

**Материалы XIII межрегиональной школы инноватики
«Медийная культура личности: технологии
формирования и развития»,
проведенной 12 октября 2021 г. (г. Магнитогорск)**

**ББК 76+60.53
УДК 304+316.7**

DOI 10.52172/2587-6945_2021_18_4_149

Т. Б. Зайцева¹

*Магнитогорский государственный
технический университет им. Г. И. Носова
455000, Россия, г. Магнитогорск, пр. Ленина, д. 38
tbz@list.ru*

МЕДИЙНЫЕ СТРАТЕГИИ ЭКСПЕРТНОСТИ

В статье «Медийные стратегии экспертности» исследуются такие современные феномены, как «медийная личность» и «экспертность». Особое внимание автор уделяет рассмотрению стратегий достижения уровня экспертности в медиасообществе. Автор статьи связывает этапы достижения экспертности с развитием наиболее востребованных навыков XXI в.: креативностью, критическим мышлением, способностью к коллаборации (сотрудничеству) и коммуникации; а также таких качеств личности, как любознательность, инициативность, стремление к лидерству, настойчивость, социальная и культурная осведомленность. Медийные стратегии достижения экспертности коррелируют со стратегией создания личного бренда.

В статье раскрываются основные этапы достижения экспертности и формы трансляции экспертности:

- получение необходимых знаний и опыта деятельности;
- использование открытых образовательных ресурсов;
- индивидуализация обучения;
- развитие эмоционального интеллекта;

¹ Зайцева Татьяна Борисовна, доктор филологических наук, профессор кафедры языкознания и литературоведения Магнитогорского государственного технического университета им. Г. И. Носова, г. Магнитогорск, Россия.

Т. Б. Зайцева

- применение средств коммуникации и сотрудничества;
- владение навыками работы с информацией и применения технических средств, умение пользоваться компьютером и различными программами и платформами, изучение и использование интерактивных технологий позиционирования себя в качестве эксперта;
- создание канала YouTube, группы, паблика, сообщества в соцсетях ВКонтакте, Инстаграм, Фейсбук; мессенджерах;
- знакомство с референсами (примерами), анализ рынка и конкурентов;
- формирование концепции личного бренда;
- практика составления собственных текстов (в широком смысле) и их представления в публичном интернет-пространстве;
- привлечение целевой аудитории;
- активность в социальных сетях; в интернет-пространстве;
- участие в экспертных сообществах;
- влияние на общество.

Обозначены в статье и критерии достижения экспертности. Формирование экспертной медиальности в современных условиях цифровой эпохи позволяет человеку наилучшим образом реализовать свой социальный и личностный потенциал.

Ключевые слова: экспертность, эксперт, медиальность, медийные стратегии, социальные сети, целевая аудитория, контент

Определение экспертности

В современную медиациентричную эпоху особое значение приобретают такие понятия, как «медийная личность», «медиаперсона», «медийная культура личности» [4; 5; 14]. Смысл термина «медийная личность» или «медиальность» изменился со временем [1]. Если в начале формирования понятия (примерно десятилетие назад) под медийным человеком понимали того, кто пользуется успехом в медиасфере, то есть персону, которая известна широкому кругу интернет-пользователей, телезрителей и пользуется большим успехом у СМИ и СМК, то сегодня определение медийной личности углубилось и звучит как тот, кто «самореализуется в публичном пространстве посредством собственного контента» [10, 51]. И. В. Жилавская отмечает, что «понятие медиальности сегодня раскрывается в одном ряду с такими смысловыми единицами, как “медиаобраз”, “медиаперсона” <...> По своим социально-психологическим характеристикам все они

связаны с публичным самопроявлением, объемом присутствия в медиа, известностью, популярностью, а также реальным влиянием на аудиторию. При этом если медиаобраз формируется с помощью медиатехнологий, то медиаличность возникает в процессе самосовершенствования и внутренней работы» [6, 436].

Таким образом, на наш взгляд, понятия медиаперсоны и медиаличности сегодня различаются. Шумиха в СМИ и СМК сопровождает скорее медиаперсону, понятие медиаличности прежде всего связано с понятием *экспертности*.

