

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
СМИ в системе креативных индустрий

Направление подготовки
Направленность (профиль)

42.04.02 – Журналистика
Мультимедийная журналистика и цифровые
технологии

Ставрополь, 2026

Содержание

Введение

Планы практических занятий

Введение

Методические указания по дисциплине «СМИ в системе креативных индустрий» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению подготовки 42.04.02 «Журналистика».

Цель методических указаний - способствовать формированию знаний о системах креативных индустрий в России и мире, месте и функциях средств массовой информации в них у обучающихся по направлению подготовки 42.04.02 – Журналистика

Задачи освоения дисциплины:

- дать представление о сущности креативных индустрий и о СМИ как их разновидности;
- сформировать представления о специфике использования СМИ в креативных индустриях;
- сформировать навыки использования СМИ в креативных индустриях

Изучение дисциплины направлено на формирование следующей компетенции:

Индекс	Формулировка:
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Планы практических занятий

Практическое занятие 1.

Тема: Креативные индустрии: модели развития

Цель занятия: способствовать формированию знаний о креативных индустриях.

Формируемые компетенции: ОПК-5

Актуальность: необходимо знание моделей развития креативных индустрий

Теоретическая часть:

Сегодня попытки многих правительств мира сформулировать стратегии политики креативности осуществляются на фоне дискуссий об отличии культурных индустрий от креативных индустрий. Ставкой является не только определение двух концептов, но также пересмотр представлений о границах культурной сферы и, как следствие, разное определение стратегических государственных приоритетов в культурной политике. На кону, действительно, дилемма, имеющая стратегически важный характер: сохранить ли за государством миссию поводыря в сфере культуры или ограничить его регулируемыми функциями рыночного сторожа; отказать ли национальному государству в прерогативах влияния на культурные и этические ценности общества, но кому в таком случае эти прерогативы достанутся. В дискуссию вовлечены разные группы интересов: академические сообщества, некоммерческие организации и фонды, корпоративные игроки с узкими национальными и довольно широкими транснациональными интересами, разные фракции деятелей культуры и правительственных бюрократий государств со специфическими политическими режимами. Неудивительно поэтому, что дебаты проходят на различных публичных сценах, а разные группы участников используют зачастую разные словари¹.

Вопросы для обсуждения:

1. Культурные индустрии и креативные индустрии: эволюция понятий и ключевые характеристики
2. Политика культурных индустрий
3. Британская модель политики креативных индустрий
4. Национальные модели политики креативных индустрий

Методические рекомендации:

Для подготовки к вопросам практического занятия используйте научные публикации, указанные в разделе «Источники», а также самостоятельно найденные публикации в СМИ и научных библиотеках.

Литература:

Основная:

1. Основы медиабизнеса : учебник / под редакцией Е. Л. Вартаковой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 400 с. — ISBN 978-5-7567-0724-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/68801>

Дополнительная:

1. Медиа: введение : учебник / ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю. В. Никуличев. — 2-е изд. — Москва : Юнити-Дана, 2015. — 551 с. : ил., табл. — (Зарубежный учебник). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>
2. Хезмондалш Д. Культурные индустрии / Хезмондалш Дэвид ; перевод И. Кушнарева ; под редакцией А. Михалевой. — 2-е изд. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. — 456 с. — ISBN 978-5-7598-1682-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89363.html>
3. Рубцова, Н. В. Экономика и менеджмент в медиаиндустрии : учебное пособие / Н. В. Рубцова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 153 с. — ISBN 978-5-4497-2022-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/128356.html> (дата обращения: 20.03.2025)

Источники:

1. Хестанов Р. Креативные индустрии — модели развития // Социологическое обозрение. 2018. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-industrii-modeli-razvitiya> (дата обращения: 20.03.2025).
2. Казакова М.В. Культурные и креативные индустрии: границы понятий // КЭ. 2020. №11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnye-i-kreativnye-industrii-granitsy-ponyatiy> (дата обращения: 20.03.2025).

¹ . Хестанов Р. Креативные индустрии — модели развития // Социологическое обозрение. 2018. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-industrii-modeli-razvitiya>

3. Бернович П.А. Креативная экономика как способ решения текущих проблем человечества // ЭСПР. 2022. №4 (52). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-ekonomika-kak-sposob-resheniya-tekuschih-problem-chelovechestva> (дата обращения: 20.03.2025).

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн
2. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань»
3. <https://creative.hse.ru/research> - Исследования ИРКИ ВШЭ

Практическое занятие 2.

Тема: Российское законодательство в сфере креативных индустрий

Цель занятия: способствовать формированию знаний о правовом регулировании в креативных индустриях.

