

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»
(наименование кафедры)

42.03.02 Журналистика
(код и наименование направления подготовки, специальности)

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему «Цикл мультимедийных материалов «Не для корочки» в молодежном интернет-издании «Есть TALK!» (творческая работа)»

Студент

Д.В. Оплетина

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

Н.И. Тараканова

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Допустить к защите

Доцент, и.о.

заведующего кафедрой

канд. филол. наук, доцент, Л.В. Иванова

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

(личная подпись)

« ____ » _____ 2019 г.

Тольятти 2019

АННОТАЦИЯ

Бакалаврская работа посвящена созданию цикла мультимедийных материалов «Не для корочки» по целевому заказу сетевого издания «Молодежный медиахолдинг «Есть talk»» Тольяттинского государственного университета.

В настоящее время постоянное обучение в течение жизни становится базовой потребностью в отношении выстраивания жизненных стратегий во всем мире. Соответственно сегодня востребована информация о возможностях подготовки и переподготовки с помощью мультимедийных сервисов, дистанционных курсов, платформ с обучением и консультированием. Об этом свидетельствуют многочисленные запросы в поисковиках и количество ресурсов по теме образования. Об актуальности бакалаврской работы свидетельствует и то, что цикл мультимедийных материалов является целевым заказом сетевого издания «Молодежный медиахолдинг «Есть talk»».

В первой главе бакалаврской работы рассматривается сущность понятий «педагогическая журналистика» и «образовательная журналистика», описываются их функции и признаки, а также проводится анализ сетевых изданий, специализирующихся в сфере образования.

Во второй главе приведены типологические характеристики сайта Молодежного медиахолдинга и описана концепция авторского мультимедийного цикла.

В заключении делаются выводы по итогам работы. Список использованной литературы и источников включает 34 наименований.

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1 ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ	7
1.1 Сущность понятия «педагогическая журналистика».....	7
1.2 Анализ сетевых изданий, специализирующихся в сфере образования.....	13
ГЛАВА 2 КОНЦЕПЦИЯ АВТОРСКОГО ПРОЕКТА «НЕ ДЛЯ КОРОЧКИ» ..	30
2.1 Целевое назначение проекта.....	30
2.2 Содержательная модель проекта.....	37
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	40
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ.....	42

ВВЕДЕНИЕ

В России образовательная журналистика не только отражает всё новое и актуальное в сфере образования, но и повышает мобильность общества, становится важным ресурсом современного образовательного пространства.

Особенностью нашего времени является то, что люди вынуждены непрерывно повышать квалификацию и осваивать новые компетенции, что связано, в первую очередь, с появлением новых профессий и исчезновением традиционных видов занятости. Проблема трудоустройства и поиска рабочего места в условиях грядущей роботизации особенно актуальна для молодежи, которая обречена на постоянное обучение в течение жизни – это, судя по всему, единственный способ быть востребованным на рынке труда будущего. Постоянное обучение в течение жизни как особенность организации жизненного пространства сегодня является базовой потребностью в отношении выстраивания жизненных стратегий во всем мире.

Соответственно сегодня востребована информация о возможностях подготовки и переподготовки с помощью мультимедийных сервисов, дистанционных курсов, платформ с обучением и консультированием. Об этом свидетельствуют многочисленные запросы в поисковиках и количество информационных ресурсов по данной теме.

Об актуальности бакалаврской работы свидетельствует и то, что цикл мультимедийных материалов является целевым заказом сетевого издания «Молодежный медиахолдинг «Есть talk»».

Объект бакалаврской работы – образовательная журналистика.

Предмет – цикл мультимедийных материалов образовательной направленности в сетевом издании «Молодежный медиахолдинг «Есть talk»».

Цель – разработать концепцию цикла «Не для корочки» и подготовить мультимедийные материалы на сайт Молодежного медиахолдинга «Есть talk».

Для достижения цели необходимо решить следующие *задачи*:

- систематизировать теоретические представления о педагогической журналистике;
- проанализировать сетевые издания, специализирующиеся в сфере образования;
- разработать концепцию мультимедийного цикла «Не для корочки»;
- подготовить серию мультимедийных материалов для сетевого издания «Молодежный медиахолдинг «Есть talk».

Эмпирическую базу бакалаврской работы составили современные медиа об образовании федерального уровня: онлайн-медиа «Мел»¹, развлекательный онлайн журнал «НОЖ»², образовательный портал Newtonew³. Основным критерием отбора интернет-изданий стало наличие в них рубрики «Образование».

Хронологические рамки исследования включают период с 01.02.2018 по 01.06.2019.

