

Научная статья

УДК 316.77:331.5

DOI 10.47475/2949-3390-2025-5-2-304-312



ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕДИАПРОФЕССИЙ: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ АВТОРОВ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО КОНТЕНТА

Мария Сергеевна Лаврищева

НИУ ВШЭ, Москва, Россия, lavrishevam@mail.ru,

<https://orcid.org/0000-0001-5440-632X>, SPIN-код: 4508-1050

Аннотация. Исследование посвящено анализу трансформации медиапрофессий в условиях цифровой экономики и роста популярности пользовательского контента. Цель работы – выявить изменения в профессиональной структуре медиаиндустрии, новые требования к специалистам и тенденции развития рынка труда в медиа. В качестве теоретической основы рассмотрены труды по медиарынку, цифровым платформам и влиянию нейросетевых технологий. Анализ проведен на основе 150 вакансий, опубликованных в специализированных Telegram-каналах за январь-февраль 2025 года. Использован метод контент-анализа. 40 % вакансий требуют навыков работы с нейросетями, 60 % включают обязанность ведения социальных сетей, 55 % совмещают несколько профессиональных функций. Дистанционный формат предложен в 50 % случаев, при этом конкуренция за такие позиции в 1,8 раза выше. Сделан вывод о смещении медиапрофессий в сторону гибридных моделей, где журналистика совмещается с маркетингом, контент-продакшеном и цифровой аналитикой.

Ключевые слова: медиапрофессии, цифровые платформы, пользовательский контент, нейросети, рынок вакансий, журналистика, SMM, контент-маркетинг

Для цитирования: Лаврищева М. С. Трансформация медиапрофессий: новые возможности для авторов пользовательского контента // Динамика медиасистем. 2025. Том 5,

Original article

TRANSFORMATION OF MEDIA PROFESSIONS: NEW OPPORTUNITIES FOR USER-GENERATED CONTENT AUTHORS

Maria S. Lavrishcheva

National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia, lavrishevam@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-5440-632X>

Abstract. The study analyzes the transformation of media professions in the context of the digital economy and the rise of user-generated content. The goal of the work is to identify changes in the professional structure of the media industry, new requirements for specialists, and trends in the job market. The theoretical basis for the study includes works on the media market, digital platforms, and the impact of neural network technologies. The analysis was conducted based on 150 vacancies published in specialized Telegram channels in January-February 2025. We used the content analysis method. 40 % of vacancies require skills in working with neural networks, 60 % involve maintaining social networks, and 55 % combine several professional functions. The remote format is offered in 50 % of cases, while competition for such positions is 1.8 times more intense. A conclusion is made about the shift of media professions towards hybrid models, where journalism is combined with marketing, content production, and digital analytics.

Key words: media professions, digital platforms, user content, neural networks, job market, journalism, SMM, content marketing

For citation: Lavrishcheva M. S. (2025). Transformation of media professions: new opportunities for user-generated content authors. *Dynamics of Media Systems*, Vol. 5, Issue 2: 304–312. doi: 10.47475/2949-3390-2025-5-2-304-312 (In Russ).

Введение

Современный медиарынок меняется под влиянием

цифровых технологий и социальных процессов. Интеграция пользовательского контента в профессиональные медиа создает новые возможности для авторов, а цифровые платформы становятся центром перераспределения внимания аудитории (Малинин 2023: 6). Рост блогинга, развитие социальных сетей и распространение нейросетей способствуют изменению структуры занятости в индустрии (Деминова, Лаврищева 2021).

Новые вакансии формируются в условиях трансформации способов производства и потребления контента. Медиаориентированные платформы расширяют взаимодействие с индивидуальными авторами, работающими на стыке профессиональной журналистики и создания пользовательского контента (Пирмухаммедова, Оразова, Султанова 2023: 249). Это влечет изменения в профессиональной структуре отрасли и требованиях к компетенциям специалистов.