К медийным личностям мы относим известных и влиятельных политиков и политологов, общественных деятелей, ученых, писателей, журналистов, медиков, блогеров и т. д. Количество подписчиков и просмотров в социальных сетях является важным, хотя далеко не решающим маркером медиаличности.

Интерес к такому феномену, как экспертность, сохраняется так же около десяти лет. Представляется, что в связи с повсеместной девальвацией (особенно в медиапространстве) такого качества, как профессионализм и тенденцией к всеобщей «дилентатизации» постсоветского общества, понадобилось новое понятие, обозначающее комплекс навыков, компетенций и человеческих качеств, умелое применение которых давало бы веские основания для привлечения внимания людей (что, по меткому высказыванию политолога Е. Шульман, является «современной валютой» [15]) и способствовало бы самореализации личных социальных интересов.

Дадим самые простые определения понятиям *профессионал* и *эксперт* (не в юридическом смысле, а в том значении, которое утвердилось в широкой сфере интернет-медиа). *Профессионал* – человек, сделавший какое-либо занятие своей постоянной профессией. *Эксперт* (от лат. *expertus* — опытный) – лицо, обладающее специальными знаниями; специалист, чьи суждения по вопросу, рассматриваемому или решаемому другими людьми, менее компетентными в этой области, представляются наиболее авторитетными и ценными. Можно привести сравнение, отталкиваясь от преобладающего в современную эпоху клипового мышления, которое разбивает окружающий мир на кучу не связанных между собой кусочков, эксперт — это человек, который способен сложить единый пазл из разрозненных элементов мозаики, так как обладает необходимыми знаниями, навыками и компетенциями и способен воссоздать целостную картину мира.

Зачем нужна экспертность? Получить признание в качестве эксперта является для любого человека способом самореализация,

Т. Б. Зайцева

самоутверждения, осуществления своих социальных целей (карьера, финансовый успех, признание в общественных, научных или медиасферах). Можно выделить различные уровни достижения экспертности, выстроив так называемую «пираиду экспертности».

Пираида экспертности



Первые два нижних уровня – приблизительно 95% интернет-пользователей. Мастеров-гуру – единицы [8].

Достижение экспертности предполагает использование определенных стратегий, как личностных, образовательных, так и медийных.

Образовательные стратегии

Кембриджский университет и организация «Партнерство для обучения в XXI в.» выделили четыре основных «навыка XXI в.», которые получили название навыки 4К (4Cs на английском языке): креативность, критическое мышление, коллаборация (сотрудничество), коммуникация. Позже список расширился, к нему добавились ещё такие умения и качества, как ответственность, инициатива и самоуправление, умение разрешать проблемы и конфликты и информационная грамотность [3].

Участники Всемирного экономического форума 2018 г. определили необходимые современному человеку базовые качества. Таковыми признаны фундаментальная грамотность (языковая грамотность, математическая грамотность, естественно-научная грамотность, ИКТ (информационно-компьютерные технологии)-грамотность, финансовая грамотность, культурная и гражданская грамотность); общекультурные компетенции: 4 «К» (Коммуникация,

Креативность, Критическое мышление, Командная работа (коллаборация, сотрудничество)); соответствующие качества личности: любознательность, инициатива, настойчивость/выдержка, лидерство, социальная и культурная осведомленность [3].

Несомненно, что в начале пути к статусу эксперта человек должен соответствовать заданным временем основополагающим требованиям к личности.

Личностные стратегии

Путь к достижению экспертности проходит несколько этапов. Сначала требуется определить свою экспертную нишу. Для этого необходимо ответить на важные вопросы, касающиеся собственной личности: Кто я? Каковы мои социальные интересы? Чем я занимаюсь? Что мне мешает стать тем, кем я хочу? Что я делаю лучше всего? В чем я добивался успеха? Что во мне, в моем характере, моем образе жизни больше всего привлекает окружающих? Экспертность нужно искать в себе, в своем прошлом и настоящем.