Теоретико-методологическую базу исследования составили учебные пособия и научные статьи М.М. Лукиной, И.Д., Фомичевой, И. В. Челышевой.

Разработка концепции авторского проекта осуществлялась с опорой на учебные пособия И. М. Дзялошинского «Концепция современного периодического издания»⁴ и «Проективная деятельность в структуре журналистского творчества»⁵. Мультимедийность как качество современных медиа изучалась по научным статьям С.И. Симаковой и С.А. Панюковой

¹ Главная страница сайта интернет издания «Мел» : официальный сайт. URL: <https://mel.fm/> (дата обращения 16.03.2019).

² Главная страница сайта интернет издания «НОЖ» : официальный сайт. URL: <https://knife.media/about/>(дата обращения 16.03.2019).

³ Главная страница сайта интернет издания «Newyonew» : официальный сайт. URL: <https://newtonew.com/> (дата обращения 16.03.2019).

⁴ Дзялошинский И.М. Концепция современного периодического издания. М., 2012. 343 с.

⁵ Дзялошинский И.М. Проективная деятельность в структуре журналистского творчества // Деловая пресса России: настоящее и будущее. М., 1999. URL: <http://www.dzyalosh.ru/01-comm/books/delov-prensa/3-dzylochinskii.html> (дата обращения 24.02.2019).

«Мультимедийная история и её особенности»¹; Д.Ю. Кульчицкой «Мультимедиа и СМИ»²; Ю.А. Балакиной и А.В. Соснина «Интерсемиотичность и мультимедийность: от традиционных текстов к электронным»³.

В работе использованы следующие методы исследования: теоретико-типологический при выборе интернет-изданий; контент-анализ для содержательной интерпретации выявленных закономерностей в интернет-изданиях; метод моделирования для разработки и реализации авторского проекта.

Практическая значимость: проект реализован в соответствии с заказом молодежного медиахолдинга «Есть talk». Результаты проекта могут быть также использованы в учебном процессе подготовки бакалавров по направлению «Журналистика» или на курсах по журналистике.

В соответствии с целью и задачами структура ВКР включает: введение, две главы, заключение, список литературы. Во введении определяются актуальность, объект, предмет, цели и задачи работы, ее практическая значимость. В первой главе рассматривается сущность понятий «педагогическая журналистика и «образовательная журналистика», описываются их функции, а также проводится анализ сетевых изданий, специализирующихся в сфере образования.

Во второй главе приведены типологические характеристики сайта молодежного медиахолдинга и описана концепция авторского мультимедийного цикла.

В заключении делаются выводы по итогам работы. Список использованной литературы и источников включает 34 наименований.

¹ Симакова С.И., Панюкова С.А. Мультимедийная история и её особенности // Вестник Челябинского Государственного Университета. 2019. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/multimedijnaya-istoriya-i-eyo-osobennosti> (дата обращения 24.02. 2019).

² Кульчицкая Д.Ю. Теория журналистики. М., 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/multimedia-i-smi> (дата обращения 24.02. 2019).

³ Балакина Ю.В., Соснина А. В. Интерсемиотичность и мультимедийность: от традиционных текстов к электронным//Сибирский филологический журнал. 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/intersemiotichnost-i-multimedijnost-ot-traditsionnyh-tekstov-k-elektronnym> (дата обращения 24.02.2019).

ГЛАВА 1 ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ

1.1 Сущность понятия «педагогическая журналистика»

Педагогическая журналистика – это один из видов журналистского творчества, связанного с образованием, или с просвещением. Это деятельность, которая появилась в России в XIX веке в период социокультурного расцвета и модернизации страны, когда в литературном и информационном пространстве России начала оформляться новая сфера деятельности. Страницы газет и журналов постепенно становились главным местом обсуждения образования и его развития. Ключевая идея состояла в создании у различных слоёв населения представления о том, что образование – это, в первую очередь, ключевой фактор жизнеобеспечения каждого человека, государства и общества.

Поскольку педагогическая журналистика меняется вместе с образовательным процессом и временем, в истории выделяют три этапа¹:

– I этап (I половина XIX в. – начало XXв.) – дореволюционный – оформление и становление педагогической журналистики как самостоятельного общественного феномена, инструмента общественного воспитания, средства развития и распространения педагогических идей;

– II этап (1917 – 1991 гг.) – советский – этап дальнейшего развития педагогической журналистики как института развития педагогических идей и идеологического средства коммунистического информирования и воспитания;

– III этап (с 1991 г. по настоящее время) – современный – этап развития педагогической журналистики как единого информационного пространства модернизации образования.