Технологии искусственного интеллекта перестраивают трудовые процессы. Автоматизация снижает нагрузку на рутинные задачи, но увеличивает значимость навыков работы с алгоритмами, понимания механизмов цифровой дистрибуции и стратегий взаимодействия с платформами (Рубцова 2024: 158).

Исследование направлено на рассмотрение трансформации медиапрофессий, появление новых вакансий, связанных с управлением, модерацией и интеграцией пользовательского контента и роль платформ в современной медиазкосистеме.

Цифровые платформы и их влияние на медиарынок

Цифровые платформы становятся основным каналом распространения контента и монетизации авторской активности. Пользовательский контент конкурирует с профессиональной журналистикой, изменяя традиционные формы медиапроизводства (Santos 2022: 97). YouTube, TikTok, Telegram, «ВКонтакте» и другие ресурсы создают условия для коммерциализации авторских материалов.

Переход от централизованной редакционной модели к распределённой системе контент-производства связан со снижением доходов традиционных СМИ. Платформы становятся основным инструментом дистрибуции и требуют от специалистов наличия навыков работы с алгоритмами и аудиторией (Pavlik 2023: 85).

Экономическая модель медиапроизводства адаптируется к алгоритмическому распространению контента. В новой системе востребованы специалисты, понимающие работу рекомендательных механизмов, генеративного ИИ и модерации (Рубцова 2024: 165). Гибридные медиапрофессии объединяют навыки журналистики, маркетинга и IT.

Монетизация пользовательского контента и новые компетенции медиаспециалистов

Трансформация медиапрофессий затрагивает не только производство контента, но и способы его монетизации. Современные платформы используют рекламу, подписки, донаты и краудфандинг. По мнению И. И. Малинина, перспективным направлением становится монетизация контента посредством брендированных интеграций и партнерские программы (Малинин 2023: 7).

Журналисты, копирайтеры и редакторы осваивают новые форматы. Вакансии, связанные с digital-продвижением, выросли на 113 % (Малинин 2023: 9). Платформенные алгоритмы требуют адаптации контента, персонализированного подхода и оптимизации рекламных инструментов (Pavlik 2023: 90).

Автоматизация текстовых процессов создаёт новые требования к специалистам. Нейросети выполняют рутинные задачи, но работа редактора остаётся востребованной (Шереметьева 2014). Контроль качества, управление AI-инструментами и аналитика платформ становятся частью медиапрофессий будущего (Рубцова 2024: 169).

Рынок современных медиавакансий

Для социологического анализа трансформации рынка медиапрофессий были выбраны Telegram-каналы «Текстодром», «Норм работа», «Brain Drain» и «Работа в медиа».

В исследовании были рассмотрены предложения специализированных Telegram-каналов, которые освещают рабочие предложения в сфере медиа. Отбирались вакансии по ключевым словам «без опыта», «ИИ (искусственный интеллект)», «ChatGPT», «нейросети», «креатор», «журналист» за период с 1.01.2025 по 27.01.2025 включительно.

В качестве основной площадки был выбран мессенджер

Telegram, одна из самых актуальных и популярных платформ не только в России, но и в мире. По данным Forbes, «в мае 2024 года его месячный охват достиг 85 млн пользователей, за год показав самый большой рост аудитории среди всех социальных сетей в России – 12,2 %» (Рожков Р. Владельцы Telegram-каналов в 2024 году заработали с помощью «Яндекса» 1,7 млрд рублей // Материал «Forbes.ru». URL: <https://clck.ru/3PKcaZ> (дата обращения: 10.02.2025)). По данным того же исследования Telegram по количеству аудитории входит в пятерку самых популярных мессенджеров в мире.