Формируемые компетенции: ОПК-5

Актуальность: необходимо знание российского законодательства в сфере креативных индустрий

Теоретическая часть:

Закон № 330-ФЗ определяет базовые правила организации и развития креативных индустрий, условия их господдержки.

До его появления принимались законы, регулирующие определенные креативные индустрии (кинопроизводство, архитектуру, музейное дело, информационные технологии и проч.). Некоторые регионы утверждали свои программы развития творческих отраслей. Например, в столице действует Постановление Правительства Москвы от 20 декабря 2023 г. № 2650-ППП «О финансовой поддержке проектов в сфере культуры, искусства, кинематографии и креативных (творческих) индустрий в городе Москве».

Новый закон установил единые правила для всех креативных индустрий. При этом регулирование во многом отдано на откуп регионам. В частности, они будут отбирать приоритетные творческие направления, определять критерии отнесения бизнеса к субъектам креативных индустрий и вводить меры поддержки (ст. 5, 10 Закона № 330-ФЗ).

Также придется дожидаться актов Правительства РФ и уполномоченного органа в сфере креативной экономики, которые конкретизируют новый закон (ст. 4 Закона № 330-ФЗ)².

Вопросы для обсуждения:

1. Культурные индустрии и креативные индустрии: эволюция понятий и ключевые характеристики
2. Политика культурных индустрий
3. Британская модель политики креативных индустрий
4. Национальные модели политики креативных индустрий

Методические рекомендации:

Для подготовки к вопросам практического занятия используйте научные публикации, указанные в разделе «Источники», а также самостоятельно найденные публикации в СМИ и научных библиотеках.

Литература:

Основная:

1. Основы медиабизнеса : учебник / под редакцией Е. Л. Варгановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 400 с. — ISBN 978-5-7567-0724-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/68801>

Дополнительная:

1. Медиа: введение : учебник / ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю. В. Никуличев. — 2-е изд. — Москва : Юнити-Дана, 2015. — 551 с. : ил., табл. — (Зарубежный учебник). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>
2. Хезмондалш Д. Культурные индустрии / Хезмондалш Дэвид ; перевод И. Кушнарева ; под редакцией А. Михалевой. — 2-е изд. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. — 456 с. — ISBN 978-5-7598-1682-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89363.html>
3. Рубцова, Н. В. Экономика и менеджмент в медиаиндустрии : учебное пособие / Н. В. Рубцова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 153 с. — ISBN 978-5-4497-2022-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/128356.html> (дата обращения: 20.03.2025)

Источники:

1. Разложим по полочкам Закон о развитии креативных индустрий // Адвокатская газета. 2024. 13 сентября. — URL: <https://www.advgazeta.ru/ag-expert/advices/razlozhim-po-polochkam-zakon-o-razviti-kreativnykh-industriy/>.
2. Федеральный закон "О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации" от 08.08.2024 N 330-ФЗ

Интернет-ресурсы:

² <https://www.advgazeta.ru/ag-expert/advices/razlozhim-po-polochkam-zakon-o-razviti-kreativnykh-industriy/>

1. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн
2. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань»
3. <https://creative.hse.ru/research> - Исследования ИРКИ ВШЭ

Практическое занятие 3.

Тема: Концепция развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки

Цель занятия: способствовать формированию знаний о Концепции развития креативных индустрий.

Формируемые компетенции: ОПК-5

Актуальность: необходимо знание Концепции развития креативных индустрий.

Теоретическая часть:

Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года (далее - Концепция) определяет цели, задачи, приоритеты, принципы, направления и механизмы государственной поддержки творческих (креативных) индустрий в Российской Федерации.

Концепция разработана с учетом положений Основ государственной культурной политики, утвержденных Указом Президента Российской Федерации от 24 декабря 2014 г. № 808 "Об утверждении Основ государственной культурной политики", Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации, утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 1 декабря 2016 г. № 642 "О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации", и направлена на достижение целей, задач и приоритетов пространственного развития Российской Федерации, определенных Стратегией пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 февраля 2019 г. № 207-р.

Вопросы для обсуждения:

1. Основные тенденции развития креативных (творческих) индустрий
2. Проблемы и барьеры развития креативных (творческих) индустрий
3. Цели, задачи, приоритеты и принципы государственной политики развития креативных (творческих) индустрий и креативного (творческого) предпринимательства
4. Основные направления государственной поддержки развития креативных (творческих) индустрий и креативного (творческого) предпринимательства
5. Механизмы реализации Концепции
6. Сценарии развития креативных (творческих) индустрий и этапы реализации Концепции

Методические рекомендации:

Для подготовки к вопросам практического занятия используйте научные публикации, указанные в разделе «Источники», а также самостоятельно найденные публикации в СМИ и научных библиотеках.