Педагогическая пресса не менее значима, чем политическая пресса или экономическая. Чтобы педагогическая журналистика оказывала влияние на

¹ Жилавская И.В. Медиаобразование молодежной аудитории. Томск, 2009. С.75-86.

общество, она должна выполнять определенные функции. С.Н. Корконосенко определяет следующие функции педагогической журналистики: просветительская, диагностическая, аналитическая, образовательная, правозащитная, функция организатора диалога между властью и обществом, информационная, PR-функция, рекламная и др.

Дарья Мироненко отмечает: «Просветительская функция осуществляется посредством подготовки журналистских материалов описательного характера. Эти материалы могут быть о тенденциях развития образования, о фактах, событиях, об истории и особенностях становления этой сферы в нашей стране и за рубежом, о деятелях, реализующих свои силы в области образования, об образовательных учреждениях.

Диагностическая функция является более сложной функцией, чем просветительская, так как она предполагает умение журналиста определять в своих материалах на основе собранной им информации соотношения уровня современного образования и уровня развития общества, выявлять образовательные потребности отдельных групп и конкретных граждан, обозначать проблемы, требующие обязательного или срочного разрешения. Самыми распространенными методами диагностики, которые представляются в публикациях, могут быть интервьюирование работников образования, тестирование и опросы населения. Журналистская диагностика открыта, независима и доступна»¹.

Журналист, исследуя проблемы современного образования, выполняет и аналитическую функцию. Он может подвергать анализу самые разнообразные явления педагогической действительности. Высоким уровнем аналитической деятельности считается его умение рассматривать и оценивать персоналии и события, используя множество подходов. Журналисту при анализе сферы

¹ Мироненко Д.А. Педагогическая журналистика в России. URL: <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/folder/h2qlprmz00/direct/103212132> (дата обращения 24.03.2019).

образования уместно не только воспользоваться мнениями ученых и практиков, но и самому разобраться во всех тонкостях анализируемой проблемы.

Особое место в деятельности журналиста, работающего в этой сфере, занимает реализация образовательной функции. Речь идет не только о создании коммуникационного пространства для обмена опытом и повышения мастерства педагогов, но и о создании особой среды обучения, просвещения, воспитания. Как известно, одним из первых периодических педагогических изданий в России был «Педагогический журнал», издававшийся с 1833 года. В центре внимания материалов были вопросы домашнего и общественного воспитания. Соответственно, целевой аудиторией были не только и не столько педагоги, сколько просвещенные родители. «Большая часть воспитателей теряет из виду, что предмет их попечения есть организм сил, требующих самостоятельного развития, и что воспитывать, значит возвышать человека на степень лучшего создания на земле, сообщая деятельности его благороднейшее и высшее направление, а для сего воспитание должно пробуждать в дитяти силу, в нем дремлющую, подобно тому, как теплота солнечная раскрывает зародыш жизни, покоящийся в зерне пшеницы»¹. Параллельно появляются другие образовательные издания, которые традиционно делят на группы в соответствии с аудиторией и целевым назначением:

- педагогические журналы для учителей, родителей, деятелей народного просвещения;
- издания для детей и юношества, предназначенные для воспитания и «окультуривания» молодого поколения;
- издания для женщин, целью которых было повышение культурного уровня женщин во всех сферах, например, журнал «Работница», издававшийся с 1914 года;

¹ Месеняшин И. Первый в России «Педагогический журнал» 1833 – 1834. Советская педагогика. 1983. № 7. С. 117-119.

- издания по профессиональному образованию (физическому воспитанию, рисованию и пр.);
- издания по семейному воспитанию;
- издания по самообразованию.

В настоящее время в педагогической журналистике происходят изменения, обусловленные расширением и изменением тематики и проблематики публикаций, а также внедрением новых технологий, меняющих как саму деятельность журналиста, так и требования к конечному продукту журналистской деятельности.

В начале XXI века под воздействием идей медиаконвергенции, родившихся изначально в теоретических дискуссиях Анненбергской школы коммуникаций (Гербер, Дженкинс, Гросс)¹ возникает концепция «мультимедиа» и, как следствие, «мультимедийного журналиста». Таким образом, описывая процессы медиаконвергенции, Грейс Лоусен-Бордерс утверждает, что «увеличение количества платформ потребления контента требует дополнительной компетенции от автора, который должен учитывать множественность способов коммуникации с потребителем».²

Меняется и представление об образовании, о его цели и формах реализации. Образование традиционно считается крайне консервативной сферой, но в связи с приходом новых информационных и коммуникационных технологий оно начинает претерпевать сильные изменения. Во-первых, в образовании начинают применяться инструменты обучения с привлечением ИТ: онлайн-курсы, симуляторы, тренажеры, игровые онлайн-миры и др. Помимо привычного обучения навыкам и знаниям, новые инструменты позволяют развивать когнитивные навыки и осваивать продуктивные состояния сознания. Во-вторых, информационные технологии позволяют сделать образование

¹ Jenkins, Henry. The cultural logic of media convergence // International journal of cultural studies 7.1 (2004). С. 33-43. (дата обращения 10.03.2019).