Обозначьте как можно больше своих социальных ролей, начиная лет с 18: например, я – дочь, я – жена, я – мама, я – преподаватель, я – писатель, я – знаток турецкого языка, я – швея, я – цветовод, я – кулинар и т.п.

Важно также задуматься над вопросом: «какое у вас хобби»? [17].

По какому поводу, за какими советами к вам обращались друзья или знакомые? Какие проблемы вы помогли решать: профессиональные, житейские, психологические? Обязательно напишите, что делали и какие проблемы вы успешно решали (победили страх публичного выступления, смонтировали видео, вязали красивые вещи, делали кукол, опубликовали статью или художественное произведение и получили немало откликов, похудели; научились, как экономно вести хозяйство или путешествовать дешево; познакомили будущих супругов, сочиняли детям на ночь сказки, объясняли смысл фильма и т.д.) Это пригодится вам для создания историй, поскольку умение рассказывать истории является сегодня ведущим способом привлечения внимания людей.

Медийные стратегии

Составьте список того, что вас вдохновляет, привлекает, окрыляет. Что вам интересно по-настоящему, что заставляет вас чувствовать себя живым. Сопоставьте и сравните эти списки (реальный опыт и желаемые действия), выявив пересекающиеся моменты.

Проверьте, какие из обозначенных тем наиболее востребованы на рынке, что можно продать, что пользуется спросом. Для этого можно воспользоваться сервисом Wordstat Yandex [18]. Яндекс Вордстат — это сервис подбора слов, бесплатный и мощный инструмент для оценки интереса к определенной теме с учетом сезонности и регионального компонента.

Найдите одну или несколько тем, которые пользуются популярностью среди интернет-пользователей, чтобы не ошибиться с нишей экспертизы, убедитесь в том, что подобные запросы нередко делают люди. Протестируйте нишу, проанализируйте своих конкурентов. И самое главное – создавайте уникальный контент по своей тематике.

Очень важно определить свою целевую аудиторию, от этого зависит форма и способы подачи контента. Ищите целевую аудиторию, чьи жизненные ценности совпадали бы с вашими, ведь в коммуникативном процессе с целевой аудиторией для того, чтобы завоевать доверие, вам неизбежно придется демонстрировать свои собственные жизненные ценности, рассказывать о своем хобби, о своих увлечениях, о своем образе жизни.

Узкая направленность интересов, как ни парадоксально, вредит экспертизе. Эксперту необходим широкий кругозор, о чем, например, свидетельствует база фундаментальных знаний (языковая грамотность, математическая грамотность, естественно-научная грамотность, ИКТ (информационно-компьютерные технологии)-грамотность, финансовая грамотность, культурная и гражданская грамотность), без которых трудно представить медийную культуру личности. Грань между избыточной концентрацией на выбранной экспертной нише и размытостью определить сложно. По словам Е. Шульман, «у успешных людей не видно, что они не успели, от чего они отказались. Заметно только то, что на поверхности – что они успевают» [15]. Для достижения успеха в экспертной области требуется расстановка приоритетов. Движение к экспертизе потребует целую череду отказов от того, что вы обозначите для себя как нерелевантное (ценности, знания, информация).

Онлайн-присутствие в интернет-пространстве. безусловно, важно для будущего эксперта, поэтому для успешного продвижения личного бренда (себя в качестве эксперта) нельзя игнорировать социальные сети и соответствующие экспертной сфере блоги или сайты. В цифровую эпоху различные интернет-платформы являются одной из ключевых составляющих личного брендинга, при этом важно выбрать не только где и как, но и что рассказывать.

Социальные сети, если ими пользоваться рационально, с умом, безусловно, улучшают качество нашей жизни. Ваша лента зависит от вас. Рекомендации отражают ваши реальные интересы. Добиться успеха в жизни, заслужить признание людей, стать медийной личностью во многом зависит от самого человека, от приложенных им усилий, от затраченного труда и времени. Полезно освоить тайм-менеджмент, поскольку умение организовать себя и свое время, активность и последовательность в достижении своих целей, организаторские способности (сила воли, самодисциплина) отличают современных успешных людей.