Таблица 1 – Вакансии, связанные с работой с текстами и медиаконтентом

Федеральный округ	Город (или удаленно)	Должность	Основные требования
Центральный	Москва	Креатор контента (видео-продакшн)	Создание коротких вертикальных видео для социальных сетей (TikTok, VK-клипы, Reels), сценарное планирование, съемка и монтаж
	Москва	Журналист, работа с ИИ	Использование нейросетей в подготовке контента, анализ данных, SEO-оптимизация, написание текстов с учетом алгоритмов поисковых систем
	Москва	Контент-редактор (SEO, SMM)	Ведение социальных сетей брендов, адаптация текстов под требования поисковых систем, работа с трендами
Северо-Западный	Санкт-Петербург	Журналист, спецпроект	Подготовка авторских материалов на основе аналитических исследований, проведение интервью, работа с базами данных
	Санкт-Петербург	SMM-специалист	Генерация контента для социальных сетей, настройка рекламных кампаний, работа с блогерами
Южный	Краснодар	Автор текстов	Написание статей по заданной тематике, поиск спикеров, работа с источниками

Федеральный округ	Город (или удаленно)	Должность	Основные требования
Приволжский	Казань	Креатор-копирайтер	Разработка сценариев для рекламных и PR-кампаний, создание постов для социальных сетей
Уральский	Екатеринбург	Журналист (цифровые медиа)	Мониторинг информационного поля, создание мультимедийных материалов, написание новостных статей
Сибирский	Новосибирск	Редактор новостей	Курирование ленты новостей, сбор и проверка информации, написание оперативных репортажей
Дальневосточный	Владивосток	Рекламный копирайтер	Разработка рекламных текстов, работа с таргетированной рекламой
Удаленно	-	Журналист-копирайтер	Работа с нейросетями (ChatGPT, Midjourney), подготовка информационных статей, адаптация контента под разные платформы
	-	Автор для блогов	Написание текстов на основе аналитики, SEO-продвижение
	-	Контент-менеджер	Работа с UGC (пользовательский контент), редактирование, модерация материалов

40 % вакансий в сфере текстового контента требуют наличия навыков работы с нейросетями. Нейросети, такие как ChatGPT, стали стандартными инструментами для редакторов и авторов, изменив требования к кандидатам. Помимо написания текстов, востребованы навыки формирования запросов, редактирования материалов, созданных нейросетевыми инструментами и их адаптации.

Запрос на видеоформаты вырос на 35 %. Работодатели ожидают, что авторы будут не только писать, но и создавать видеоконтент для TikTok, Reels и YouTube Shorts. 60 % вакансий предполагают ведение социальных сетей в дополнение к работе с текстами.

55 % предложений совмещают функции нескольких профессий. Журналисты работают с социальными сетями, авторы

разрабатывают сценарии, редакторы управляют пользовательским контентом. В 47 % вакансий указаны SEO-продвижение, анализ аудитории и таргетинг.

50 % вакансий предлагают удаленный формат. На такие позиции конкуренция выше – в 1,8 раза больше откликов (исходя из просмотров и реакций), чем на офисные предложения.

Выводы

Трансформация медиапрофессий сопровождается изменением требований к специалистам, освоением новых механизмов монетизации и интеграцией цифровых инструментов в повседневную деятельность авторов контента. Пользовательский контент, ранее воспринимавшийся как любительский, становится важным элементом медиапроизводства, формируя новые модели занятости и взаимодействия с аудиторией.

На сегодня медиапрофессии находятся в процессе наиболее значимой трансформации: работодатели ожидают от специалистов широкой универсальности, способности работать с различными цифровыми инструментами и понимания механизмов вовлечения аудитории в современных медиаплатформах. При этом в большинстве вакансий от соискателя не ждут опыта: требуется высокая обучаемость.

Список источников

Деминова М. А., Лаврищева М. С. Студенческие медиа в социальной сети: опыт работы редакции // Меди@льманах. 2021. № 6 (107). С. 72–82. <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.6.2021.7282>.

Малинин И. И. Трансформация профессии SMM-специалиста после изменений на рынке социальных медиа в 2022–2023 годах // Вопросы медиабизнеса. 2023. № 1. С. 5–10. <https://doi.org/10.24412/3034-1930-2023-0010>.

Пирмухаммедова Г., Оразова О., Султанова С. Журналистика в эпоху цифровых технологий: влияние социальных медиа на общество и профессию // Вестник науки. 2023. № 10 (67). С. 247–251.

