального развития и самореализации.

Предметом выпускной квалификационной работы является авторский проект «Точка роста», разработанный для сетевого издания «Молодежного медиахолдинга “Есть talk!”».

Целью данной бакалаврской работы является разработка и реализация концепции авторского проекта для сетевого издания, посвященного вопросам построения карьеры.

В рамках исследования предполагается создание и публикация цикла материалов, раскрывающих основные аспекты карьерного развития, профессионального роста и адаптации на рынке труда.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- систематизировать теоретический и практический материал, посвященный построению карьеры, с учетом современных тенденций на рынке труда и требований к профессиональной квалификации;
- разработать концепцию авторского проекта, которая будет охватывать различные аспекты построения карьеры, включая выбор профессии, развитие необходимых навыков, составление резюме и успешное прохождение собеседований;

- в соответствии с разработанной концепцией подготовить авторские материалы для сетевого издания «Молодежный медиахолдинг “Есть talk!”», посвященные карьерному развитию;
- проанализировать цикл авторских материалов с точки зрения достижения цели и задач проекта, описанных в концепции.

Теоретико-методологическую базу выпускной квалификационной работы составляют труды исследователей, освещающие вопросы построения карьеры, управления персоналом, формирования профессиональных и soft skills, а также современных подходов к карьере в условиях трансформирующегося рынка труда. Понятие карьеры и её этапы раскрываются в работах М. А. Лайпанова, А. С. Кубатовой, Д. И. Кузнецова, Ю. В. Плаксы. Вопросы профессионального самоопределения и формирования карьерных целей рассмотрены у Ф. У. Базаевой, М. С. Перминовой, С. А. Атаевой и М. А. Гараджаева. Проблематика управления карьерой в организации представлена в исследованиях М. Е. Арефьевой, Л. С. Есенжуловой, Е. В. Мугаевой, Д. А. Мугуевой, Е. В. Маслова, Е. К. Кириченко. Развитие универсальных и надпрофессиональных компетенций рассматривается у Н. В. Болдыревой, Н. П. Болдыревой, В. А. Коленовой. Цифровая трансформация профессионального и образовательного пространства анализируется в работах Э. Б. Аваковой, А. А. Кузнецова. Особенности влияния медиа и геймификации на профессиональные установки исследуются у А. В. Ждановой, И. И. Карпенко, А. П. Короченского, А. П. Липатовой, А. В. Болотнова. Медиапроекты как пространство социализации и профориентации молодёжи описаны в трудах В. Л. Иваницкого, М. А. Полянской, Е. В. Каштановой, А. С. Лобачевой, А. И. Акопова.

В качестве эмпирической базы используются материалы студенческих медиаобъединений Самарской области, таких как «КРУПА TV» (СГЭУ), фотоклуб «За кадром», студенческое СМИ «Главный корпус» (ПВГУС), «Медиакомпашка» (СГЭУ), студенческая инициатива «Планик». Данные объединения реализуют информационную, коммуникативную,

социализирующую и отчасти профориентационную функции в студенческой среде. В качестве медийных аналогов, демонстрирующих интеграцию карьерной тематики в журналистский контент, рассматриваются материалы изданий «Тинькофф Журнал», Журнал «Дело Модульбанка», Журнал «Аксиомы карьеры».

Для реализации задач бакалаврской работы были использованы следующие методы: библиографический метод для анализа теоретической части исследования, метод анализ-синтез, применяемый при обработке теоретического материала, контент-анализ как основа для создания эмпирической базы исследования, метод проектирования и моделирования, важный для разработки авторского медиапроекта, жанровый анализ, обеспечивающий детальный подход к рассмотрению эмпирических данных, структурно-содержательный анализ для систематизации теоретических и практических аспектов.

Эмпирической базой бакалаврской работы выступают материалы профессиональных изданий (Журнал «Дело Модульбанка», Тинькофф Журнал, газета «Академия связи», газета «Самарский университет»), а также авторский проект «Точка роста».

Географические рамки бакалаврской работы охватывают региональный аспект – Самарскую область.

Практическая значимость работы. Результаты, полученные в ходе исследования, могут быть использованы в практике карьерного консультирования, при разработке образовательных программ для студентов, а также при планировании корпоративных мероприятий, направленных на формирование карьерных стратегий.

Структура выпускной квалификационной работы включает введение, две главы, заключение и список использованной литературы и источников. Во введении обосновывается актуальность темы, обозначаются предмет и объект исследования, цель и задачи работы; характеризуются теоретико-

методологическая база, эмпирическая база, методы исследования и их практическая значимость.

В первой главе выпускной квалификационной работы «Технология разработки медиапроекта о построении карьеры для сетевого издания» рассматривается понятие карьеры, её ключевые характеристики и факторы, влияющие на развитие карьерной траектории. Во второй главе «"Точка роста" – авторский проект в сетевом издании Молодежного медиахолдинга "Есть talk!"»-разрабатывается концепция медиапроекта и проводится анализ текстов.

В заключении подводятся итоги проделанной работы и дается оценка эффективности примененных методов и подходов в контексте создания и реализации авторского медиапроекта, ориентированного на карьерное развитие и трудоустройство. Список использованной литературы и источников включает 47 наименований.

Глава 1 Технология разработки медиапроекта о построении карьеры для сетевого издания

1.1 Построение карьеры как тематический сегмент дискурса СМИ

Построение карьеры в современном обществе играет ключевую роль не только в профессиональной, но и в личной самореализации человека. Карьера, как отмечают исследователи И. В. Белько и О. В. Карабанова, представляет собой результат осознанной позиции и поведения личности в трудовой деятельности, связанный с профессиональным ростом, достижением конкретных целей, улучшением навыков и повышением квалификации, а также развитием компетенций и увеличением материального вознаграждения [8]. Карьерные устремления оказывают значительное влияние на процесс развития личности, поскольку включают не только конкретные цели, но и способы их достижения, что, в свою очередь, обуславливает необходимость применения различных методов управления карьерой и ее осознанного планирования [4].

Карьерный процесс, как указывает М. А. Лайпанов, характеризуется неравномерностью и цикличностью, сочетая как непрерывное развитие, так и моменты прерывания или пересмотра профессиональной траектории. Он отмечает, что в современных условиях традиционные модели карьеры требуют уточнения с учетом возрастающей социальной мобильности и экономических изменений [21]. Индивидуальная траектория профессионального развития ориентирована на самоутверждение и должна соответствовать стратегическим карьерным целям, адаптированным под условия их реализации. Карьера таким образом становится для индивида способом социального самоутверждения, в котором значительную роль играют не только карьерные достижения, но и способность к гибкости и адаптации [35].

Процесс управления карьерой предполагает использование различных методов и инструментов. Одним из таких методов, как указывают И. В. Белько и О. В. Карабанова, является обогащение работы, представляющее собой

изменение содержания трудовой деятельности для повышения её значимости и предоставления работнику возможности для личностного роста и развития профессиональных компетенций [8]. В этом контексте также важны программы обучения и развития, которые направлены на системное повышение квалификации и компетентности персонала [34]. Как подчеркивают исследователи, данные программы способствуют обновлению знаний и навыков, что позволяет сотрудникам эффективно адаптироваться к изменениям в профессиональной сфере [43].

Еще одним методом, способствующим профессиональному развитию, является ротация должностей. Этот подход направлен на предотвращение профессиональной монотонности и позволяет сотрудникам осваивать новые компетенции в рамках организации, стимулируя тем самым их карьерное развитие [15]. Ротация должностей играет ключевую роль в развитии управленческих навыков, обеспечивая специалистам более глубокое понимание различных аспектов организационной деятельности. Коучинг, как отмечают авторы, также является одним из эффективных инструментов управления карьерой [23]. Коучинг представляет собой сопровождение специалистов с целью достижения конкретных профессиональных целей и развития управленческих способностей. Наставники и коучи в данном процессе помогают не только в постановке целей, но и в мотивации, что повышает эффективность карьерного планирования [36].

Сущность и структура компетенций также играют важную роль в построении карьеры. Как подчеркивают Н. В. Болдарева и Н. П. Болдырева, компетенции представляют собой способность решать определенные профессиональные задачи, а уровень компетентности определяет качество выполнения задач [8]. Важно отметить, что компетенция является интегральным результатом взаимодействия таких компонентов, как мотивационный, целевой, ориентационный и контрольный, которые тесно связаны между собой и взаимно влияют на развитие карьеры.

Карьерное развитие рассматривается как процесс целенаправленного формирования и реализации индивидуальной профессиональной траектории [3]. В его основе — стратегическое планирование и управление карьерой, направленные на достижение конкретных целей с учётом личных ресурсов и внешних условий. Особое значение имеет развитие профессиональных и универсальных компетенций, обеспечивающих адаптивность специалиста к трансформациям рынка труда [6].

Современные условия требуют от индивида карьерной гибкости — способности к смене профессиональных ролей, освоению новых задач и переносу навыков в смежные сферы. Карьера становится всё менее линейной, а успешность определяется готовностью к изменениям и устойчивостью к неопределённости [8].

Ключевым фактором карьерного развития выступает и профессиональная мотивация, связанная с внутренними установками, стремлением к самореализации и осмысленным выбором трудовой деятельности [11]. Внешние институты — образовательные организации и работодатели — задают рамки и ресурсы для карьерного продвижения, влияя на темпы и векторы профессионального роста [16].

Особое внимание привлекает процесс транспрофессионализации карьеры, которая характеризуется взаимодействием различных карьерных траекторий. Как отмечают С. И. Сотников и Н. З. Сотников, транспрофессионализация позволяет не только эффективно распределять ресурсы, но и создает синергетический эффект [35]. «Сумма свойств организованного целого карьеры транспрофессионализации должна быть больше, чем сумма свойств всех входящих в нее карьер специализации», — подчеркивают авторы, объясняя, что синергия позволяет специалисту достичь более высокого уровня устойчивости и стабильности в профессиональной деятельности [35].