Создайте свой аккаунт, комьюнити, сообщество, разработайте концепцию комьюнити или канала, выберите наиболее подходящие разновидности контента и составьте контент-план хотя бы на ближайшее время.

Главное требование – контент должен быть оригинальным.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что медийные стратегии экспертности, безусловно, коррелируют со стратегией создания личного бренда.

Обозначим *основные этапы пути развития универсальных компетенций XXI в. для достижения экспертности*:

- получение необходимых знаний и опыта деятельности;
- использование открытых образовательных ресурсов;
- индивидуализация обучения;
- развитие эмоционального интеллекта (умение управлять своими эмоциями и понимать эмоции других; понимание и принятие себя, своих слабых и сильных сторон, своих потребностей, желаний и целей, адекватная самооценка, целеустремленность);
- применение средств коммуникации и сотрудничества;
- владение навыками работы с информацией и применения технических средств, умение пользоваться компьютером и различными программами и платформами (информационная, техническая, цифровая грамотность), изучение и использование интерактивных технологий позиционирования себя в качестве эксперта;
- создание канала YouTube, группы, паблика, сообщества в соцсетях ВКонтакте, Инстаграм, Фейсбук; мессенджерах;
- знакомство с референсами (примерами), анализ рынка и конкурентов;
- формирование концепции личного бренда;
- практика составления собственных текстов (в широком смысле) и их представления в публичном интернет-пространстве;

Т. Б. Зайцева

- привлечение целевой аудитории;
- активность в социальных сетях; в интернет-пространстве;
- участие в экспертных сообществах;
- влияние на общество.

Особое внимание надо обратить на то, что знакомство с референсами и анализ конкурентов предполагают наличие навыков медийной гигиены [15]. Изучив экспертов и поняв, кому и на каких основаниях можно доверять, вы научитесь привлекать собственную аудиторию и поймете, какие способы трансляции экспертности для этого наиболее пригодятся. При этом важным оказывается обращение к первоисточникам высказываний: если вы знакомы с первоисточниками, вы сможете определить компетентность экспертных суждений о предмете и материале. Проанализируйте так называемую «кредитную историю» экспертов: насколько их высказывания демонстрировали компетентность, знание предмета (к этому времени вы уже должны обладать достаточным количеством компетенций, чтобы провести фактчекинг самостоятельно), как часто сбывались их предположения и точным оказывался анализ ситуации? Имели ли их рекомендации практическую пользу?

Критерии экспертности

- Практический опыт побед и поражений. Уверенность в своих знаниях, навыках и компетенциях.
- Профессионализм.
- Признание и доверие людей. Популярность. Репутация.
- Обращение профильных СМИ и СМК, организаторов мероприятий в вашей сфере экспертности.
- Троллинг, хейтинг, негативная критика.

Основные формы трансляции экспертности

1) Ваши результаты и достижения (образование, профессиональное развитие, повышение квалификации, история духовного развития или духовной трансформации, трансляция процесса познания, приобретения опыта) [9].

Что требуется? Приобретать новые знания, учиться. Прокачивать навыки. Знать свою профессию, например, проработать несколько лет в крупной компании или вести аккаунт с тысячами подписчиков. Реализовать собственный успешный проект.

2) Ваша способность передать знания: участие в экспертных сообществах (для начала хотя бы в ЯндексКью), в профессиональных мероприятиях в роли спикера, уникальные

авторские методики, помощь в реализации авторских проектов, консультации, публичные выступления, ваши интервью и интервью с вами, не только онлайн, но и офлайн; стримы, ваши ресурсы – уникальный экспертный контент, сайт, сообщество, публикации – статьи, книги.

Что требуется? Доступно объяснять ученикам, как достичь успеха в профессии, какие навыки прокачивать, по каким методикам лучше учиться и совершенствовать полученные знания. Преподавать, доступно объяснять ученикам материал; грамотно выстраивать методику обучения, чередовать теоретические занятия с практикой; следить за новыми тенденциями в профессии, осваивать и применять эффективные приемы работы, делиться этим с учениками [9].

3) Результаты ваших учеников или клиентов.