² Lawson-Borders, Gracie L. Media organizations and convergence: case studies of media convergence pioneers. Routledge, 2006. ISBN 9780805851984.(дата обращения 10.03.2019).

индивидуализированным, когда содержание и процесс обучения подстроены под запросы учащегося и его индивидуальные особенности (скорость обучения, предпочтение формы обучения и др.). В-третьих, в образовании активно внедряются игровые формы обучения, поскольку игра позволяет более всесторонне и эффективно осваивать изучаемый предмет. В-четвертых, образование, особенно для учащихся вузов и взрослых, оказываются все более предметным и практико-ориентированным, поэтому в центре такого образования становятся реальные проекты учащихся, в том числе их стартапы.

Наконец, образование перестает быть этапом в начале самостоятельной жизни, а становится непрерывным процессом, сопровождающим человека на протяжении всей жизни»¹.

Быть успешным в новых обстоятельствах получится только, если будет возможность постоянно обучаться. На сайте [Will Robots Take My job?](#) можно проверить вероятность того, что искусственный интеллект оставит вас без работы. Есть данные о 702 профессиях по всему миру, но больше всего данных о США.

Профессии в сфере добычи нефти — обречены. Автоматизация этих профессий через пару лет составит 93 %. В таком же положении находятся бухгалтеры и аудиторы. Водители трамваев и сотрудники метро тоже под угрозой — технологии вытеснят людей с этой работы с вероятностью 86 %. А вот журналисты, менеджеры по связям с общественностью и ветеринары находятся в полной безопасности — к 2024 году автоматизация этих сфер достигнет только 11 %, 1,5 % и 4 % соответственно. Но больше всех повезло психологам — 0,4 % того, что на их место поставят робота. Отчет² Всемирного

¹ Лукша П.О., Лукша Е.Б., Песков Д.Н. Атлас новых профессий. М., 2014. URL: http://www.skolkovo.ru/public/media/documents/research/sedec/SKOLKOVO_SEDeC_Atlas.pdf (дата обращения 24.03.2019).

² The Future of Jobs: Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution. Женева. 2016. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_FOJ_Executive_Summary_Jobs.pdf (дата обращения 15.03.2019).

экономического форума говорит о том, что уже к 2020 году, по самым скромным оценкам, роботы займут 5 млн рабочих мест в 15 развитых странах.

А футурологи оксфордского исследования ¹ 2013 года считают, что в ближайшие 20 лет в США искусственный интеллект закроет до 47 % вакансий.

В этих новых условиях жизни, требующих постоянного переобучения и повышения квалификации, в педагогической журналистике ведущими становятся функция информирования о возможностях получения образования и самообразования или переподготовки, а также аналитическая функция, реализация которой позволяет аудитории ориентироваться в сложных и многочисленных проблемах, связанных с актуальностью, качеством, доступностью многочисленных предложений на образовательном рынке.

Таким образом, новые вызовы стоят перед педагогической журналистикой, понимаемой исследователями не в обывательском смысле узкопрофессиональной коммуникации педагогов, а в смысле широкого освещения вопросов образования для массовой аудитории. Некоторые исследователи предлагают использовать новый термин для обозначения этого направления журналистской деятельности. Так, В.А. Славина и Н.Е. Назарова² вводят понятие «образовательная журналистика», которое «используется, когда речь идёт о более емком понятии, отражающем реалии современного этапа развития общества».

¹ University of oxford, Oxford martin school. Oxford., 2016. URL: <https://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/research/programmes/future-tech> (дата обращения 24.03.2019).

²Славина В. А., Назарова Н. Е. Образовательная журналистика проблемы и перспективы // Преподаватель XXI век. 2010. С. 13-18. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/obrazovatelnaya-zhurnalistika-problemy-i-perspektivy> (дата обращения 18.02.2019).

1.2 Анализ сетевых изданий, специализирующихся в сфере образования

В рамках образовательных материалов информационного рынка были взяты издания федерального уровня. Онлайн-медиа «Мел», развлекательный онлайн журнал «НОЖ», образовательный портал Newtonew.

Разумеется, у всех представленных сетевых изданий есть общие функции и признаки, но имеются и различия. Основным критерием отбора материалов стало наличие рубрики «Образование» в перечисленных медиа.