С другой стороны, карьерная интеграция обеспечивает формирование ценностного единства, что становится возможным за счет синергетической совместимости различных направлений. Этот аспект играет важную роль в

успешном переходе от одной профессиональной деятельности к другой, не снижая при этом общего уровня компетенции и качества работы [33]. По мнению С. И. Сотникова, подобная интеграция направлена не на нивелирование индивидуальных карьерных треков, а на их ценностное объединение, что позволяет сохранять уникальные профессиональные особенности каждого специалиста [36]. Таким образом, транспрофессионализация выступает как способ формирования гибкой, но при этом устойчивой карьеры, соответствующей требованиям современного рынка.

Параллельно с вопросами транспрофессионализации, важной задачей становится создание профессионального портфолио, которое не только иллюстрирует достижения, но и отражает навыки и компетенции, приобретенные в ходе образовательного процесса. И.И. Толкунова и Д.С. Пайко описывают, что уже на втором курсе студенты начинают формировать свои портфолио, включая в них цифровые продукты, созданные в рамках учебных проектов [39]. Первоначально студентам предлагается разработка личной страницы (landing-page), куда они начинают прикреплять результаты своих проектов. Эта практика позволяет развивать навыки самопрезентации, делая акцент на визуализации достижений. Со временем, с увеличением сложности проектов и компетенций, студенты переходят к созданию более сложных цифровых продуктов, таких как собственные сайты или мобильные приложения [40]. В результате студент к окончанию обучения имеет готовое портфолио, демонстрирующее его способность решать практические задачи и визуально представлять свои профессиональные умения.

Подобный подход к созданию портфолио особенно актуален в условиях современной экономики, где на первое место выходит демонстрация навыков в конкретных кейсах и задачах. Портфолио, организованное по такому принципу, позволяет студентам более уверенно позиционировать себя на рынке труда и предъявлять потенциальным работодателям доказательства своей компетентности в различных сферах деятельности.

На современном этапе СМИ продолжают активно освещать вопросы карьеры и трудоустройства, однако акцент делается на более широком спектре тем, включая развитие гибких навыков, адаптацию к изменениям на рынке труда, поиск баланса между работой и личной жизнью. Также активно обсуждаются вопросы профессионального самоопределения, карьерного роста и самореализации [24].

«Тинькофф Журнал» представляет несколько рубрик, освещающих карьеры и трудовые отношения. Он ориентирован на широкую аудиторию молодых специалистов, сотрудников частного сектора и представителей креативных индустрий. Целью проекта является популяризация знаний о карьерном развитии через практические кейсы, экспертные мнения и советы. Рубрика «Посты читателей» предоставляет возможность делиться личными историями карьерного роста, а «Работа и зарплата» ориентирована на предоставление советов по построению карьеры. В разделе «Мнения» эксперты делятся размышлениями о профессиональном развитии, а «Что делать?» предлагает практические рекомендации для решения проблем, возникающих в рабочем процессе. Рубрика «Дискуссии» способствует обмену мнениями по актуальным вопросам в сфере карьеры и трудовых отношений.

Журнал «АККСиомы карьеры», являющийся первым в России специализированным изданием для экспертов по карьере, публикует интервью с карьерными консультантами и психологами, а также предоставляет аналитические материалы о текущих трендах в области профессионального развития. Его основная цель – формирование профессионального сообщества специалистов в сфере карьерного сопровождения и развитие экспертной дискуссии по ключевым вопросам профессионального роста. Целевая аудитория включает консультантов, работающих с молодёжью и взрослыми в условиях нестабильного рынка труда. В выпуске «7 трендов развития карьеры 2024» обсуждаются ключевые направления в карьере, такие как членство в профессиональных сообществах и использование инновационных подходов к профессиональному развитию. Также в журнале представлен «Путеводитель по

карьере молодых специалистов», в котором рассматриваются эффективные стратегии взаимодействия с молодыми кадрами в условиях меняющегося рынка труда.

Журнал «Дело Модульбанка» ориентирован на предпринимателей и освещает вопросы, касающиеся карьеры и управления персоналом. Его задача — осветить аспекты развития карьеры в предпринимательском контексте и предложить инструменты для повышения эффективности в управлении персоналом. Рубрики «Советы», «Истории» и «Интервью» направлены на развитие навыков эффективного взаимодействия с сотрудниками, решения вопросов трудовых отношений и управления персоналом. Издание также освещает важные аспекты ведения бизнеса, что имеет прямое отношение к развитию карьеры, особенно в контексте предпринимательства и управления людьми.

1.2 Моделирование авторского проекта с учетом потребностей целевой аудитории

Для пояснения понятия медиапроекта на тему карьерного пути стоит сначала определить, что такое медиапроект в целом. Для пояснения понятия медиапроекта о карьерном пути можно обратиться к исследованию Л. П. Шестеркиной и А. Р. Марфицина, в котором медиапроект рассматривается как аналитическое проектирование в медиасфере. Он включает в себя творческую разработку, в которой важно осознание целеполагания, задач, изменений характера, а также определение масштабов и сроков реализации [45]. Медиапроект использует различные технологические платформы и направлен на достижение целей, определяющих важное социальное значение для развития общества. Таким образом, медиапроект – это не только проектирование процесса, но и результат этого процесса, то есть медиапродукт [29].

Для создания и запуска авторского медиапроекта, ориентированного на карьерный путь, необходимо тщательно продумать будущий медиапродукт. Проект реализуется на платформе молодежного медиахолдинга «Есть talk!», где будет выпускаться серия материалов в жанре рассказов о карьерных траекториях выпускников ТГУ [38]. В рамках этого выпуска будет предложен элемент геймификации, в виде короткого теста, который позволит активно взаимодействовать с контентом [13].

При разработке концепции проекта можно опираться на метод бизнес-моделирования СМИ, предложенную В. Л. Иваницким [14]. Хотя эта концепция изначально ориентирована на новое создание, она может быть адаптирована для разработки любых проектов, включая медиапроекты, которые существуют на базе уже функционирующих СМИ.

В. Л. Иваницкий предлагает несколько ключевых аспектов, которые необходимо учитывать при запуске любого медиапроекта:

- определение ключевой идеи и миссии проекта;
- выбор основных типологических характеристик медиапроекта.
- разработка издания бизнес-стратегии, на базе которого будет реализован проект;
- установление базового типа коммуникаций, которое будет использоваться для взаимодействия с аудиторией;
- формулировка международной редакционной политики, включая работу с фактами и границами, является их обоснованной;
- определение политики работы с рекламодателями, если это необходимо для проекта [14].

Процесс разработки медиапроекта, согласно методологии В. Л. Иваницкого, рассматривает шесть основных этапов. В начале проекта необходимо создать структуру, выявив все ее составляющие, включая и формы материалов, выбрать внешний и визуальный стиль. На втором этапе важно обеспечить правовую основу, чтобы четко определить права на интеллектуальную собственность, в том числе авторские права на созданный

контент. Третий этап включает в себя команду специалистов, необходимых для создания пилотной версии проекта. Следующим важным этапом становится запуск корпоративной информационной системы для автоматизации процессов, а также создание внутреннего понимания того, как должна построиться работа команды. Пятый этап предусматривает подготовку интернет-версии пилотного материала для тестирования и анализа. Наконец, на последнем этапе проекта важно оценить актуальность и востребованность материалов, чтобы понять, стоит ли продолжать проект [13].

Теория В. Л. Иваницкого сосредоточена на создании абсолютно нового медиапродукта, однако для целей данной работы она должна быть адаптирована, поскольку проект разрабатывается на основе уже существующего издания. В связи с этим необходимо провести типологический анализ СМИ, на базе которых будет разрабатываться проект, чтобы определить его основные принципы работы издания, а также его информационную и редакционную политику [13].

Медиапроект, ориентированный на карьерный путь, должен учитывать следующие параметры:

- типологические характеристики базового медиаиздания;
- принципы редакционной политики;
- целевая аудитория и сделайте это самостоятельно;
- миссия, идея и цели проекта;
- функции и задачи, которые проект должен решить.

Кроме того, важно, чтобы медиапроект карты стратегии и платформы информационной безопасности, на базе которых будут реализованы. В этом случае проект может быть ориентирован не на получение прибыли, а на достижение других целей, таких как поддержание имиджа издания или развитие образовательного содержания [28].

В итоге, при разработке и реализации авторского медиапроекта необходимо учитывать все аспекты, связанные с типологией издания,

стратегией, концепцией проекта, а также его подключением аудитории и функциональными задачами [29].

Медиапроект «Точка роста» ориентирован на молодежь – студентов и выпускников вузов Самарской области, находящихся в поиске профессионального пути и способов адаптации к требованиям современного рынка труда. Данная категория аудитории характеризуется активным потреблением цифрового контента, предпочтением динамичных и интерактивных форматов подачи информации, а также высокой степенью вовлеченности в коммуникационные процессы посредством онлайн-платформ.

Среди ключевых информационных запросов данной аудитории можно выделить необходимость получения актуальной информации о востребованных компетенциях, реальных карьерных траекториях выпускников, существующих возможностях профессионального развития и механизмах трудоустройства. Учет данных факторов обусловил концептуальные особенности медиапроекта. В основу положен принцип практико-ориентированного подхода, в рамках которого создаются материалы, демонстрирующие реальные кейсы выпускников, успешно выстроивших карьеру в различных отраслях [45].

Выводы первой главы:

В ходе исследования были изучены теоретические основы и практические подходы к созданию медиапроектов, посвященных теме карьерного пути. Для создания концепции авторского медиапроекта сначала было проанализировано само понятие медиапроекта как комплексного информационного продукта, ориентированного на взаимодействие с отключением аудитории через выделенные каналы. На основе проведенного анализа мы пришли к выводу, что успешный медиапроект должен учитывать не только использование продукции промышленного назначения, но и современные тенденции в медиаформатах.