Литература:

Основная:

1. Основы медиабизнеса : учебник / под редакцией Е. Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 400 с. — ISBN 978-5-7567-0724-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/68801>

Дополнительная:

1. Медиа: введение : учебник / ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю. В. Никуличев. — 2-е изд. — Москва : Юнити-Дана, 2015. — 551 с. : ил., табл. — (Зарубежный учебник). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>
2. Хезмондалш Д. Культурные индустрии / Хезмондалш Дэвид ; перевод И. Кушнарева ; под редакцией А. Михалевой. — 2-е изд. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. — 456 с. — ISBN 978-5-7598-1682-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89363.html>
3. Рубцова, Н. В. Экономика и менеджмент в медиаиндустрии : учебное пособие / Н. В. Рубцова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 153 с. — ISBN 978-5-4497-2022-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/128356.html> (дата обращения: 20.03.2025)

Источники:

1. Концепция развития креативных (творческих) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных городских агломерациях до 2030 г. — URL: <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVIxBCjIAAtAya8FAVDUfP.pdf>

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru> — Университетская библиотека онлайн
2. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань»
3. <https://creative.hse.ru/research> - Исследования ИРКИ ВШЭ

Практическое занятие 4.

Тема: Формирование региональных систем креативных индустрий

Цель занятия: способствовать формированию знаний особенностях формирования региональных систем креативных индустрий

Формируемые компетенции: ОПК-5

Актуальность: необходимо знание особенностей формирования региональных систем креативных индустрий

Теоретическая часть:

Региональный стандарт развития креативных индустрий (далее — Стандарт) разработан во исполнение перечня поручений Президента Российской Федерации В. В. Путина по итогам посещения выставки «Развитие креативной экономики в России» от 15.08.2023 № Пр-1593. По информации автономной некоммерческой организации «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» (далее — АСИ), ежедневно 60% своего времени человек так или иначе взаимодействует с креативными (творческими) индустриями (далее — креативные индустрии): носит одежду, употребляет пищу, смотрит медиа, посещает музеи, использует программное обеспечение и др. Вклад креативных индустрий в экономику России составляет 4,87% ВВП (включая ИТ-отрасль), однако креативные индустрии могут иметь еще большую долю при создании необходимых для их развития условий.

Системное развитие креативной экономики как совокупности экономических отношений, в которой ведущую роль играют креативные индустрии, создает новые рабочие места, стимулирует освоение новых рынков и отраслей, увеличивает добавленную стоимость продукции базовых отраслей, способствует преобразованию экономики и создает новую экономику, адаптированную к потребностям рынка, для устойчивого развития региона. Мировой опыт показывает, что 1 рабочее место в креативных индустриях поддерживает до 0,75 рабочих мест в экономике в целом.

Продукция креативных индустрий, таких как кино, анимационные фильмы, музыка, видеоигры и др., формирует положительный образ страны, способствует повышению ее инвестиционной привлекательности, росту туристского потенциала. Популяризация такой продукции за рубежом создает предпосылки для экспорта широкого спектра товаров и продукции, произведенных в России.

Президент Российской Федерации В. В. Путин на выставке «Развитие креативной экономики в России», которая состоялась 30 мая 2023 года и была посвящена достижениям российских предпринимателей в области креативной экономики, ознакомился с лучшими практиками развития и поддержки креативных индустрий в регионах страны. По итогам выставки Президентом Российской Федерации поручено разработать Стандарт, который должен ускорить внедрение региональных мер поддержки креативных индустрий в субъектах Российской Федерации (далее также — регион), в том числе систематизировать имеющийся региональный опыт.

Стандарт — это комплекс лучших практик, представленный в виде 12 рекомендуемых шагов для создания и предоставления региональных мер поддержки на уровне субъектов Российской Федерации и развития креативных индустрий.

Вопросы для обсуждения:

1. Региональный стандарт развития креативных индустрий
2. Креативные кластеры в России
3. Формирование креативных индустрий (кластеров) на Северном Кавказе и в Ставропольском крае

Методические рекомендации:

Для подготовки к вопросам практического занятия используйте научные публикации, указанные в разделе «Источники», а также самостоятельно найденные публикации в СМИ и научных библиотеках.