Что требуется? Освещать истории успеха, совместные проекты. Ссылаться на отзывы о вас как об эксперте (выступления на мероприятиях, рекомендации, цитирование и ссылки на вас и упоминания в СМИ и СМК).

Выводы

Формирование медиальности в современных условиях цифровой эпохи позволяет каждому человеку наилучшим образом распорядиться своим эмоциональным и интеллектуальным капиталом, найти наиболее выгодные сферы их применения, полно и свободно реализовать свой социальный и личностный потенциал.

Литература

1. Болотнов А. В. Современная информационно-медийная личность и ее типы (по данным анкетирования) // Коммуникативные исследования. 2015. № 2 (4). С. 47–55.
2. Бурлуцкая М. Г., Харченко В. С. Фрилансеры: специфика социального статуса, стратегии карьеры и профессионального развития // Журнал социологии и социальной антропологии. 2013. № 1. С. 111–120.
3. Ванягина М. Р. Общекультурные компетенции успешного специалиста XXI в. // Вестник СПбГИК. 2020. № 3 (44), сентябрь. С. 125–130.
4. Гараева В. А. Номинация медийной личности в средствах массовой информации // Современные проблемы литературоведения, лингвистики и коммуникативистики глазами молодых ученых: традиции и новаторство. Межвузовский сборник.

Уфа: Издательство: Башкирский государственный университет, 2019. С. 426–431.

5. Гукасова М. М. Медийная личность и персональная сфера: пределы расширения в социокультурной ситуации // Историческая и образовательная мысль. 2016. Т. 8 № 3/1. С. 101–107.

6. Жилавская И. В. О чем молчит медиальность // Развитие русскоязычного пространства: коммуникативные и этические проблемы. Материалы научно-практической конференции (26-27 апреля 2013 г.). Москва: Изд-во АПК и ППРО, 2013. С. 434–441.

7. Ермолин Е.А. Доверительная коммуникация и становление медийной личности журналиста // Современные медиа: процессы и контексты. Ярославль: ЯГПУ, 2015. С. 3–11.

8. Как определить экспертность? Пирамида экспертности // Бесплатная школа видеоблогера. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3cWaxabb4OY&list=WL&index=71> (дата обращения: 01.10.2021).

9. Как показать экспертность. Позиционирование личного бренда и экспертности. Личный бренд примеры // Елена Ачкасова. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=rOyrs3t21xA&list=WL&index=66&t=386s> (дата обращения: 01.10.2021).

10. Каминская Т. Л. Медийная личность ученого в Фейсбуке и идентичность // Российская пиарология-3: тренды и драйверы: сборник научных трудов в честь профессора В. Н. Степанова. Санкт-Петербург: Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2017. С. 50–53.

11. Нестеров А. В. Экспертика: общая теория экспертизы. Москва: Типография НИУ ВШЭ, 2014. 261. URL: <https://www.hse.ru/data/2014/04/24/1319429518/%D0%AD%D0%BA%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0%20%D0%9F%D0%94%D0%A4.pdf> (дата обращения: 07.10.2021).

12. Сергеева А. С., Кириллов Б. А., Воронина Е. Ю. Автоматизированное выявление экспертных знаний в профессиональных виртуальных сообществах // Перспективы развития информационных технологий. 2014. № 19. С. 59–61.

13. Спиридонов В. Ф. Феномен экспертности в решении задач и проблем и моделирование интеллектуальных процессов // Труды IX Международной конференции «Когнитивный анализ и управление развитием ситуации» CASC'2011. Москва: ИПУ РАН. 2011. С. 114–119.

14. Степанян Г. Г. Медийная культура личности в информационном обществе // Перспективы науки. 2016. № 5 (80). С. 48–53.
15. Шульман Е. Информационная гигиена, тревога и многозадачность: интервью журналу Vogue // Екатерина Шульман. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=HP7ZW5OusRs&list=WL&index=109> (дата обращения: 15.09.2021).
16. Щербакова О. В., Макарова Д. Н. Как работает экспертное знание: интеллект, концептуальные способности и кое-что еще // Петербургский психологический журнал. 2018. № 22. С. 56–87.
17. Экспертность. Что это и как ее определить? 5 шагов для определения своей экспертности // Наталья Павлова. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=1EoJQltNw1c&list=WL&index=68> (дата обращения: 01.10.2021).
18. Яндекс. Подбор слов. URL: <https://wordstat.yandex.ru/> (дата обращения: 15.09.2021).