При моделировании авторского медиапроекта были учтены ключевые параметры и тенденции, выявленные в результате предварительного теоретического и эмпирического анализа. На основании изученных источников и проведенного анализа медиасреды удалось выделить наиболее актуальные

темы, формы и каналы подачи информации, востребованные среди целевой аудитории – молодых людей, находящихся на этапе профессионального самоопределения. Эти параметры были положены в основу концепции проекта, направленного на обеспечение содержательной и эмоциональной вовлеченности аудитории, повышение уровня её информированности и мотивации к активному осмыслению личной карьерной траектории.

Концепция данного проекта будет разработана с учетом информационной политики Молодёжного медиахолдинга «Есть talk!», которая включает темы трудоустройства, профориентации молодых специалистов в период обучения в вузе и при дальнейшем определении профессиональной ниши на актуальном рынке труда. Этой теме посвящена практическая глава бакалаврской работы.

Глава 2 «Точка роста» – авторский проект в сетевом издании Молодёжного медиахолдинга «Есть talk!»

2.1 Концепция авторского проекта «Точка роста»

На начальном этапе создания авторского медиапроекта проводится типологический анализ платформы, на которой будут публиковаться материалы. В этом случае такой платформой выступает Молодёжный медиахолдинг «Есть talk!».

Анализ будет проводиться с использованием методики теоретико-типологического анализа СМИ А. И. Аكوпова [3].

Учредителем и издателем Молодёжного медиахолдинга «Есть talk!» является Тольяттинский государственный университет [43].

Авторский медиапроект «Точка роста» будет размещён на платформе сетевого издания «Молодёжный медиахолдинг „Есть talk!“». Это издание объединяет радиоредакцию «ТОЛК Радио», телевизионную редакцию «ТОЛК ТВ», редакции газет «Тольяттинский университет» и Speechka, а также редакции сайтов tltsu.ru и talk-on.ru. Для реализации проекта лучше всего подходит молодёжный медиахолдинг talk-on.ru, поскольку онлайн-платформа даёт возможность охватить большое количество пользователей, включая студентов и выпускников ТГУ, преподавателей и потенциальных работодателей. Кроме того, сайт представляет техническую возможность внедрения элемента геймификации в текст.

Издание «Есть talk!» – это молодёжная медиаплатформа, функционирующая в рамках медиахолдинга при Тольяттинском государственном университете. Основная цель платформы – формирование позитивного имиджа университета как прогрессивного, открытого и социально ориентированного образовательного института, важного для города и региона. Через публикацию контента, создаваемого преимущественно студентами, издание становится площадкой репрезентации реальных кейсов

взаимодействия обучающихся с профессиональной, общественной и культурной средой.

Целевая аудитория издания включает студентов Тольяттинского госуниверситета, абитуриентов, преподавателей, молодёжь Самарской области, а также представителей местных сообществ и потенциальных партнёров вуза. Контент охватывает темы образования, карьеры, социокультурных инициатив, межнационального взаимодействия, а также городских и региональных трендов. Благодаря этому «Есть talk!» выступает медиатором между университетом и внешним пространством — как городским, так и областным.

В рамках выпускной квалификационной работы будет проведён анализ раздела «Спецпроекты», который представляется наиболее подходящим для публикации авторского медиапроекта. Материалы, размещаемые на сайте Молодёжного медиахолдинга «Есть talk!», должны соответствовать интересам аудитории портала и способствовать достижению целей, задач и функций редакции.

Публикации журналистских материалов на молодёжном портале talk-on.ru осуществляются ежедневно. Сайт Молодёжного медиахолдинга «Есть talk!» обладает характеристиками интернет-СМИ, такими как гипертекстуальность, интерактивность и мультимедийность. В рамках медиапроекта будут задействованы все возможности сетевого издания.

Издание «Есть talk!!» представляет собой многофункциональную медиаплатформу, ориентированную на молодёжную и студенческую аудиторию Самарской области. Структура издания включает несколько тематических разделов, каждый из которых выполняет специализированные функции и обеспечивает комплексное развитие читателей.

Раздел «Толковости» направлен на культурно-просветительскую деятельность, публикуя материалы по истории, культуре и искусству, способствующие расширению кругозора и формированию критического мышления. «Научпоп» предлагает научно-популярные статьи, знакомящие аудиторию с современными достижениями науки и технологиями, что

стимулирует познавательную активность и формирует научную грамотность. «Учись как надо» фокусируется на образовательном и проектном развитии молодёжи, предоставляя практические рекомендации, мотивационные истории и советы экспертов для формирования soft skills и проектных компетенций. «С места в карьеру» посвящён профессиональной социализации и адаптации выпускников вузов, включает кейсы трудоустройства, требования работодателей и рекомендации по развитию профессиональных навыков. «Слово школам» отражает мнение и опыт школьников и педагогов, поддерживает диалог между образовательными учреждениями и молодёжью, что способствует развитию образовательного сообщества. Спецпроекты объединяют тематические циклы материалов и мультимедийный контент, направленные на решение актуальных социальных, культурных и образовательных задач. «Толк Радио» и «Толк ТВ» обеспечивают аудиовизуальное сопровождение издания, расширяя охват аудитории через радиопередачи и видеоматериалы. Раздел «Анонсы» информирует читателей о предстоящих событиях, мероприятиях и возможностях для участия в жизни региона.

Для создания качественного и уникального авторского проекта «Точка роста» важно провести сравнительный анализ аналогов, работающих в сфере публикации материалов о карьерных траекториях и трудоустройстве. Это позволяет выявить сильные стороны и уникальные особенности существующих проектов, а также определить направления для дальнейшего развития.

Пресс-служба Сибирского Федерального университета (СФУ) предлагает материалы в жанре новых медиа и интерактивных историй. Основной акцент сделан на представлении отзывов студентов об образовательном процессе, историях трудоустройства и научных достижениях. Достоинством подхода СФУ является использование мультимедийного формата, который позволяет глубже вовлечь аудиторию и делает контент визуально привлекательным. Однако проект ориентирован преимущественно на внутреннюю аудиторию

университета, что ограничивает его влияние за пределами образовательного учреждения.

Газета «Самарский университет» Самарского государственного университета им. Королёва также публикует истории трудоустройства выпускников, однако её формат остаётся более традиционным. Цель издания — освещение достижений университета, академической жизни и научных разработок. Целевая аудитория — преподаватели, сотрудники, студенты и партнёры университета, а также представители научного сообщества региона. Печатный характер издания и ограниченный охват аудитории снижают возможности для активного взаимодействия с читателями и привлечения молодёжи. Тем не менее, публикации этой газеты имеют важное значение для укрепления репутации университета и демонстрации его вклада в профессиональную подготовку кадров.

Развитие студенческих медиаобъединений в Самарской области демонстрирует значительное внимание к освещению университетской жизни, образовательных мероприятий и творческой деятельности молодёжи.

Так, объединение КРУПА TV | СГЭУ, действующее с 2015 года, сосредоточено на информационном сопровождении мероприятий, проходящих в университете, а также на создании развлекательного и познавательного контента для социальных сетей. Цель проекта — вовлечение студентов в медийную жизнь вуза, создание лояльной внутренней аудитории. Целевая аудитория — студенты и преподаватели СГЭУ, участники университетских мероприятий. В его деятельности отсутствуют рубрики, посвященные профессиональной ориентации, вопросам адаптации студентов к рынку труда или формированию карьерных траекторий. Аналогичная ситуация наблюдается в деятельности фотоклуба «За кадром», основной акцент которого сделан на развитие фотоискусства, подготовку фоторепортажей и участие в конкурсах. Несмотря на важность подобных инициатив, они не способствуют формированию у студентов практических знаний о возможностях трудоустройства.

СМИ «Главный корпус» ПВГУС, специализирующееся на освещении университетской жизни, развивает информационно-развлекательный контент, но также не включает в свою редакционную политику вопросы, связанные с профессиональной самореализацией студентов. Цель издания — формирование позитивного имиджа вуза через внутренние и внешние медиапубликации. Целевая аудитория — студенты, преподаватели, абитуриенты ПВГУС. В то же время «Медиакомпашка ФСППО СГЭУ», позиционируя себя как медиаплатформа для развития критического мышления и формирования общественного мнения, создает материалы, направленные на взаимодействие студентов и администрации. Однако в представленных тематических направлениях отсутствуют публикации, способствующие осознанию студентами возможностей построения карьеры в регионе. Цель проекта — развитие публичной дискуссии среди студентов, создание студенческого сообщества с активной позицией. Целевая аудитория — студенты факультета, вовлечённые в вопросы образования, университетской политики, общественной активности.

Студенческий медиаресурс «Планик», функционирующий в формате телеграм-канала, ориентирован на освещение университетских мероприятий, студенческой жизни и городских событий, предоставляя возможность студентам участвовать в создании контента. Цель ресурса — быстрое, неформальное информирование студентов о событиях университета и города. Целевая аудитория — активные студенты, молодёжь Тольятти, подписчики в соцсетях. Несмотря на динамичный формат и стремление к взаимодействию с аудиторией, в его тематике также отсутствуют аспекты, связанные с профессиональной ориентацией и адаптацией студентов к современному рынку труда.

В сравнении с перечисленными проектами «Точка роста» имеет несколько ключевых преимуществ. Во-первых, проект ориентирован на создание репутационного контента, который учитывает интересы как студентов, так и работодателей, что способствует установлению диалога между

ними. Во-вторых, использование элементов геймификации, таких как интерактивные тесты, повышает вовлечённость аудитории и делает проект более интерактивным. Наконец, территориальная привязка к Самарской области позволяет учитывать региональные особенности рынка труда, что делает проект уникальным и более релевантным для целевой аудитории.

Анализ деятельности существующих студенческих медиапроектов в Самарской области позволил выявить существенный пробел в их содержательном наполнении: отсутствие системного освещения вопросов профессиональной ориентации, построения карьеры и адаптации студентов к требованиям современного рынка труда. Основное внимание в аналогичных проектах сосредоточено на освещении образовательных, культурных и досуговых событий, в то время как карьерные аспекты остаются вне сферы их интересов.