Литература:

Основная:

1. Основы медиабизнеса : учебник / под редакцией Е. Л. Варгановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 400 с. — ISBN 978-5-7567-0724-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/68801>

Дополнительная:

1. Медиа: введение : учебник / ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю. В. Никуличев. — 2-е изд. — Москва : Юнити-Дана, 2015. — 551 с. : ил., табл. — (Зарубежный учебник). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>
2. Хезмондалш Д. Культурные индустрии / Хезмондалш Дэвид ; перевод И. Кушнарера ; под редакцией А. Михалевой. — 2-е изд. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. — 456 с. — ISBN 978-5-7598-1682-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89363.html>
3. Рубцова, Н. В. Экономика и менеджмент в медиаиндустрии : учебное пособие / Н. В. Рубцова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 153 с. — ISBN 978-5-4497-2022-1. — Текст : электронный // Цифровой

образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/128356.html> (дата обращения: 20.03.2025)

Источники:

1. Региональный стандарт развития креативных индустрий - URL: <https://asi.ru/library/main/197563/>
2. Атлас креативных кластеров Российской Федерации. - URL: https://disk.yandex.ru/d/wDGIsOTWmwMmRg?roistat_visit=2804313
3. Творческие (креативные) индустрии. Справочник. - URL: https://ion.ranepa.ru/upload/medialibrary/78a/Gid_Spravochnik-Tvorcheskie_kreativnye_industrii.pdf?ysclid=ld1lp2fqbp817084471&roistat_visit=2804313&utm_source=creative.hse.ru&utm_medium=referral&utm_campaign=creative.hse.ru&utm_referrer=creative.hse.ru

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн
2. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань»
3. <https://creative.hse.ru/research> - Исследования ИРКИ ВШЭ

Практическое занятие 5.

Тема: СМИ как отрасль современной экономики

Цель занятия: способствовать формированию знаний об особенностях СМИ как отрасли современной экономики

Формируемые компетенции: ОПК-5

Актуальность: необходимо знание особенностей СМИ как отрасли современной экономики

Теоретическая часть:

В 1950-х годах медиаэкономисты пришли к выводу: главный ресурс, которым аудитория расплачивается за СМИ в процессе их потребления, — это ее время. Это положение и лежит в основе той бизнес-модели, на которой базируется медиаэкономика индустриального общества, — модель рекламных продаж. Она стала возможной благодаря уникальным характеристикам медиаотрасли, которая одновременно и производит товар — содержание (контент), и оказывает услугу — организует доступ рекламодателей к целевым аудиториям (см. выше). Доходы СМИ от рекламы позволяют медиакомпаниям получать столь существенные прибыли, что во многих случаях платы от аудитории даже не требуется. Так традиционно действуют многие теле- и радиостанции, бесплатная пресса, сегодня еще и онлайн-СМИ.

Один из основателей медиаэкономики как отдельной научной дисциплины Даллас Смайт на рубеже 1950-1960-х годов выдвинул гипотезу о том, что в число «товаров», производимых СМИ, входит и аудитория. Рассматривая современную ему рыночную экономику, Смайт указывал, что в ее условиях происходит размывание границ между такими ролями индивида, как работник и покупатель. Смайт утверждал, что все время, пока человек не спит, является рабочим: во время работы он занимается производством предметов потребления, а его нерабочее — свободное, досуговое — время превращается в предмет потребления рекламодателей. Тем самым сама аудитория становится предметом производства одних субъектов рынка — предприятий СМИ, и предметом потребления других — рекламодателей³.

Вопросы для обсуждения:

1. Индустрия СМИ в современной экономике
2. Основные факторы становления индустрии
3. СМИ как индустрия свободного времени
4. СМИ в системе креативных индустрий
5. Тенденции развития индустрии СМИ

Методические рекомендации:

Для подготовки к вопросам практического занятия используйте учебное пособие «Основы медиабизнеса» (Глава «СМИ как отрасль современной экономики»)

Литература:

Основная:

1. Основы медиабизнеса : учебник / под редакцией Е. Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 400 с. — ISBN 978-5-7567-0724-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/68801>

Дополнительная:

1. Медиа: введение : учебник / ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю. В. Никуличев. — 2-е изд. — Москва : Юнити-Дана, 2015. — 551 с. : ил., табл. — (Зарубежный учебник). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>
2. Хезмондалш Д. Культурные индустрии / Хезмондалш Дэвид ; перевод И. Кушнарева ; под редакцией А. Михалевой. — 2-е изд. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. — 456 с. — ISBN 978-5-7598-1682-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89363.html>
3. Рубцова, Н. В. Экономика и менеджмент в медиаиндустрии : учебное пособие / Н. В. Рубцова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 153 с. — ISBN 978-5-4497-2022-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/128356.html> (дата обращения: 20.03.2025)

Источники:

1. Региональный стандарт развития креативных индустрий - URL: <https://asi.ru/library/main/197563/>
2. Атлас креативных кластеров Российской Федерации. - URL: https://disk.yandex.ru/d/wDGIsOTWmwMmRg?rostat_visit=2804313