«Нож»¹ позиционирует себя, как развлекательный онлайн-журнал для умных людей о культуре и обществе.

Учредителя «НОЖ» не имеет. Издатель Михаил Цыган; главный редактор Татьяна Коэн; в рубрике об образовании авторы: редактор новостной ленты - Анна Аскарян. (стажировалась в журнале «Вокруг Света»).

Основной аудиторией интеллектуального онлайн журнал являются люди в возрасте от 18 до 40 лет, 80 678 уникальных пользователей (данные на 03.06.2019)².

Вот как объясняет концепцию издания главный редактор Татьяна Коэн: «Наш подход к содержанию журнала — утилитарно-конструктивный. Нам — как, думаю, и многим активным читателям медиа — надоел вал бесполезного и угнетающего информационного мусора. Мы хотим доказать, что контент для массового читателя может быть качественным. Мы уверены, что за пределами МКАДа есть крутые герои и интересная жизнь, а не только тот трэш, который доходит до цель московских редакций федеральных СМИ. Весь наш контент работает на одну— сделать жизнь читателя чуть легче, будь то образовательный эксплейнер, веселый гид или интервью с героем, на которого хочется равняться.

¹ О нас // НОЖ : официальный сайт. URL: <https://knife.media/about/> (дата обращения 26.03.2019).

² Анализ посещаемости сайтов // analysis.ru. URL: <https://a-pr-cy.ru/knife.ru/> (дата обращения 26.03.2019).

Читатель будет выходить с сайта чуть более умным, чуть менее грустным и в целом вдохновленным. Вот такая концепция: сделать читателю хорошо».¹

Редакция данного издания нацелена на взаимовыгодное сотрудничество со своими пользователями и предлагает им оставить обратную связь о всех материалах, чтобы анализировать интересы аудитории. Приоритетными сервисами распространения информации и продвижения полезных материалов являются популярные в России социальные сети, такие как ВКонтакте, Facebook, Twitter, Telegram. Пользователи распространяют информацию, если материалы им интересны. Целевым действием является - лайк, комментарий и репост. Что влечет за собой привлечение новой аудитории и повышению посещаемости сайта за счёт новых заинтересованных пользователей. Более того, редакция крайне демократична в выборе авторов. Любой желающий может предложить свой спецпроект или свой материал, который будет рассмотрен главным редактором издания. Соискатели могут отправить свою работу или проект по следующему адресу hi@knife.media. Однако присутствует ряд ограничений на присылаемые статьи, которые будут сразу отсеяны это:

- Минимальный объем материала 9000 знаков, имя автора — перед заголовком, абзацные отступы не нужны, ссылки на источники должны быть активными
- Не рассматриваются тексты, написанные от первого лица
- Не рассматриваются тексты, представляющие собой абстрактную демагогию о глобальных вещах
- Не рассматриваются художественные тексты

Следуя данным правилам², перспективные авторы имеют шанс быть опубликованы в данном издании.

¹ Онлайн-журнал «Нож» возобновил работу // Популярная механика : официальный сайт. URL: <https://www.popmech.ru/editorial/news-374432-onlayn-zhurnal-nozh-vozobnovil-rabotu/> (дата обращения 26.03.2019).
² Статья частью проекта // НОЖ : официальный сайт. URL: <https://knife.media/take-part/> (дата обращения 10.04.2019).

Сфера образования на данном сетевом ресурсе освещается широко, затрагивает инновации и нововведения. Периодичность публикации материалов в рубрике «образование» — раз в три дня, в месяц публикуется порядка девятнадцати статей. Основная идея материалов — рассказать о новых подходах к образованию.

Отбор материалов был сделан посредством самых популярных текстов в рубрике «Образование». Основными критериями отбора материалов являются:

1. Материал относится к теме образование.
2. Выявление проблемы в теме материала.
3. Определение жанра материала.
4. Развернутость (на сколько тема была раскрыта, а замысел реализован).
5. Смысловая завершенность (обобщение, вывод и побуждение к действию)
6. Структурированность текста (абзац, списки и различные визуальные средства).
7. Наличие гиперссылок.
8. Информационная насыщенность (отсутствие ненужных вводных слов, повторов, информационного мусора).
9. Популярность материала в сетевом издании.

Анализ материалов в сетевом издании «НОЖ».

Анализ материалов в сетевом издании «НОЖ».