Учитывая данный вывод, авторский проект «Точка роста» был ориентирован на восполнение выявленного информационного дефицита. В его структуру включены материалы, направленные на развитие у студентов осознанного отношения к профессиональному самоопределению, повышение осведомлённости о требованиях работодателей и актуальных трендах рынка труда. Проект также предполагает использование интерактивных форматов взаимодействия с аудиторией (тесты, кейсы), что обеспечивает высокий уровень вовлечённости и способствует эффективной коммуникации между студентами и потенциальными работодателями.

В процессе разработки и реализации медиапроекта будет проведена адаптация контента под специфику целевой аудитории Молодёжного медиахолдинга «Есть talk!». Это предполагает учёт интересов, предпочтений и потребностей молодых людей, составляющих аудиторию портала.

Использование возможностей Молодёжного медиахолдинга «Есть talk!» позволит распространить авторский медиапроект среди широкой аудитории, включающей студентов и выпускников Тольяттинского государственного

университета, преподавателей и потенциальных работодателей. Таким образом, проект сможет расширить свою географию и усилить влияние.

Применение современных технологий и подходов в рамках медиапроекта обеспечит его привлекательность и эффективность для аудитории. Интерактивные элементы, такие как тесты и опросы, позволят вовлечь пользователей в активное взаимодействие с контентом, что повысит их интерес и мотивацию к изучению представленных материалов.

Проект «Точка роста» представляет собой серию из четырёх публикаций в жанре житейской истории, дополненных элементами геймификации (включая тесты) и аналитическими аспектами. В рамках проекта создаётся репутационный контент, представляющий кейсы взаимодействия выпускников с работодателями на территории Самарской области, города Тольятти. Цель проекта — разработать и представить цикл из четырёх материалов для молодёжного издания до конца семестра, с сентября 2024 года по январь 2025 года. Публикации должны быть выстроены в логической последовательности, позволяющей читателю последовательно: ознакомиться с требованиями работодателей к навыкам кандидатов; понять механизмы формирования ожиданий от будущей профессии и методы предотвращения разочарования в профессиональном выборе; изучить перспективы трудоустройства в регионе; получить информацию о способах адаптации к актуальным трендам на рынке труда.

Проект ориентирован на аудиторию, которая совпадает с аудиторией молодёжного медиахолдинга «Есть talk!». Это в первую очередь молодые люди от 16 до 25 лет, студенты, стремящиеся улучшить свои знания русского языка и грамотность. Кроме того, косвенно проект затрагивает преподавателей и сотрудников Тольяттинского государственного университета, а также других посетителей сайта медиахолдинга «Есть talk!» (talk-on.ru) и читателей газет «Тольяттинский университет» и «Speech'ка».

Всех представителей аудитории проекта объединяют такие качества, как сообразительность, широкий кругозор, умение мыслить независимо и стремление к развитию.

Миссия проекта заключается в создании и распространении репутационного контента, который способствует формированию положительного имиджа компаний-работодателей, а также в предоставлении студентам ориентиров для успешного трудоустройства и профессиональной адаптации.

В рамках этой миссии проект «Точка роста» использует реальные кейсы трудоустроенных выпускников, чтобы продемонстрировать потенциальным соискателям перспективы карьерного роста и помочь им лучше понять требования работодателей. Это позволяет не только создать положительный образ компаний, но и предоставить студентам практические рекомендации по успешному трудоустройству и адаптации к изменениям на рынке труда.

Проект «Точка роста» выполняет ряд функций, определяющих его значимость как медиапродукта, направленного на содействие трудоустройству молодых специалистов. Функциональная нагрузка проекта может быть рассмотрена с позиции теоретико-методологического подхода, разработанного Г. В. Чевозеровой. Согласно данной концепции, журналистика реализует методологически обусловленные функции, среди которых ключевыми являются информационная и аналитическая. Информационная функция предполагает систематическую передачу аудитории актуальных сведений о социальной действительности, тогда как аналитическая направлена на интерпретацию событий и выявление причинно-следственных связей, формирующих картину происходящего.

Фундаментом реализации всех функций журналистики, по Г. В. Чевозеровой, выступает их общая коммуникационная природа. Коммуникация в данном контексте рассматривается не как отдельный аспект, а как универсальное условие, при котором осуществляется взаимодействие между субъектом и аудиторией. Контент создаётся с учётом потенциального

восприятия, что обеспечивает его релевантность, а также возможность получения обратной связи, необходимой для устойчивого коммуникативного процесса.

Социальные функции проекта формируются на основе уже описанной методологической базы и реализуются через конкретные действия, ориентированные на потребности аудитории. В частности, проект обеспечивает повышение информированности студентов о механизмах трудоустройства, способствует формированию представлений о карьерных стратегиях, а также отражает реальные кейсы взаимодействия выпускников с работодателями. Благодаря этому возникает потенциальная организаторская составляющая: медиатексты побуждают аудиторию к самоопределению и ориентируют на осознанное построение профессиональной траектории.

Реализация функций в проекте «Точка роста» осуществляется на нескольких уровнях: на методологическом — через информационные и аналитические механизмы; на социальном — через практическое воздействие на восприятие и поведение аудитории; на коммуникативном — благодаря встроенности всех процессов в организованную систему двустороннего взаимодействия. Функциональная модель проекта неразрывно связана с его целями и задачами и обеспечивает достижение практического эффекта в сфере содействия трудоустройству молодёжи.

Проект направлен на реализацию данных функций следующим образом. Информационная функция обеспечивается созданием материалов о текущих тенденциях рынка труда, требованиях работодателей и возможностях профессионального развития студентов, что позволяет оперативно информировать аудиторию о значимых изменениях. Аналитическая функция реализуется посредством подготовки аналитических публикаций, в которых объясняются причины сложностей при трудоустройстве студентов, предлагаются решения на основе анализа практик успешного построения карьеры, а также исследуется влияние развития soft skills на карьерную траекторию выпускников. Культурно-просветительская функция реализуется

посредством фрагментов интервью, аналитические материалы и кейсы у студентов формируют представление о региональном рынке труда, востребованных навыках и карьерных траекториях выпускников. Такой формат способствует повышению осведомлённости о современных тенденциях трудоустройства и позволяет молодёжи более уверенно ориентироваться в профессиональной среде. Социально-бытовая функция реализуется так, что в центре внимания оказываются реальные истории людей — выпускников, уже прошедших путь стажировки, адаптации и становления в профессии. Благодаря этим историям проект помогает студентам понять повседневную реальность трудовой жизни: бытовые сложности, личные инсайты, мотивацию, а также противоречия между ожиданиями и реальностью. Это обеспечивает практико-ориентированный взгляд на профессию, приближая образ «успеха» к жизненным обстоятельствам и опыту. Социальная функция медиапроекта реализуется посредством представления реальных кейсов трудоустройства молодых специалистов, основанных на подлинных историях взаимодействия выпускников с работодателями. Подобная форма подачи материала способствует социальной адаптации аудитории, так как демонстрирует практические примеры преодоления профессиональных трудностей, поиска карьерного пути и встраивания в трудовую среду.

Для реализации указанных функций в рамках проекта «Точка роста» предполагается проведение целого комплекса мероприятий. Одной из ключевых задач является разработка концепции материалов, что включает определение их тематического содержания, структуры и формата, а также формулирование ключевых идей, которые будут раскрыты в публикациях. Это позволит обеспечить логическую последовательность подачи материалов и создать сценарии, способствующие их глубокой проработке. Важной задачей станет сбор и анализ информации о текущем состоянии рынка труда в Самарской области. Это предполагает выявление востребованных навыков, анализ перспективных отраслей и определение ключевых тенденций, влияющих на процесс трудоустройства. Для обеспечения актуальности и

достоверности материалов будет проведён сбор статистических данных, экспертных мнений и реальных кейсов выпускников, успешно трудоустроившихся в регионе. Ещё одной задачей является разработка элементов геймификации, которые обеспечат интерактивное вовлечение аудитории в процесс изучения представленных материалов. Это включает создание тестов и других инструментов, направленных на закрепление знаний и повышение интереса читателей к проекту. Для реализации задач визуализации будет разработан мультимедийный контент, включающий фотографии и графические элементы, способствующие улучшению восприятия информации. Особое внимание будет уделено интеграции результатов проекта в существующую информационную платформу молодёжного медиахолдинга «Есть talk!», что позволит эффективно достичь целевой аудитории.

Концептуальная структура проекта «Точка роста» включает в себя следующие тематические блоки, которые будут последовательно раскрыты в рамках цикла публикаций:

Анализ востребованных навыков (Soft и Hard Skills): исследование требований работодателей к кандидатам, выявление ключевых компетенций, необходимых для успешного трудоустройства и профессионального развития.

Разрыв между ожиданиями и реальностью: анализ факторов, влияющих на формирование представлений о будущей профессии, а также разработка стратегий предотвращения разочарования в профессиональном выборе.

Перспективы трудоустройства в Самарской области: оценка текущего состояния рынка труда в регионе, выявление наиболее перспективных отраслей и профессий, предоставление студентам информации о возможностях трудоустройства.

Адаптация к изменениям трендов: изучение механизмов адаптации к динамичным изменениям на рынке труда, разработка рекомендаций по развитию навыков, востребованных в условиях постоянных изменений.

Все материалы медиапроекта «Точка роста» должны быть объединены общей темой, структурой и стилистикой написания, а также единой авторской

стратегией, что обеспечит их целостность и последовательность. Материалы будут представлять собой серию публикаций в жанре житейских историй, основанных на реальных кейсах выпускников, успешно трудоустроившихся в Самарской области. Каждая публикация будет включать аналитический обзор ключевых аспектов профессионального развития, дополненный элементами геймификации, такими как тесты.