³ Основы медиабизнеса : учебник / под редакцией Е. Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 400 с. — ISBN 978-5-7567-0724-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/68801>

3. Творческие (креативные) индустрии. Справочник. - URL:
https://ion.ranepa.ru/upload/medialibrary/78a/Gid_Spravochnik-Tvorcheskie_kreativnye_industrii.pdf?ysclid=ld1p2fqbp817084471&roistat_visit=2804313&utm_source=creative.hse.ru&utm_medium=referral&utm_campaign=creative.hse.ru&utm_referrer=creative.hse.ru

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн
2. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань»
3. <https://creative.hse.ru/research> - Исследования ИРКИ ВШЭ

Практическое занятие 6.

Тема: Медиабизнес в эпоху цифровизации

Цель занятия: способствовать формированию знаний особенностях медиабизнеса в эпоху цифровизации

Формируемые компетенции: ОПК-5

Актуальность: необходимо знание особенностей медиабизнеса в эпоху цифровизации

Теоретическая часть:

Медиаиндустрия — неотъемлемый элемент современного общества. Помимо предоставления развлекательного и информационного контента, медиа способны влиять на умы и мнения многих людей, из-за чего некоторые называют СМИ четвертой властью. При этом окружающий мир также способен всеобъемлюще влиять на медиаиндустрию. Основное воздействие оказывает развитие технологий. Так, на глазах у современных поколений произошло несколько технологических сдвигов в сфере музыки: после аналоговых записей появились магнитные, затем цифровые, на смену твердым носителям пришли виртуальные хранилища, скачивание файлов заменили стриминговые сервисы. Похожие изменения происходили и в других отраслях медиа.

Вопросы для обсуждения:

1. Модели монетизации медиаконтента
2. Глобализация vs. локализация в медиапространстве: влияние международных платформ (Netflix, YouTube) на локальные рынки и стратегии адаптации контента под региональные аудитории.
3. Государственная стратегия развития СМИ

Методические рекомендации:

Для подготовки к вопросам практического занятия используйте научные публикации, указанные в разделе «Источники», а также самостоятельно найденные публикации в СМИ и научных библиотеках.

Литература:

Основная:

1. Основы медиабизнеса : учебник / под редакцией Е. Л. Вартаковой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 400 с. — ISBN 978-5-7567-0724-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/68801>

Дополнительная:

1. Медиа: введение : учебник / ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю. В. Никуличев. — 2-е изд. — Москва : Юнити-Дана, 2015. — 551 с. : ил., табл. — (Зарубежный учебник). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>
2. Хезмондалш Д. Культурные индустрии / Хезмондалш Дэвид ; перевод И. Кушнарева ; под редакцией А. Михалевой. — 2-е изд. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. — 456 с. — ISBN 978-5-7598-1682-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89363.html>
3. Рубцова, Н. В. Экономика и менеджмент в медиаиндустрии : учебное пособие / Н. В. Рубцова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 153 с. — ISBN 978-5-4497-2022-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/128356.html> (дата обращения: 20.03.2025)

Источники:

1. Килин Александр Михайлович, Киселев Аркадий Дмитриевич Исследование драйверов цифровой трансформации медиаиндустрии // ОНВ. ОИС. 2024. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-drayverov-tsifrovoy-transformatsii-mediaindustrii> (дата обращения: 20.03.2025).
2. Прохорова Е. Н. «Яндекс» как мультимедийная платформа для размещения и дистрибуции медиаконтента // Международный научный журнал «Слово в науке». 2021. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yandeks-kak-multikanalnaya-platforma-dlya-razmescheniya-i-distributsii-mediakontenta> (дата обращения: 20.03.2025).
3. Колобова Е.Ю. Особенности функционирования российского медиарынка в условиях глобализации информационного пространства // Петербургский экономический журнал. 2018. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-funktsionirovaniya-rossiyskogo-mediarynka-v-usloviyah-globalizatsii-informatsionnogo-prostranstva> (дата обращения: 20.03.2025).
4. Новикова С.К. Креативная экономика как драйвер роста: мировой и российский опыт // Новые технологии. 2019. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-ekonomika-kak-drayver-rosta-mirovoy-i-rossiyskiy-opyt> (дата обращения: 20.03.2025).
5. Вартакова Е. Л. Развивая понимание медиа: от технологий к социальному пространству // Меди@льманах. 2020. №5 (100). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvivaya-ponimanie-media-ot-tehnologiy-k-sotsialnomu-prostranstvu> (дата обращения: 20.03.2025).
6. Глумова А. Е. Актуальные вопросы государственного регулирования креативных индустрий в Российской Федерации // МНИЖ. 2022. №12 (126). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-voprosy-gosudarstvennogo-regulirovaniya-kreativnyh-industriy-v-rossiyskoj-federatsii> (дата обращения: 20.03.2025).