«Бристольский университет открыл курс счастья». Материал закреплён в разделе «Новость» в рубрике «Образование». Проблема материала — высокий процент суицида среди студентов. Целевая установка текста: сообщить новость. Заголовок — главный тезис любого материала, в информационном сообщении выполняет информативную и номинативную (сигнальную) функции. По заголовку понятно, что объектом отображения считается образование Великобритании. Предметом отображения является информационный повод, а именно, мягкая новость; тип информации журналистского текста —

событийный. Характеристика с точки зрения содержания: темой является открытие курса счастья в Бристольском университете. Поскольку жанр — «заметка», то внутритекстовая связь поверхностная.

«Бристольский университет (Великобритания) предложил студентам курс счастья, который длится 12 недель и засчитывается как предмет по выбору. Пройдя его студенты могут заработать учебные баллы. Курс счастья и психического здоровья введен из-за статистики: за последние три года 12 студентов Бристольского университета покончили с собой». Метод репрезентации и предъявления информации выбран журналистом, как гипертекст в интернет-журналистике. Источники информации, которыми пользовался автор при написании новости — интернет-источники и социологические данные. Имеется внешняя гиперссылка, перейдя по которой читатель попадает на сайт Independent.

Источники информации, которыми пользовался автор при написании новости — интернет-источники и социологические данные. Имеется внешняя гиперссылка, перейдя по которой читатель попадает на сайт Independent.

Данную новость можно комментировать и делиться в социальных сетях. Иллюстрациями не оснащена. Материал отмечен хэштегами: Великобритания, образование, психология.

«В Индии юристы будут учиться по «Гарри Поттеру». Материал закреплен в рубрике «Образование». Проблема состоит в формировании у студентов юридических факультетов аналогий с художественными произведениями. Заголовок простой, состоит из утверждения, мысль завершена. Нацелен на обеспечение информационной функции. По заголовку понятно, что объектом отображения считается образование в Индии. Предметом отображения: информационный повод, это мягкая новость, тип информации журналистского текста определен как событийный. Характеристика с точки зрения содержания: темой является проведение аналогичных правовых проблем с вымышленным миром Вселенной Гарри Поттера и реальностью. Жанр — заметка, внутритекстовая связь поверхностная.

«В Индии юристы будут учиться по «Гарри Поттеру». Это говорит о том, что юристы индийских вузов ознакомятся с дискриминацией оборотней, условиями содержания заключенных в Азкабана, использованием запрещенных заклинаний и ограничением прав и свобод домашних эльфов. Метод репрезентации и предъявления информации выбран журналистом, как гипертекст в интернет-журналистике. Источники информации, которыми пользовался автор при написании новости – интернет источники. Имеется внешняя гиперссылка, перейдя по которой читатель попадает на сайт «Литературно».

В Индии юристы будут учиться по «Гарри Поттеру». Это говорит о том, что юристы индийских вузов ознакомятся с дискриминацией оборотней, условиями содержания заключенных в Азкабана, использованием запрещенных заклинаний и ограничением прав и свобод домашних эльфов. Метод репрезентации и предъявления информации выбран журналистом, как гипертекст в интернет-журналистике.

Источники информации, которыми пользовался автор при написании новости – интернет источники. Имеется внешняя гиперссылка, перейдя по которой читатель попадает на сайт «Литературно».

Данную новость можно комментировать и делиться в социальных сетях. Информация иллюстрациями не оснащена, материал отмечен хэштегами: законы, литература, мир, образование.

«МГУ, ВШЭ, СПбГУ и Политех открыли набор на 300 бесплатных онлайн-курсов». Проблема заключается в том, чтобы понять, как при многообразии и доступности различных онлайн-курсов повысить квалификацию или расширить кругозор. Целевая установка текста: проанализировать ситуацию. Заголовок простой, состоит из утвердительного предложения и представляет собой законченную мысль, выполняет номинативную и информативную функцию. Читатель сразу понимает, о чем пойдет речь в тексте — о бесплатных онлайн-курсах в ведущих ВУЗах страны. Жанры аналитические: рекомендация и

мониторинг. Мониторинг позволяет определить сущность явления, в частности, представляет весь перечень доступных курсов.

Характеристика содержания: темой является список доступных бесплатных онлайн-курсов от МГУ, ВШЭ, СПбГУ и Политеха. Текст разбит на блоки. Таким образом, автор выделяет каждый ВУЗ и предложения онлайн-курсов. В материале использованы данные о программе и дате прохождения. Метод репрезентации и предъявления информации — повествование и гипертекст в интернет-журналистике. Источники информации, которыми пользовался автор при написании новости – интернет источники, официальные сайты вузов. Реклама в материале отсутствует. Имеются внешние и внутренние гиперссылки. Текст не оснащен иллюстрациями. Данную запись можно комментировать и делиться в социальных сетях: ВКонтакте поделились этой записью 375 человек, в Facebook поделились 2588 человек, оставили 13 комментариев.