Концептуальная структура проекта «Точка роста» предусматривает последовательное раскрытие ключевых тематических блоков, каждый из которых посвящён важным аспектам профессионального развития и трудоустройства. Такая структура обеспечивает логичность повествования и последовательное погружение аудитории в содержание материалов, начиная с базовых вопросов и заканчивая практическими рекомендациями для построения карьеры.

Первый материал будет посвящён анализу востребованных навыков, включая Soft и Hard Skills. Этот блок является отправной точкой цикла, поскольку понимание требований работодателей к современным специалистам представляет собой основу для успешного профессионального развития. В материале будут рассмотрены ключевые компетенции, которые ожидают от кандидатов в различных сферах деятельности, и предложены рекомендации по их развитию. Введение темы с анализа навыков позволяет задать контекст и подготовить аудиторию к восприятию более сложных аспектов, таких как разрыв между ожиданиями и реальностью.

Второй материал раскроет тему разрыва между ожиданиями выпускников и реальной ситуацией на рынке труда. Этот этап логически следует за первым, так как знание востребованных навыков позволяет аудитории осознать возможные причины несоответствия между их ожиданиями и реальностью. В рамках материала будет представлен анализ факторов, влияющих на формирование ожиданий от профессии, и обсуждены стратегии предотвращения разочарования. Такой подход способствует формированию у

аудитории более реалистичных представлений о трудоустройстве и карьерном росте, а также помогает выработать адаптивное отношение к изменениям.

Третий материал будет посвящён перспективам трудоустройства в Самарской области. Эта тема логично вытекает из предыдущих блоков, поскольку понимание востребованных навыков и возможных разрывов между ожиданиями и реальностью необходимо для оценки перспектив на конкретном рынке труда. В материале будет представлен обзор текущего состояния регионального рынка труда, выделены наиболее перспективные отрасли и профессии, а также предложены практические рекомендации для студентов. Рассмотрение локальной специфики важно для создания чувства сопричастности у аудитории и повышения её вовлечённости.

Четвёртый материал завершает цикл, рассматривая механизмы адаптации к изменениям на рынке труда. Завершение цикла этой темой обусловлено необходимостью подвести итог изученным аспектам и предложить читателям практические инструменты для реагирования на динамичные изменения. Материал будет направлен на развитие у аудитории гибкости мышления и навыков, способствующих долгосрочному профессиональному росту. Он также предоставит рекомендации по продолжению обучения и развитию карьеры в условиях нестабильности рынка.

Выстроенная последовательность материалов обусловлена необходимостью постепенного и последовательного погружения читателей в сложную и многогранную тематику профессионального становления. Логика перехода от базовых понятий к практическим рекомендациям позволяет не только эффективно передать информацию, но и мотивировать аудиторию к действиям. Такой подход обеспечивает целостность проекта и достижение поставленных целей.

Территориальная и временная привязка проекта «Точка роста» охватывает Самарскую область. В материалах будет представлен временной охват, начиная с периода обучения и заканчивая первыми этапами карьеры выпускников в течение нескольких лет после окончания учебного заведения.

В рамках проекта «Точка роста» каждый материал представляет собой комплексную структуру, направленную на всестороннее освещение рассматриваемой проблематики. В начале каждого материала предоставляется детальный анализ текущей ситуации на рынке труда и статистические данные, отражающие основные тенденции и изменения в сфере трудоустройства и профессионального развития. Это позволяет читателям получить объективное представление о текущем состоянии дел и определить наиболее перспективные направления для своего карьерного роста.

Основной акцент делается на представлении реальных историй успеха выпускников, которые успешно трудоустроились в ведущих компаниях Самарской области. Эти кейсы демонстрируют конкретные примеры того, как молодые специалисты преодолевают трудности и достигают профессиональных высот, что может служить стимулом для читателей и мотивировать их к саморазвитию и поиску работы.

Для обеспечения достоверности и научной обоснованности представленных материалов в каждом из них содержится экспертное мнение от представителей научного сообщества, специалистов по карьерному консультированию и успешных предпринимателей. Их рекомендации и советы помогают читателям лучше понять механизмы функционирования рынка труда и разработать эффективные стратегии поиска работы и профессионального роста. Завершает каждый материал короткий тест, направленный на проверку усвоенных знаний и навыков. Он способствует закреплению полученной информации и повышает вовлечённость аудитории, делая процесс обучения более интерактивным и увлекательным.

Принцип мультимедийности играет ключевую роль в оформлении материалов. Использование фотографий выпускников и экспертов придаёт материалам визуальную привлекательность и способствует установлению доверительных отношений с аудиторией. Такой подход обеспечивает более глубокое погружение в тему и усиливает эмоциональное воздействие на читателей.

Уникальность медиапроекта «Точка роста» проявляется в ряде ключевых характеристик, которые обеспечивают его отличие от аналогичных инициатив и создают добавленную ценность для целевой аудитории.

Во-первых, проект ориентирован на создание репутационного контента, который одновременно отвечает интересам двух целевых групп: работодателей и молодых специалистов. Для работодателей проект представляет платформу для формирования позитивного имиджа компании через демонстрацию успешных кейсов трудоустройства и карьерного роста. Для студентов и выпускников проект становится источником практической информации, предоставляя рекомендации по развитию профессиональных навыков и адаптации к рынку труда.

Во-вторых, оригинальность проявляется в сочетании формата житейской истории с элементами геймификации и аналитики. Реальные истории успеха выпускников служат вдохновляющими примерами для читателей, демонстрируя конкретные пути карьерного роста. Добавление шуточных тестов в структуру публикаций усиливает вовлечённость аудитории, делая материалы не только полезными, но и увлекательными. Аналитическая часть обеспечивает научную обоснованность и практическую ценность представленной информации.

В-третьих, проект фокусируется на локальной специфике Самарской области, включая город Тольятти. Это позволяет предложить аудитории актуальную и релевантную информацию о возможностях трудоустройства в регионе, перспективах развития различных отраслей и востребованных компетенциях. Такой подход усиливает прикладное значение проекта и повышает его привлекательность для целевой аудитории.

Кроме того, уникальность проекта заключается в его мультимедийности. Использование визуальных материалов делает публикации визуально привлекательными и способствует лучшему восприятию информации. Включение комментариев экспертов и представителей научного сообщества повышает доверие аудитории и укрепляет репутацию проекта.

Наконец, тематическая последовательность материалов, выстроенная вокруг ключевых аспектов профессионального развития, обеспечивает логичность и целостность цикла публикаций. Эта структура позволяет читателям постепенно углубляться в тему, начиная с анализа востребованных навыков и заканчивая рекомендациями по адаптации к изменениям на рынке труда.

По разработанной концепции можно сделать вывод, что медиапроект «Точка роста» представляет собой стратегически выверенную и многоуровневую платформу для формирования репутационного контента, направленного на удовлетворение потребностей как работодателей, так и молодых специалистов. Проект эффективно сочетает в себе элементы аналитики, практических рекомендаций, реальных историй успеха и развлекательных элементов, что способствует максимальной вовлеченности аудитории.

Проект ориентирован на актуальные вызовы и реалии рынка труда, что позволяет ему не только предоставить полезную информацию о востребованных навыках и перспективах трудоустройства, но и помочь молодежи адаптироваться к изменениям, происходящим в профессиональной сфере. Таким образом, он выполняет важную миссию по поддержке успешного трудоустройства и профессиональной адаптации молодежи, предлагая инструменты для построения карьеры и достижения профессиональных успехов.

2.2. Профессиональная рефлексия авторского проекта «Точка роста»

Медиапроект «Точка роста» представляет собой серию из четырех публикаций, направленных на создание репутационного контента, ориентированного на студентов и молодых специалистов. Проект фокусируется на анализе рынка труда Самарской области, выявлении востребованных навыков (soft и hard skills), изучении разрыва между ожиданиями и реальностью

трудоустройства, а также перспективах трудоустройства в регионе. Каждый материал включает в себя реальные истории успеха выпускников, комментарии экспертов, аналитические данные и развлекательные тесты. Медиапроект направлен на поддержку успешной адаптации молодежи к изменениям на рынке труда, улучшение их карьерных перспектив и формирование положительного имиджа работодателей в регионе.

Первый текст цикла является примером аналитической статьи, сочетающей элементы публицистики и интервью. Он посвящен важности профессиональных навыков, разделенных на два типа — *hard skills* (технические знания и умения) и *soft skills* (личные качества и коммуникативные способности), их роли на современном рынке труда и в профессиональном развитии. Структурно текст состоит из нескольких частей, логически связанных между собой и направленных на раскрытие темы через теоретическое объяснение, примеры из жизни и комментарии экспертов.

Текст начинается с актуальной и легко узнаваемой фразы, которая олицетворяет типичный момент поиска работы: «Спасибо, что откликнулись на вакансию. Мы Вам перезвоним!» [46]. Этот старт сразу же привлекает внимание читателя, заставляя задуматься о реальных проблемах, с которыми сталкиваются соискатели на рынке труда. Автор делает это, чтобы вовлечь аудиторию в исследование проблемы, привлекая к обсуждению важный вопрос: что именно требуется от молодых специалистов, которые заканчивают университет и начинают искать работу. Сразу же вводится понятие *hard* и *soft skills*, с акцентом на важность балансировки этих двух типов навыков для успешной карьеры.

Использование интервью с экспертами, такими как Елена Евплова, руководитель проектов по подбору персонала, позволяет обогатить текст реальными мнениями, обоснованными конкретными примерами из практики. Эксперт утверждает, что, несмотря на развившиеся *soft skills* у выпускников, без наличия профессиональных знаний и навыков (*hard skills*) трудоустройство будет затруднено. Это подтверждает современную тенденцию на рынке труда,

где работодатели требуют не только определенные личные качества, но и способности выполнять конкретные профессиональные задачи. Важно, что такие утверждения не носят абстрактного характера, а подкрепляются реальными наблюдениями за ситуацией на рынке труда. Текст продолжает развивать мысль о необходимости сочетания этих двух типов навыков, утверждая, что без профессиональных знаний невозможно стать полноценным специалистом, даже если soft skills развиты на высоком уровне.