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека онлайн
2. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань»
3. <https://creative.hse.ru/research> - Исследования ИРКИ ВШЭ

Практическое занятие 7.

Тема: Взаимодействие СМИ с другими креативными индустриями

Цель занятия: способствовать формированию знаний особенностей взаимодействия СМИ с другими креативными индустриями

Формируемые компетенции: ОПК-5

Актуальность: необходимо знание особенностей взаимодействия СМИ с другими креативными индустриями

Теоретическая часть:

В сфере культурного наследия СМИ способствуют распространению и актуализации культурных ценностей в обществе. С помощью материалов о культуре журналисты могут рассказать истории отдалённых или неизвестных этнических групп и передать их уникальную культуру. Также СМИ привлекают внимание аудитории к проблемам сохранения, использования, популяризации и государственной охраны объектов культурного наследия.

В сфере туризма СМИ помогают создавать и формировать туристический имидж региона, города, страны. Освещение значительных событий в городе, его достопримечательностей и т. д. может привлечь потоки туристов. Например, теле- и кинотуризм позволяют показать существующие достопримечательности и продвигать туры и иные продукты туризма, связанные с местами съёмок.

Таким образом, СМИ способствуют культурному обмену между людьми, укрепляя отношения и развивая туристическую сферу.

Вопросы для обсуждения:

1. Конвергенция медиа, кино, музыки и игровой индустрии.
2. Кросс-медийные проекты: case-study (Netflix, Marvel и т.п.).
3. Коллаборации с дизайном, модой и арт-рынком.
4. Роль СМИ в продвижении культурного наследия и туризма.
5. Партнёрства с технологическими стартапами.

Методические рекомендации:

Для подготовки к вопросам практического занятия используйте научные публикации, указанные в разделе «Источники», а также самостоятельно найденные публикации в СМИ и научных библиотеках.

Литература:

Основная:

1. Основы медиабизнеса : учебник / под редакцией Е. Л. Варгановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 400 с. — ISBN 978-5-7567-0724-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/68801>

Дополнительная:

1. Медиа: введение : учебник / ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю. В. Никуличев. — 2-е изд. — Москва : Юнити-Дана, 2015. — 551 с. : ил., табл. — (Зарубежный учебник). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>
2. Хезмондалш Д. Культурные индустрии / Хезмондалш Дэвид ; перевод И. Кушнарева ; под редакцией А. Михалевой. — 2-е изд. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. — 456 с. — ISBN 978-5-7598-1682-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89363.html>
3. Рубцова, Н. В. Экономика и менеджмент в медиаиндустрии : учебное пособие / Н. В. Рубцова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 153 с. — ISBN 978-5-4497-2022-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/128356.html> (дата обращения: 20.03.2025)

Источники:

1. Прохорова Е. Н. «Яндекс» как мультимедийная платформа для размещения и дистрибуции медиаконтента // Международный научный журнал «Слово в науке». 2021. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yandeks-kak-multikanalnaya-platforma-dlya-razmescheniya-i-distributsii-mediakontenta> (дата обращения: 20.03.2025).
2. Варганова Е. Л. Медиа на «поле» культурных и креативных индустрий // Меди@льманах. 2022. №5 (112). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/media-na-pole-kulturnyh-i-kreativnyh-industriy> (дата обращения: 20.03.2025).
3. Варганова Е. Л. Меняющаяся архитектура медиа и цифровые платформы // Меди@льманах. 2022. №1 (108). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/menyayushchaya-arhitektura-media-i-tsifrovye-platformy> (дата обращения: 20.03.2025).

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru> — Университетская библиотека онлайн
2. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань»
3. <https://creative.hse.ru/research> - Исследования ИРКИ ВШЭ

Практическое занятие 8.

Тема: Создание медиапроекта в креативной индустрии: практикум

Цель занятия: способствовать формированию навыков разработки собственного медиапроекта

Формируемые компетенции: ОПК-5

Актуальность: необходимо формирование навыков разработки собственного медиапроекта

Вопросы для обсуждения:

1. Идея и целевая аудитория: от концепции до питчинга.
2. Разработка бизнес-плана и поиск финансирования.
3. Производство контента: мультимедийные инструменты.
4. Продвижение через digital-каналы и партнёрства.
5. Оценка эффективности и масштабирование проекта.

Методические рекомендации:

Практическое занятие предполагает разработку концепции медиапроекта, освещающего развитие какой-либо разновидности креативной индустрии в регионе. Концепция должна быть разработана в соответствии с пунктами, указанными в вопросах для обсуждения.