REFERENCES

1. Bolotnov A. V. Sovremennaya informacionno-medijnaya lichnost' i ee tipy (po dannym anketirovaniya) [Up-to-Date Informational and Media Personality and its Types (According to Questionnaire's Data)] // Kommunikativnye issledovaniya [Communication Studies]. 2015. № 2 (4). Pp. 47–55. (In Russian)
2. Burluckaya M. G., Harchenko V. S. Frilansery: specifika social'nogo statusa, strategii kar'ery i professional'nogo razvitiya [Freelancers: Social Status, Career Strategies and Professional Development] // Zhurnal sociologii i social'noj antropologii [The Journal of Sociology and Social Anthropology]. 2013. № 1. Pp. 111–120. (In Russian)
3. Vanyagina M. R. Obschekul'turnye kompetencii uspeshnogo specialista XXI v. [Universal Cultural Competencies of a Successful Specialist of the 21st Century] // Vestnik SPbGIK [Vestnik of Saint Petersburg State University Of Culture]. 2020. № 3 (44). Pp. 125–130. (In Russian)
4. Garaeva V. A. Nominaciya medijnoj lichnosti v sredstvakh massovoj informacii // Sovremennye problemy literaturovedeniya, lingvistiki i kommunikativistiki glazami molodyh uchenyh: tradicii i novatorstvo. Mezhevuzovskij sbornik. Ufa: Izdatel'stvo: Bashkirskij gosudarstvennyj universitet, 2019. Pp. 426–431. (In Russian)
5. Gukasova M. M. Medijnaya lichnost' i personal'naya sfera: predely rasshireniya v sociokul'turnoj situacii [Media Person and Personal Sphere: Limits of Expansion of Sociocultural Situation] //

Istoricheskaya i obrazovatel'naya mysl' [Historical and Social Educational Idea]. 2016. T. 8 № 3/1. Pp. 101–107. (In Russian)

6. Zhilavskaya I.V. O chem molchit medialichnost'. Razvitie russkoyazychnogo prostranstva: kommunikativnye i eticheskie problemy. Materialy nauchno-prakticheskoi konferencii (26-27 aprelya 2013 g.). Moscow: Izd-vo APK i PPRO, 2013. Pp. 434–441. (In Russian)

7. Ermolin E.A. Doveritel'naya kommunikaciya i stanovlenie medijnoj lichnosti zhurnalista // *Sovremennye media: processy i konteksty*. Yaroslavl': YaGPU, 2015. S. 3-11. (In Russian)

8. Kak opredelit' ekspertnost'? Piramida ekspertnosti // *Besplatnaya shkola videoblogera*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3cWaxabb4OY&list=WL&index=71> (accessed 01.10.2021). (In Russian)

9. Kak pokazat' ekspertnost'. Pozicionirovanie lichnogo brenda i ekspertnosti. Lichnyj brend primery // Elena Achkasova. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=rOyrs3t21xA&list=WL&index=66&t=386s> (accessed 01.10.2021). (In Russian)

10. Kaminskaya T. L. Medijnaya lichnost' uchenogo v Fejsbuke i identichnost' [The Image of the Scientist in the Social Network and Communicatory Means of Identity] // *Rossijskaya piarologiya-3: trendy i drajvery: sbornik nauchnyh trudov v chest' professora V. N. Stepanova*. Sankt-Peterburg: Izd-vo SPbGETU «LETI», 2017. Pp. 50-53. (In Russian)

11. Nesterov A. V. Ekspertika: obshchaya teoriya ekspertizy. Moscow: Tipografiya NIU VShE, 2014. 261. URL: <https://www.hse.ru/data/2014/04/24/1319429518/%D0%AD%D0%BA%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0%20%D0%9F%D0%94%D0%A4.pdf> (accessed 07.10.2021). (In Russian)