Дальше в тексте приводятся примеры из реальной жизни, где выпускники вузов делятся своими личными историями поиска работы. Эти примеры служат иллюстрацией к теоретической части текста, подчеркивая важность получения практических знаний на рабочем месте. Пример Дмитрия Горячева, выпускника архитектурно-строительного института, который не сразу нашел работу, несмотря на наличие красного диплома, демонстрирует реальную картину трудоустройства, где молодому специалисту приходится не только применять теоретические знания, но и быстро адаптироваться к требованиям конкретной профессии и конкретного работодателя. Его опыт показывает, что в реальной жизни для профессионального роста недостаточно теоретической подготовки, необходимо освоить и развить практические навыки, которые невозможно получить за время обучения в вузе.

Текст не ограничивается только описанием проблемы. Он акцентирует внимание на важности развития как hard, так и soft skills в процессе профессиональной адаптации. Далее в тексте приводятся размышления других специалистов, таких как Евгений Лещишин, который отмечает важность hard skills, но также признает значимость soft skills, особенно на более высоких должностях, где коммуникативные навыки становятся важной частью работы. Таким образом, автор подчеркивает, что успешная карьера требует универсальности: специалист должен обладать не только техническими знаниями, но и умением взаимодействовать с коллегами, клиентами, а также обладать личными качествами, необходимыми для эффективного выполнения своих обязанностей.

Кроме того, текст изобилует научными данными и исследованиями, что значительно усиливает его достоверность и объективность. Приведенные статистические данные, такие как результаты исследования НИУ ВШЭ, подчеркивают, что в российских компаниях социальные умения ценятся не менее, а иногда даже более, чем профессиональные знания. Эта информация служит дополнением к изложенной экспертной мысли и расширяет контекст обсуждаемой проблемы. Включение таких данных делает текст не только практичным, но и научно обоснованным.

Кроме теоретической части, в заключение автор предлагает читателю пройти развлекательный тест, что добавляет элемент интерактивности и позволяет читателю лучше осознать важность soft skills. Это, в свою очередь, делает текст более доступным и ориентированным на широкую аудиторию, в том числе на молодых людей, которые могут быть заинтересованы в своем профессиональном росте и адаптации к современным требованиям рынка труда. Тесты позволяют закрепить прочитанное и оценить собственные навыки, что повышает вовлеченность читателя в материал и делает текст не только познавательным, но и практическим.

Материал структурирован таким образом, чтобы наглядно показать взаимосвязь между ожиданиями работодателей и реальными требованиями к сотрудникам. В тексте представлены практические рекомендации по развитию необходимых навыков, что соответствует задачам проекта по поддержке молодежи в адаптации к современным условиям рынка труда. Особое внимание уделено региональному контексту, что повышает релевантность информации для аудитории из Самары и Тольятти.

Использование примеров выпускников и комментариев экспертов способствует созданию доверительного и мотивирующего пространства для читателей, демонстрируя реальные пути профессионального роста. Элементы геймификации и мультимедийные компоненты, интегрированные в материал, способствуют более глубокому вовлечению молодежи и повышают эффективность восприятия информации

В центре внимания оказывается двойственная природа компетенций – технических *hard skills* и личностных *soft skills* — и их значимость в современном рынке труда. Структурное построение текста способствует последовательному развитию темы: от создания узнаваемой и актуальной ситуации, вызывающей эмоциональный отклик читателя, до теоретического объяснения и подкрепления ключевых положений практическими примерами и экспертными оценками. Такой подход обеспечивает методологическую основу материала, позволяя раскрыть сложную проблему комплексно и всесторонне.

Социальная функция текста проявляется через вовлечение аудитории в обсуждение актуальной темы профессиональной адаптации выпускников, что способствует формированию у них осознанного отношения к необходимым компетенциям и стимулирует мотивацию к развитию как технических, так и коммуникативных навыков. Интервью с практикующими специалистами, комментарии экспертов и реальные истории молодых людей создают атмосферу доверия и демонстрируют реальные трудности и пути их преодоления, что усиливает эмоциональное воздействие текста и повышает его практическую значимость.

Следующий текст цикла рассматривает проблему динамики изменений на рынке труда, вызванных стремительным развитием технологий и появлением новых трендов. Автор, обращая внимание на эти процессы, рассматривает вопрос, насколько важно для молодых специалистов адаптироваться к этим изменениям, чтобы оставаться конкурентоспособными и востребованными на рынке труда. В частности, акцент сделан на то, как изменения в таких отраслях, как информационные технологии и промышленность, влияют на карьерные пути молодых людей.

Текст анализирует рост популярности ИТ-сектора, который стал одним из ведущих направлений на рынке труда Самарской области. С увеличением количества вакансий в ИТ-сфере, особенно для начинающих специалистов, представляется очевидным, что технологическая трансформация создает новые возможности для карьерного роста. При этом автор отмечает, что спрос на

специалистов с определенными навыками, в том числе программистов и разработчиков, а также специалистов техподдержки и аналитиков, продолжает увеличиваться, что дает молодым людям шанс занять востребованные должности. В этом контексте автор подчеркивает важность гибкости и способности адаптироваться к новым условиям, что становится неотъемлемой частью успешной карьеры в условиях быстро меняющегося рынка труда.

Однако, несмотря на явный успех технологических трендов, текст затрагивает проблему, заключающуюся в том, что следование краткосрочным тенденциям может привести к нежелательным последствиям. Пример с карьерой Максима Садовского, инженера-технолога на АВТОВАЗе, иллюстрирует важность стабильности в выборе профессиональной сферы. Садовский утверждает, что долгосрочный успех и стабильность в профессии возможны лишь в том случае, если выбор профессиональной сферы основан не на временных трендах, а на личных интересах и способности адаптироваться к технологическим изменениям внутри выбранной области. В этом контексте, текст поднимает важность зрелого подхода к выбору профессии, который должен учитывать не только модные тенденции, но и долгосрочную востребованность профессии.

На противоположной стороне данного дискурса находятся те специалисты, которые подчеркивают, что следование трендам может быть вполне оправданным, если оно совпадает с личными интересами. Пример Евгении Сидлеровой, которая работала в автомобильной сфере, а затем переключилась на проектную деятельность, подтверждает, что новаторские направления могут быть не только интересными, но и открывать новые горизонты для карьерного роста. Технологии, такие как искусственный интеллект, действительно оказывают значительное влияние на развитие профессий и способны привести к значительному увеличению возможностей для карьерного роста, при условии, что специалист активно осваивает новые знания и навыки.

Среди прочих аспектов текста внимание уделяется и вопросу роли образовательных учреждений в подготовке молодежи к условиям меняющегося рынка труда. В данном контексте университеты и другие образовательные структуры выполняют важную роль в обеспечении молодых специалистов необходимыми знаниями, а также в создании условий для практического применения этих знаний на предприятиях. Пример проектной деятельности Тольяттинского государственного университета, которая позволяет студентам активно участвовать в реальных проектах и стажировках, показывает, как образовательные учреждения способствуют созданию мостов между теоретическим обучением и практическим опытом. Этот подход помогает студентам адаптироваться к новым условиям и быть готовыми к изменениям на рынке труда, что является особенно важным в условиях, когда быстрые технологические трансформации становятся нормой.

В заключение текста автор подчеркивает важность осознания того, что тренды на рынке труда, несмотря на их временную привлекательность, не всегда могут служить надежным ориентиром в долгосрочной перспективе. Молодым специалистам важно не только следовать за изменениями, но и внимательно отслеживать долгосрочные тенденции, выбирать те сферы, которые будут востребованы в будущем, и строить свою карьеру, основываясь на своих интересах и ценностях. Технологические изменения, безусловно, открывают новые горизонты, однако важно также понимать, что успех на рынке труда во многом зависит от способности личности сочетать свою профессиональную гибкость с устойчивыми, проверенными временем ценностями.

В материале реализуются информационная (из группы методологических) функция через информирование о реальной практике героев. Использование актуальных данных, прогнозов и примеров из практики позволяет всесторонне раскрыть изменения, формирующие новые требования к навыкам и компетенциям молодых специалистов. Такой комплексный подход способствует глубокому пониманию, какие профессии и направления будут

востребованы в ближайшем будущем, а также каким образом рынок труда адаптируется к быстро меняющимся условиям.

Кроме того, реализуется социальная функция – текст информирует молодёжь о новых реалиях профессиональной сферы, помогает осознать важность гибких навыков и постоянного обучения в условиях динамичного рынка. Материал способствует формированию более осознанного подхода к выбору профессии, основанного на актуальной информации о тенденциях и перспективах развития.

Текст цикла медиапроекта «Точка роста» представляет собой развернутый анализ проблемы столкновения идеализированных представлений о будущей профессиональной деятельности с реальностью, в контексте трудоустройства молодых специалистов. Автор текста исследует, как ожидания, сформированные в процессе учебы, могут не совпасть с действительностью на первых этапах карьерного пути, что приводит к различным психологическим последствиям, таким как стресс, снижение самооценки и даже депрессия. В то же время, в тексте присутствуют и положительные примеры, где ожидания оправдываются, что позволяет создать более сбалансированную картину трудового опыта.