Литература:

Основная:

1. Основы медиабизнеса : учебник / под редакцией Е. Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 400 с. — ISBN 978-5-7567-0724-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/68801>

Дополнительная:

1. Медиа: введение : учебник / ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю. В. Никуличев. — 2-е изд. — Москва : Юнити-Дана, 2015. — 551 с. : ил., табл. — (Зарубежный учебник). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>
2. Хезмондалш Д. Культурные индустрии / Хезмондалш Дэвид ; перевод И. Кушнарева ; под редакцией А. Михалевой. — 2-е изд. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. — 456 с. — ISBN 978-5-7598-1682-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89363.html>
3. Рубцова, Н. В. Экономика и менеджмент в медиаиндустрии : учебное пособие / Н. В. Рубцова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 153 с. — ISBN 978-5-4497-2022-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/128356.html> (дата обращения: 20.03.2025)

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru> — Университетская библиотека онлайн
2. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань»
3. <https://creative.hse.ru/research> - Исследования ИРКИ ВШЭ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

МЕТОДИЧЕСКИЕ
УКАЗАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«СМИ В СИСТЕМЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ»

Направление подготовки
Направленность (профиль)

42.03.02 – Журналистика
Мультимедийная журналистика и цифровые
технологии

Ставрополь, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

1. Введение.....	3
2. Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины.....	3
3. План-график выполнения самостоятельной работы.....	4
4. Методические рекомендации по изучению теоретического материала....	4
5. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины).....	5
6. Методические указания по подготовке к экзамену.....	5
7. Список литературы, использованной при составлении методических рекомендаций.....	5

Введение

Методические указания к самостоятельной работе студентов по дисциплине «СМИ в системе креативных индустрий» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению подготовки 42.04.02 – Журналистика.

Цель **методических рекомендаций к СРС** дисциплины «СМИ в системе креативных индустрий» – способствовать формированию знаний, умений и навыков, позволяющих качественно выполнять профессиональные, у студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.02- Журналистика.

Задачи освоения дисциплины:

- дать представление о сущности креативных индустрий и о СМИ как их разновидности;
- сформировать представления о специфике использования СМИ в креативных индустриях;
- сформировать навыки использования СМИ в креативных индустриях

2. Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «СМИ в системе креативных индустрий»

Самостоятельная работа студента в рамках дисциплины «СМИ в системе креативных индустрий» понимается как планируемая учебная работа, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа направлена на формирование следующей компетенции:

Индекс	Формулировка:
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Цель самостоятельной работы студентов в процессе изучения дисциплины «СМИ в системе креативных индустрий» – научить студента осмысленно и самостоятельно работать с учебным материалом, научной информацией по дисциплине, актуальными исследованиями в области работы фотожурналиста, с медиатекстами, информацией правового и этического характера.

Задачи самостоятельной работы:

- систематизировать и закрепить полученные теоретические знания и практические умения студентов;
- развить познавательные способности и активность студентов: творческую инициативу, самостоятельность, ответственность и организованность;
- сформировать и развить навыки ведения самостоятельной работы и овладения методикой исследования при решении разрабатываемых в учебной деятельности проблем и вопросов;
- повысить уровень подготовленности к самостоятельной работе в соответствии с содержанием дисциплины.

Таким образом, самостоятельная работа приобщает научному и исследовательскому творчеству, поиску и анализу актуальных проблем современной медиапрактики.

При изучении дисциплины предусматриваются следующие формы самостоятельной работы студента:

- самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы по дисциплине, изучение научных публикаций;
- работа с электронными ресурсами в сети Интернет;
- подготовка к практическим занятиям

3. Технологическая карта самостоятельной работы обучающегося

Коды реализуемых компетенций (индикаторов)	Вид деятельности студентов	Средства и технологии оценки	Объем часов, в том числе астр.ч.		
			СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего
ПК-1, ИД-1 _{ПК-1} , ИД-2 _{ПК-1}	Подготовка к практическим занятиям	Собеседование	18	2	20

ПК-1, ИД-1 _{ПК-1} , ИД-2 _{ПК-1}	Самостоятельное изучение литературы	Собеседование	18	2	20
Итого за семестр			36	4	40
Итого:			36	4	40

Для выполнения самостоятельной работы необходимо пользоваться литературой, которая предложена в списке рекомендуемой литературы, Интернет-ресурсами или другими источниками по усмотрению студента.

Самостоятельная работа рассчитана на разные уровни мыслительной деятельности. Выполненная работа позволит приобрести не только знания, но и умения, навыки, а также выработать свою методику подготовки, что очень важно в дальнейшем процессе научной деятельности.