12. Sergeeva A. S. Avtomatizirovannoe vyavlenie ekspertnyh znaniy v professional'nyh virtual'nyh soobshchestvah / A. S. Sergeeva, B. A. Kirillov, E. Yu. Voronina // *Perspektivy razvitiya informacionnyh tekhnologij*. 2014. № 19. Pp. 59–61. (In Russian)

13. Spiridonov V. F. Fenomen ekspertnosti v reshenii zadach i problem i modelirovanie intellektual'nyh processov // *Trudy IX Mezhdunarodnoj konferencii «Kognitivnyj analiz i upravlenie razvitiem situacii» CASC'2011*. Moscow: IPU RAN, 2011. Pp. 114–119. (In Russian)

14. Stepanyan G. G. Medijnaya kul'tura lichnosti v informacionnom obshchestve [Individual's Media Culture in the Information Society] // *Perspektivy nauki*. 2016. № 5 (80). Pp. 48–53. (In Russian)

15. Shul'man E. Informacionnaya gigiena, trevoga i mnogozadachnost': interv'yu zhurnalu Vogue // Ekaterina Shul'man. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=HP7ZWsOusRs&list=WL&index=109>
(accessed 15.09.2021). (In Russian)

16. Shcherbakova O. V., Makarova D. N. Kak rabotaet ekspertnoe znanie: intellekt, konceptual'nye sposobnosti i koe-cto eshche [How Does Expert Knowledge Work: Intelligence, Conceptual Abilities, And Something Else] // Peterburgskij psihologicheskij zhurnal. 2018. № 22. Pp. 56–87. (In Russian)

17. Ekspertnost'. Chto eto i kak ee opredelit'? 5 shagov dlya opredeleniya svoej ekspertnosti // Natal'ya Pavlova. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=1EoJQltNw1c&list=WL&index=68>
(accessed 01.10.2021). (In Russian)

18. Yandex. Podbor slov. URL: <https://wordstat.yandex.ru/>
(accessed 15.09.2021). (In Russian)

MEDIA STRATEGIES OF EXPERTISE

Tatiana B. Zaitseva

*Doctor of Philology, Professor
of the Department of Linguistics and Literary,
Nosov Magnitogorsk State Technical University
(Magnitogorsk, Russia)*

Abstract

The article "Media Strategies of Expertise" explores such contemporary phenomena as a "media personality" and "expertise". The author pays special attention to the strategies of achieving a level of expertise in the media community. The author connects the stages of achieving expertise with the development of the most popular skills in the 21st century: creativity, critical thinking, ability to collaborate and communicate, as well as such personal qualities, as curiosity, initiative, leadership, persistence, social and cultural awareness. Media strategies for achieving expertise correlate with personal brand building strategies.

The article reveals the main stages of achieving expertise and forms of transmitting expertise:

- acquiring the necessary knowledge and experience of activities;
- using open educational resources;
- individualization of learning;
- development of emotional intelligence;
- using communication and collaboration tools;
- possessing the skills of working with information and using technical tools, the ability to use a computer and various programmes and platforms, learning and using interactive technologies to position oneself as an expert;

Т. Б. Зайцева

- creating a YouTube channel, a group, a community on social networks VKontakte, Instagram, Facebook; messengers;
- familiarity with references (examples), market and competitor analysis;
- formation of the personal brand concept;
- practising in writing your own texts (in a broad sense) and presenting them in the public internet space;
- attracting the target audience;
- activity in social networks; in the online space;
- participation in expert communities;
- impact on society.

The article also outlines the criteria for achieving expertise. The formation of an expert media personality in the modern conditions of the digital era allows a person to realize his or her social and personal potential in the best possible way.

Keywords: expertise, expert, media personality, media strategies, social networks, target audience, content

Для цитирования: Зайцева Т. Б. Медийные стратегии экспертности // Libri Magistri. 2021. № 4 (18). С. 149–162.

Поступила в редакцию 10.10.2021