Первая часть текста акцентирует внимание на негативных аспектах разочарования, с которыми сталкиваются выпускники, не имеющие опыта работы в своей профессии до начала трудовой деятельности. Ожидания, связанные с карьерным ростом, условиями труда и коллективом, часто оказываются нереалистичными, что приводит к психоэмоциональным трудностям, как у студентов, так и у их преподавателей. Описывается влияние окружающего социального контекста, в том числе разговоров с близкими, на формирование этих ожиданий, что подтверждается статистическими данными ВЦИОМ. Психологи, такие как Анастасия Бренинг и Ирина Седова, подчеркивают важность идеализации будущей работы и риски, связанные с этим процессом, такие как хронический стресс и развитие синдрома самозванца. Ожидания, не подкрепленные реальным опытом, часто приводят к

разочарованиям и нарушению психоэмоционального баланса. Отсутствие адаптации к реальным условиям трудовой деятельности становится важным фактором стресса, поскольку студенты не всегда готовы к задачам, которые выходят за пределы академической подготовки.

Во второй части текста фокус смещается на более позитивный опыт, предоставляя примеры успешных адаптаций и оправдавшихся ожиданий. Рассказ Яны Серко, выпускницы гуманитарно-педагогического института, которая описывает успешную адаптацию к журналистской профессии и уверенность в себе, созданную благодаря студенческому опыту, противопоставляется негативным переживаниям, приведенным в первой части. Пример Яны служит контрпримером, показывая, что в условиях поддерживающего коллектива и реального опыта работы в СМИ ожидания могут оправдаться, и трудности адаптации могут быть успешно преодолены. Этот опыт подчеркивает важность не только профессиональных навыков, но и атмосферы на рабочем месте, которая может существенно повлиять на процесс адаптации молодого специалиста.

Для того чтобы справиться с возможными трудностями, возникающими в процессе профессиональной адаптации, психологи предлагают ряд рекомендаций, таких как ведение дневника достижений, что помогает отслеживать успехи и поддерживать мотивацию. Также важным аспектом является поддержание психоэмоционального состояния через отдых и профилактику выгорания. В этом контексте текст акцентирует внимание на важности саморегуляции, что может стать эффективным инструментом в борьбе с эмоциональным выгоранием и стрессом на рабочем месте.

Текст завершается тестом, направленным на саморефлексию читателя, что является важной частью геймификации материала. Этот тест служит не только как инструмент для осознания собственных предпочтений и реакций в рабочих ситуациях, но и как средство для самопознания, позволяя выявить склонности к определенному типу поведения в профессиональной сфере. Результаты теста помогают оценить готовность человека к адаптации в новых

условиях, а также дают возможность проанализировать, как он будет реагировать на трудности, связанные с первичной профессиональной деятельностью.

Социальная функция проявляется в том, что текст направлен на обеспечение усвоения информации целевой аудитории. В данном тексте они позволяют автору осуществить поддержку в их профессиональном становлении. Также реализуется информационная функция, заключающаяся в объективном информировании аудитории о состоянии рынка труда и процессе трудоустройства молодых специалистов в Самарской области. Текст предоставляет структурированную и проверенную информацию, основанную на реальных кейсах выпускников, что позволяет сформировать у читателей полное представление о текущей ситуации. Аналитическая функция проявляется в сопоставлении ожиданий молодежи с реальными условиями и сложностями, возникающими в процессе профессиональной адаптации. Проведённый анализ причин расхождений между ожиданиями и фактическими обстоятельствами способствует более глубокому осмыслению вызовов, с которыми сталкиваются молодые специалисты, а также выявлению факторов, влияющих на успешность их интеграции в рынок труда.

Следующий текст цикла представляет собой всесторонний обзор ситуации с трудоустройством молодежи в Самарской области, подчеркивая важность региональных особенностей и возможностей для молодых специалистов, включая выпускников высших учебных заведений. Текст сочетает в себе статистические данные, информацию о мерах поддержки, примеры реальных историй и интервью с выпускниками Тольяттинского государственного университета. В центре внимания — переосмысление концепции трудоустройства в крупных городах и акцент на потенциал, который открывает работа в родном регионе.

Текст начинается с констатации актуальной проблемы кадрового дефицита, характерного не только для Самарской области, но и для всей России. В частности, дефицит рабочей силы в Приволжском федеральном округе стоит на

третьем месте по сравнению с другими регионами, что создает возможности для соискателей. Важно отметить, что несмотря на низкий уровень безработицы, вакансии в регионе остаются не полностью заполненными, что указывает на высокую потребность в квалифицированных кадрах. Упоминание об увеличении числа вакансий на платформах для поиска работы в два раза в период с 2021 по 2023 годы указывает на активное расширение рынка труда, однако продолжает сохраняться дефицит трудовых ресурсов.

Следующей важной темой текста является поддержка молодых специалистов в регионе, что является важным стимулом для их трудоустройства. Автор подробно описывает различные меры государственной и корпоративной поддержки, такие как компенсации на образование, оплату жилья, а также компенсации по ипотечным кредитам и научно-исследовательской деятельности. Эти инициативы направлены на то, чтобы привлечь молодых специалистов в регион, обеспечив их финансовую и социальную поддержку на первых этапах карьерного пути. Упоминание конкретных примеров, таких как программы, проводимые в Тольятти и организации, такие как АВТОВАЗ, дает возможность читателю понять, как эти меры реализуются на практике.

Далее в тексте представлены реальные истории выпускников Тольяттинского государственного университета, которые поделились своими взглядами на трудоустройство в регионе. Например, Анастасия Торощина, выпускница гуманитарно-педагогического института, подчеркивает важность наличия возможностей для карьерного роста и интересных задач на будущей работе, а также упоминает ярмарку профессий как способ поиска работы. Евгения Сидлерова, выпускница института машиностроения, акцентирует внимание на удобстве транспортной доступности и важности достойной зарплаты. Эти истории помогают читателю увидеть, как разнообразные факторы влияют на выбор места работы, и как в регионе есть реальные перспективы для молодых специалистов, несмотря на традиционную ориентацию на крупные города.

Юлия Карабельская, директор Центра проектной деятельности ТГУ, делится информацией о том, какие конкретные шаги университет предпринимает для содействия трудоустройству своих студентов. В частности, ТГУ активно сотрудничает с различными компаниями, предлагая студентам возможность пройти стажировки и практики, что является важным этапом их профессиональной подготовки. Также упоминается, что многие крупные компании готовы нанимать студентов даже до получения ими диплома, что открывает дополнительные перспективы для трудоустройства еще до окончания учебы. Это подчеркивает активную роль учебных заведений в создании условий для трудоустройства молодежи и в снижении разрыва между теоретическими знаниями и практическими навыками.

Особое внимание уделяется проектной деятельности и реальной практике на предприятиях, что позволяет студентам не только получить опыт, но и быть интегрированными в корпоративную культуру. Эти возможности дают студентам шанс не только узнать больше о компании, но и зарекомендовать себя как потенциального сотрудника, что может привести к предложению о постоянной работе. Практика и проектная работа дают молодым специалистам уникальную возможность сделать осознанный выбор своей карьеры и уменьшить неопределенность, которая часто сопровождает поиск первого места работы.

В завершение текста предлагается тест, который ориентирован на саморефлексию читателя по вопросу переезда в другой город. Тест помогает оценить внутренние мотивы, стоящие за выбором места работы, и способствует более глубокой осведомленности о собственных предпочтениях. Он предлагает читателю осознать, что для каждого человека важны различные факторы, такие как близкие люди, возможность профессионального роста, климат или даже просто комфорт проживания в родном регионе.

Социальная функция проявляется в поддержке и мотивации молодежи, показывая реальные возможности и перспективы трудоустройства в регионе, снижая уровень неопределенности и стимулируя к осознанному выбору

профессионального пути. Текст способствует социальной адаптации читателей и укреплению их уверенности в выборе работы в родном регионе. Информационная функция проявляется в том, что в тексте представлены конкретные данные о ситуации на региональном рынке труда: названы востребованные профессии, приведены статистические показатели, упомянуты региональные программы поддержки молодых специалистов и работодателей. Также даны примеры реальных выпускников ТГУ, которые нашли применение своим навыкам, не покидая регион. Это позволяет читателю получить актуальную и структурированную информацию о карьерных возможностях в родном городе или области.

Цикл материалов размещается на сайте молодёжного медиахолдинга "Есть talk!", что обеспечивает его доступность широкой аудитории. Технологические особенности платформы — адаптивная верстка, чёткая структура представления контента, наличие мультимедийных элементов и удобная навигация — способствуют более глубокому погружению в тему и формируют устойчивый пользовательский интерес.

Цикл построен на принципе жанрового синтеза: нарративные элементы сочетаются с интервью, геймифицированными тестами и аналитическими вставками. Такой подход расширяет формы восприятия информации, способствует удержанию внимания и обеспечивает вовлечённость различных групп читателей.

Высокий уровень интереса к проекту подтверждается статистикой: первый материал цикла набрал 1299 просмотров, что свидетельствует об актуальности тематики и эффективности выбранных форматов взаимодействия с аудиторией.

Заключение

Исследуемая тема, связанная с адаптацией молодежи к изменениям на рынке труда в условиях стремительного технологического прогресса, является актуальной и многоаспектной. В рамках проекта была рассмотрена важность гибкости молодых специалистов, их способности ориентироваться в новые тренды и адаптироваться к изменениям, происходящим в профессиональной среде.

Анализ материалов, в частности, исследования текущих тенденций на рынке труда Самарской области, показал, что информационные технологии и другие высокотехнологичные отрасли действительно становятся центром притяжения для молодых специалистов. В то же время не менее значимыми остаются традиционные сферы, такие как промышленность, медицина и образование, которые, несмотря на свою стабильность, также переживают трансформационные изменения. Таким образом, вывод о необходимости комбинированного подхода, который учитывает как актуальные тренды, так и долгосрочную востребованность профессий, является обоснованным и важным для ориентира на будущее.

Концепция проекта заключалась в создании цикла материалов, объединённых единым замыслом: показать, как выпускники вузов адаптируются к вызовам современного рынка труда. Цель – представить реальные пути профессионального становления и обозначить актуальные требования работодателей в Самарской области. Цикл был выстроен по принципу тематического и жанрового разнообразия: каждый материал посвящён отдельному аспекту трудоустройства, включая такие темы, как необходимые навыки (soft и hard), расхождение ожиданий и реальности трудоустройства, влияние технологических и социокультурных трендов на профессиональную ориентацию, а также перспективы регионального трудоустройства.