Материал отмечен следующими хэштегами: интернет, образование, Россия.

«В Имперском колледже Лондона лекторов заменят голограммы». Материал закреплен в рубрике «Образование». Проблема заключается в роботизации всех сфер трудоустройства. Целевая установка текста: описать событие в области образования за рубежом. Заголовок простой, состоит из утвердительного предложения и представляет собой законченную мысль, выполняет номинативную и информативную функции. Читатель сразу понимает, что в тексте речь пойдет об изменениях в образовательном процессе одного из иностранных колледжей с это объект журналистского текста. Предметом отображения является ситуация в аналитическом материале. Жанр текста – заметка. Источники информации, которыми пользовался автор при написании новости – интернет источники, официальные сайты вузов. Реклама в материале отсутствует.

Имеются внешние и внутренние гиперссылки. Текст не оснащен иллюстрациями. Данную запись можно комментировать и делиться в

социальных сетях: ВКонтакте поделились этой записью 375 человек, в Facebook поделились 2588 человек. Оставили 13 комментариев. Материал отмечен следующими хэштегами: интернет, образование, мир.

«В России планируют узаконить высшее самообразование». Материал закреплен в рубрике «Образование». Проблема, которую автор отражает в тексте связана с необходимостью узаконить самообразование. Целевая установка текста – описать событие в области образования. Заголовок простой, состоит из утверждения. Выполняет номинативную и информативную функции. Читателю ясно, о чем пойдет речь – об узаконивании высшего самообразования в России. Предметом отображения является информационный повод, а именно, мягкая новость; тип информации журналистского текста определен как событийный. Так как жанр – корреспонденция, то внутритекстовая связь поверхностная.

В России планируют узаконить высшее самообразование такое нововведение потребует внесения изменений в Федеральный Закон «Об образовании», сообщает министерство образования Российской Федерации. Более того, автор приводит пример Гонконгского эксперимента в 2003-2005 годах, когда работодатели отказывались от услуг специалистов, получивших образование дистанционно.

Источники информации, которыми пользовался автор при написании новости – интернет-источники. Имеется внешняя гиперссылка, перейдя по которой читатель попадет на сайт «Известия». Реклама в материале отсутствует. Данную запись можно комментировать и делиться в социальных сетях: ВКонтакте поделились этой записью 10 человек, в Facebook – 24. Оставили 0 комментариев. Иллюстрации отсутствуют. Материал отмечен хэштегами: законы, образование, общество, Россия.

Таким образом, развлекательный онлайн-журнал «НОЖ» выполняет информационную функцию. Есть обратная связь. На сайте добавлены метки-теги, с помощью которых удобно организовывать информацию. «НОЖ» распространяет информацию по социальным сетям, такие как Facebook, ВКонтакте, Twitter, Telegram. .

«Мел» предлагает своей аудитории актуальные новости в сфере образования в информационных жанрах: заметка, корреспонденция, интервью, а также в аналитических жанрах: мониторинг, обозрение, рекомендация. «Мел»¹ позиционируют себя как «интересное и современное медиа, которое рассказывает обо всем самом важном в российском и мировом образовании и воспитании доступным языком. И стремятся стать надежным навигатором в мире образовательных услуг и решений».

Инвестором и соучредителем нового СМИ является президент группы «Нова Капитал» Александр Рудик. Как сообщают в издании, для него это не только коммерческий проект, но и очень «личная сфера». Главный редактор издания - Надежда Папудогло.

Аудитория: «для тех, кто хочет не только знать всё об образовании и воспитании детей, но и развиваться сам, расти вместе со своими детьми. Мы пишем не только об образовательных методиках, но и отвечаем на самые разные вопросы родителей: от отдыха с детьми до выбора дополнительного онлайн образования для взрослых»². 109 426 уникальных пользователей (данные от 03.06.2019)³.

Редакция открыта для критики и привлекает новых авторов. Данный интернет-ресурс не определяет каких-либо ограничений к формату материала.

Более того, после недавнего ребрендинга ресурса каждый желающий может высказаться и определить свою точку зрения касательно различных вопросов в своём микроблоге «Мой Мел».

Все разделы связаны напрямую с образованием и воспитанием. Популярными рубриками сегодня это «Школа», «Перемена» «ВУЗ» и «Профессии будущего». Читателей интересуют материалы, связанные с образованием в

¹ Контакты // МЕЛ : официальный сайт. URL: <https://mel.fm/page/contacts> (дата обращения 10.04.2019).