4. Методические рекомендации по изучению теоретического материала

Чтение основной и дополнительной литературы по дисциплине.

Самостоятельная работа при чтении учебной литературы начинается с изучения конспекта материала, сделанного при слушании лекций преподавателя. Полученную информацию необходимо осмыслить. При необходимости, в конспект лекций могут быть внесены схемы, другая дополнительная информация.

Список литературы, необходимой для подготовки к практическим занятиям, круглым столам и дискуссиям указан в методических рекомендациях к практическим занятиям. При изучении материала рекомендуется конспектировать основные идеи, составлять схемы, таблицы.

Конспектирование научно-исследовательской литературы

При изучении рекомендованных научных публикаций рекомендуется составление краткого конспекта. Конспект представляет собой дословные выписки из текста источника. При этом необходимо понимать, что конспект – это не полное переписывание чужого текста. Необходимо знать, что при написании конспекта сначала прочитывается текст – источник, в нём выделяются основные положения, подбираются примеры, идёт перекомпоновка материала, а уже затем оформляется текст конспекта. Конспект может быть полным, когда работа идёт со всем текстом источника или неполным, когда интерес представляет какой-либо один или несколько вопросов, затронутых в источнике.

Работа с электронными ресурсами в сети Интернет.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студент должен уметь работать в поисковой системе сети Интернет и использовать найденную информацию при подготовке к занятиям. Часть ресурсов указывается в методических указаниях к практическим работам. Однако необходимо уметь самостоятельно находить ресурсы. Особое внимание стоит уделить поиску в электронных библиотечных системах. Поиск информации можно вести по автору, заглавию, виду издания, году издания или издательству. Также в сети Интернет доступна услуга по скачиванию учебных материалов.

5. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)

Устный опрос проводится в рамках практических занятий. Подготовка к ним предполагает изучение рекомендованной литературы, выполнение заданий, предусмотренных к конкретному практическому занятию по дисциплине и представленных в методических указаниях по дисциплине.

6. Методические указания по подготовке к экзамену

Процедура проведения экзамена осуществляется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования в СКФУ.

В экзаменационный билет включаются два вопроса.

Для подготовки по билету отводиться 30 минут.

При подготовке к ответу студенту предоставляется право пользования рабочей программой дисциплины.

Вопросы к экзамену (2 семестр)

1. Функции СМИ в системе креативных индустрий.
2. Влияние креативных индустрий на развитие регионов России
3. Политика культурных индустрий: история вопроса
4. Политика креативных индустрий: британская модель
5. Политика креативных индустрий: американская модель
6. Политика креативных индустрий: скандинавская модель
7. Политика креативных индустрий: восточно-азиатские модели
8. Подходы к определению креативных индустрий
9. Концепция «креативного труда» Алана Фримана
10. Государственная поддержка креативных индустрий в РФ: основные направления
11. Концепция развития креативных индустрий в России до 2030 г.: общая характеристика
12. Законодательство РФ в сфере креативных индустрий: общая характеристика
13. Креативный (творческий) кластер: определения и сущностные признаки
14. Региональный стандарт развития Креативных индустрий: общая характеристика
15. Индустрия СМИ в системе рыночных отношений
16. Становление индустрии СМИ: основные факторы
17. СМИ как индустрия свободного времени
18. СМИ в системе креативных индустрий
19. Основные тенденции развития современной индустрии СМИ
20. Государственная политика в области креативных индустрий на Ставрополье

2 вопрос общий:

Отражение креативной индустрии (на выбор студента) в региональных медиа Ставрополья

7. Список рекомендуемой литературы

7.1. Основная литература:

Основы медиабизнеса : учебник / под редакцией Е. Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 400 с. — ISBN 978-5-7567-0724-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/688017.2>.

Дополнительная литература:

1. Медиа: введение : учебник / ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю. В. Никуличев. — 2-е изд. — Москва : Юнити-Дана, 2015. — 551 с. : ил., табл. — (Зарубежный учебник). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784>
2. Хезмондалш Д. Культурные индустрии / Хезмондалш Дэвид ; перевод И. Кушнарева ; под редакцией А. Михалевой. — 2-е изд. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. — 456 с. — ISBN 978-5-7598-1682-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89363.html>
3. Рубцова, Н. В. Экономика и менеджмент в медиаиндустрии : учебное пособие / Н. В. Рубцова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 153 с. — ISBN 978-5-4497-2022-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/128356.html> (дата обращения: 20.03.2025)

7.3. Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru> — Университетская библиотека онлайн
2. <http://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система «Лань»
3. <https://creative.hse.ru/research> - Исследования ИРКИ ВШЭ