Рубцова Н. В. Нейросети в медиа: возможности, проблемы, перспективы для будущих медиаспециалистов // Вопросы теории и практики журналистики. 2024. № 1. С. 156–171. <https://doi.org/10.24412/3034-1930-2024-0010>.

org/10.17150/2308-6203.2024.13(1).156-171.

Шереметьева П. Р. Трансформация журналистики как профессии в современном информационно-коммуникативном обществе (на примере Франции) // *Russian Journal of Education and Psychology*. 2014. № 7 (39). С. 100–112. <https://doi.org/10.12731/2218-7405-2014-7-4>.

Pavlik J. V. Collaborating With ChatGPT: Considering the Implications of Generative Artificial Intelligence for Journalism and Media Education // *Journalism & Mass Communication Educator*. 2023. № 78 (1). Pp. 84–93. <https://doi.org/10.1177/10776958221149577>.

Santos M. L. B. d. The “so-called” UGC: an updated definition of user-generated content in the age of social media // *Online Information Review*. 2022. Vol. 46, № 1. Pp. 95–113. <https://doi.org/10.1108/OIR-06-2020-0258>.

References

Deminova, M. A., Lavrishcheva, M. S. (2021). *Studencheskie media v sotsial'noi seti: opyt raboty redaktsii* [Student media in social networks: editorial experience]. *Medi@l'manakh*, 6 (107), 72–82. <https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.6.2021.7282>. (In Russ).

Malinin, I. I. (2023). *Transformatsiia professii SMM-spetsialista posle izmenenii na rynke sotsial'nykh media v 2022–2023 godakh* [Transformation of the SMM specialist profession after changes in the social media market in 2022-2023]. *Voprosy mediabiznesa*, 1, 5–10. <https://doi.org/10.24412/3034-1930-2023-0010>. (In Russ).

Pirmukhammedova, G., Orazova, O., Sultanova, S. (2023). *Zhurnalistika v epokhu tsifrovyykh tekhnologii: vliianie sotsial'nykh media na obshchestvo i professiiu* [Journalism in the digital age: the impact of social media on society and the profession]. *Vestnik nauki*, 10 (67), 247–251. (In Russ).

Rubtsova, N. V. (2024). *Neiroseti v media: vozmozhnosti, problemy, perspektivy dlia budushchikh mediaspetsialistov* [Neural networks in media: opportunities, problems, prospects for future media specialists]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, 1, 156–171. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2024.13\(1\).156-171](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2024.13(1).156-171). (In Russ).

Sheremet'eva, P. R. (2014). *Transformatsiia zhurnalistiki kak professii v sovremennom informatsionno-kommunikativnom obshchestve (na primere Frantsii)* [Transformation of journalism as a profession in the modern information and communication society (on

the example of France)]. *Russian Journal of Education and Psychology*, 7 (39), 100–112. <https://doi.org/10.12731/2218-7405-2014-7-4>. (In Russ).

Pavlik, J. V. (2023). Collaborating With ChatGPT: Considering the Implications of Generative Artificial Intelligence for Journalism and Media Education. *Journalism & Mass Communication Educator*, 78 (1), 84–93. <https://doi.org/10.1177/10776958221149577>.

Santos, M. L. B. d. (2022). The “so-called” UGC: an updated definition of user-generated content in the age of social media. *Online Information Review*, 46 (1), 95–113. <https://doi.org/10.1108/OIR-06-2020-0258>.

Информация об авторе

М. С. Лаврищева – аспирант аспирантской школы по коммуникациям и медиа

Information about the author

M. S. Lavrishcheva – postgraduate student at the Graduate School of Communications and Media

Статья поступила в редакцию 28.02.2025, одобрена после рецензирования 04.07.2025, принята к публикации 06.08.2025.

The article was received by the editors on 28.02.2025, approved after review on 04.07.2025; accepted for publication on 06.08.2025.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interest.