Структурно цикл включает четыре публикации, выполненные в формате нарративного репортажа с элементами интервью, аналитических вставок и геймификации (интерактивные тесты и задания). Такой подход позволил не только донести содержательную информацию, но и обеспечить вовлечённость аудитории, ориентированной на практические советы и персонализированный опыт. В качестве героев материалов выступили молодые специалисты — выпускники Тольяттинского государственного университета, которые поделились личными историями трудоустройства, профессионального выбора и адаптации.

Конкретные материалы отражают как индивидуальные кейсы, так и общие тенденции, подтверждённые данными официальной статистики, мнениями экспертов и результатами мониторинга регионального рынка труда. Это позволило проекту объединить элементы журналистского исследования и практической ориентированности, способствуя более полному раскрытию темы.

Анализ источников, в том числе прогноза глобальных изменений на рынке труда и перспективы развития ИТ-сектора, подтверждает важность внедрения новых технологий, таких как искусственный интеллект и роботизация, в производственные процессы. Эти тенденции оказывают существенное влияние на квалификационные требования к специалистам и изменяют саму структуру рынка труда. Однако, как показывают примеры из реальной практики, наибольшую устойчивость показывают те специалисты, которые могут синтезировать современные технологические знания с опытом работы в стабильных и проверенных областях.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Soft vs hard. Как достичь баланса компетенций, или Чего ждут от выпускников на рынке труда. https://talk-on.ru/materials/s-mesta-v-kareru/Soft_vs_hard_Kak_dostich_balansa_kompetentsiy_ili_CHego_zhdut_ot_vypusknikov_na_rynke_truda/ [Электронный ресурс] (дата обращения: 12.05.2025).
2. Авакова Э. Б., Кузнецов А. А. Взаимодействие образовательных учреждений и организаций-работодателей в условиях цифровизации // Телескоп. 2021. № 1. С. 82–87.
3. Акопов А. И. Периодические издания: Учеб.-метод. пособие для студентов-журналистов. 2. изд., доп. Ростов-на-Дону: Книга, 1999. – 91с.
4. Арефьева М. Е., Есенжулова Л. С. Методы управления карьерой и профессионально-должностным продвижением в организации // Экономика и бизнес: теория и практика. 2024. № 9-2 (115). С. 30-34.
5. Атаева С. А., Гараджаев М. А. Профориентация и ее роль в развитии карьеры // Вестник науки. 2023. № 4 (61). С. 11-14.
6. Базаева Ф. У. Профессиональное самоопределение студентов университета: критерии и показатели как факторы самостоятельного планирования карьерных целей // МНКО. 2023. № 3 (100). С. 88–91.
7. Беликова Н. Ю., Куземина Е. Ф. К вопросу о формировании универсальных компетенций в системе высшего образования // Общество: социология, психология, педагогика. 2022. № 8 (100). С. 80–85.
8. Белько И. В., Карабанова О. В. Исследование понятия «карьера» и особенностей управления карьерой // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Экономика. 2023. № 2 (36). С. 107-118.
9. Болдырева Н. В., Болдырева Н. П. Ключевые компетенции в современных условиях // Вестник евразийской науки. 2022. № 2. С.1–20.
10. Болотнов А. В. Особенности медиапроекта как лингво-коммуникативного феномена и его использование в образовательной

деятельности // Вестник ТГПУ. 2023. № 3 (227). С.86–93.

11. ВЦИОМ: Учеба в вузе и перспективы трудоустройства: мониторинг [Электронный ресурс] URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/ucheba-v-vuze-i-perspektivy-trudoustroistva-monitoring> (дата обращения: 29.04.2025).

12. Голубева Т. С. Стратегия построения карьеры студенческой молодежи // Экономические системы. 2021. № 4. С.177–182.

13. Жданова А. В. Геймификация как инструмент привлечения аудитории в корпоративных медиа // Международный научный журнал «Слово в науке». 2022. Спецвыпуск. С. 7-11.

14. Иваницкий В. Л. Бизнес-моделирование СМИ: представление о методе // Вестник Московского университета, 2010. № 4. С. 180–188.

15. Карпенко И. И., Короченский А. П. Использование приемов геймификации в современной региональной интернет-журналистике // Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. 2023. № 2. С.135-144.

16. Каштанова Е. В., Лобачева А. С., Ашурбеков Р. А. Современные модели вовлеченности персонала в компанию // УПИРР. 2023. № 3. С.30–38.

17. Кириченко Е. К. Мотивация деловой карьеры // Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. № 11-2 (105). С. 28–32.

18. Коленова В. А. Эмоциональный интеллект – навык soft skills успешности в карьере // Базис. 2024. № 1 (15). С. 30–34.

19. Кубатова А. С. СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ «КАРЬЕРА» // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика. 2024. № 4. С. 42–52.

20. Кузнецов Д. И. Профессиональная карьера как объект управления // Вестник Московской международной академии. 2023. №1. С. 200-203.

21. Лайпанов М. А. Основные виды и характеристики профессиональной карьеры как психологического феномена // Проблемы современного педагогического образования. 2023. № 80–2. С. 389–393.

22. Липатова А. П. Технологии вовлечения аудитории в

информационные медиапроекты // Столыпинский вестник. 2023. №2. С.793-800.

23. Маслов Е. В. Управление персоналом предприятия: Учебное пособие / под ред. Шеметова П. В. . М. : ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭиУ, 2000. 312 с.

24. Мугаева Е. В. Современные подходы к управлению деловой карьерой работника // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2023. № 8–1 (83). С.144–146.

25. Мугуева Д. А. Специфика управления карьерой и развитием молодых специалистов в современных организациях // Вестник науки. 2023. № 1 (58). С. 109–113.

26. Перминова М. С. Специфика развития карьерных ориентаций в профессиональном образовании // Вестник ОГУ. 2023. № 1 (237). С. 43–50.

27. Плакса Ю. В. Основные аспекты эффективного карьерного развития // Сервис в России и за рубежом. 2019. № 2 (84). С.211–212.

28. Полянская М. А. Анализ теоретических подходов к карьере. Управление карьерой // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика. 2004. № 3. С.151–158.

29. Попова М. И., Сорвина Т. А., Фатова С. А. Концептуальные основы бизнес-планирования как комплексного обоснования медиапроектов // Петербургский экономический журнал. 2021. № 4. С.35–42.

30. Пьянкова Л. А. Анализ современных зарубежных концепций профессионального самоопределения // Вестник СибГИУ. 2021. № 1 (35). С. 48–53.

31. РБК. Карьера в России и мире: новые тренды [Электронный ресурс]: URL: <https://pro.rbc.ru/demo/60c8af249a79471a3a40a178> (дата обращения: 26.04.2025).

32. Самара стат: <https://63.rosstat.gov.ru/employment> [Электронный ресурс] (дата обращения: 26.04.2025).

33. Скозабцов Д. А. Сравнительный анализ отечественных и

зарубежных теорий управления карьерой и профессионально-должностным продвижением // Вестник Московской международной академии. 2023. № 1. С. 218–220.

34. Сметанин А. О., Лымарева О. А. Комплексный подход к отбору персонала // Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. № 12–2 (106). С. 150–153.

35. Сотников Н. З. Риски профессиональной карьеры: внутренние фокусы и внешние факторы // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика. 2023. № 4. С. 77–86.

36. Сотникова С. И., Сотников Н. З. Профессиональная карьера работника: актуальность, сущность, виды, детерминанты, индикаторы исследования // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика. 2015. № 1. С. 100–107.

37. Стабильность или перемены? Как выпускники адаптируются к изменениям на рынке труда. https://talk-on.ru/materials/s-mesta-v-kareru/Stabilnost_ili_peremeny_Kak_vypuskniki_adaptiruyutsya_k_izmeneniyam_na_rynke_truda/ [Электронный ресурс] (дата обращения: 14.05.2025).

38. Терелецкова Е. В., Такаев А. Ч. Роль мотивации в управлении карьерой молодых специалистов // Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. № 6–2 (100). С. 160–164.

39. Титова В. Н. Геймификация в медиа: признаки геймифицированного продукта // Журналистский ежегодник. 2015. № 4. С. 170–173.

40. Толкунова И. И., Пайко Д. С., Портфолио студента как инструмент позиционирования экспертности // Современная высшая школа: инновационный аспект. 2022. № 3 (57). С. 92–100.

41. Тошматов Рахмиддин Роль студенческих инициатив в формировании успешной карьеры // In The World Of Science and Education. 2024. № 20 сентябрь ПН. С. 103–110.

42. Травин В. В., Дятлов В. А. Менеджмент персонала предприятия. М. : Дело, 1998. 272 с.

43. Устав редакции средства массовой информации сетевого издания «Молодежный медиахолдинг «Есть talk!» [Электронный ресурс]: talk-on.ru. URL: https://talk-on.ru/about/Ustav_SI_Est_talk_33_09_2021.pdf (дата обращения: 08.10.2024).

44. Хижная А. В., Быстрова Н.В. Шарыгина Е.Н. Развитие soft skills ("гибких навыков") для успешной карьеры выпускников вуза // Проблемы современного педагогического образования. 2019. № 65-2. С.276–278

45. Чевозерова Г. В. Основы теории журналистики : учебник и практикум для вузов. – 2-е изд, пер. и доп. – Электрон. дан. – Москва : Юрайт, 2022. 329 с.

46. Шестеркина Л. П., Марфицына А.Р. Проектная журналистика и современные тенденции журналистского образования // Ученые записки Забайкальского государственного университета, 2019. Том 14. № 1. С. 40 –48.

47. Яркова Т. А., Черкасов А.В., Черкасов В.В. Проблема формирования профориентационной компетентности студентов // Вестник ТГПУ. 2022. № 5 (223). 352 с.