² Мел // Медиакит : официальный сайт. URL: https://www.dropbox.com/s/6q8um4a8waicr79/Mel_Mediakit.pdf?dl=0 (дата обращения 10.04.2019).

³ Анализа посещаемости сайтов // analysis.ru. URL: <https://a.pr-cy.ru/mel.fm/> (дата обращения 10.04.2019).

России, личным опытом студентов или педагогов и спецпроекты о профессиях будущего.

Данный сетевой ресурс активно нацелен на взаимодействие с пользователями в различных социальных сетях, таких как ВКонтакте, Одноклассники, Facebook, Instagram, Twitter, Telegram, Flipboard. Присутствие в различных социальных сетях расширяет и охватывает большую часть аудитории. Дифференциация интересов нацелена на различные возрастные группы и социальные классы.

Основными способами обратной связи являются: комментирование публикации, её одобрение, репост в социальной сети. Кроме того, в разделе «мой Мел», который является внутренним пространством ресурса, можно так же ставить лайки, комментировать, отслеживать или репостить понравившегося автора или его работы.

Редакция «Мел» нацелена на создание агрегатора статей и авторов по теме «образование».

Анализ материалов в сетевом издании «Мел».

«12 самых дорогих вузов в России». Материал закреплён в рубрике «ВУЗ». Проблема заключается в выделении наиболее дорогих и перспективных вузов России. Целевая установка текста: проанализировать ситуацию. Заголовок простой, состоит из утвердительного предложения и представляет законченную мысль. Выполняет номинативную и информативную функции. Читатель сразу понимает, что в тексте речь пойдёт о вузах России – это объект журналистского текста. Предметом отображения является ситуация в аналитическом материале. «Где вы потратите больше всего денег, если вдруг не задалось с бюджетом?». Аналитические жанры: рекомендация и мониторинг. Мониторинг помогает увидеть, ключевые аспекты какого-то явления, в виде суммы различных данных, которые проявляют текущий этап развития данного события. Рекомендации (советы) даны, чтобы аудитория смогла решить определённые задачи. Характеристика с точки зрения содержания: темой является список российских вузов с самыми дорогими программами бакалавриата в 2019 году.

Текст разбит на блоки. Так автор выделяет сначала лучшие российские вузы, а затем перечисляет массовые направления, цены и вузы, в которые поступить сложнее всего. В материале использованы данные о стоимости очных программ бакалавриата на официальных сайтах вузов и исследование «Мониторинг качества приёма в вузы». Метод репрезентации и предъявления информации – повествование и гипертекст в интернет-журналистике. Реклама в материале отсутствует. Источники информации, которыми пользовался автор при написании новости – интернет источники, официальные сайты вузов и социологические данные. Имеются внешние и внутренние гиперссылки. Текст оснащен иллюстрациями. Данную запись можно комментировать и делиться в социальных сетях. Просмотрели запись 158 066 пользователей. Оставили 11 комментариев. Репосты: 77 Facebook, 3 ВКонтакте. Материал отмечен хэштегами: ВУЗ, Образование, ВУЗыРоссии.

«Больше диплом не нужен никому»: ни работодателю, ни студенту». Проблема заключается в инфляции высшего образования. Целевая установка текста: проанализировать ситуацию. Методом подачи заголовка является цитата интервьюируемого. Объектом отображения является образование – речь идет о дипломах. Предмет отображения – проблема невостребованности дипломов. Жанр текста – рекомендация. Подзаголовок интервью: «Чем частное образование отличается от государственного и почему нельзя толкать детей в вузы». Автор выделяет тему частного образования и сравнивает его с государственным во всей системе образования. Использован метод работы в первую очередь через человека (жанр интервью), герой – директор частного университета Universal University Катерина Черкес-Заде. Также методом работы является анализ, систематизация и интерпретация полученной информации. Форма подачи: вопрос-ответ. Выделены блоки цитатами героя. (удобный вариант, чтобы читателю ознакомиться с информацией и понять каков интерес к тексту в целом).

Имеются внешние гиперссылки на сайт Universal University. Текст оснащен иллюстрациями – фото героя и университетов, о которых идёт речь в

тексте. Реклама в материале отсутствует. Данную запись можно комментировать и делиться в социальных сетях. Просмотрели запись 12 788 пользователей. Оставили 11 комментариев. ВКонтакте поделились этой записью 23 человека, в Facebook – 31 человек, в Одноклассниках – 11. Материал отмечен хэштегами: ВУЗ, Образование, ВУЗыРоссии.

«Больше 30 вузов России приняли на бюджет преимущественно троечников». Материал закреплен в рубрике новости. Проблема данной темы заключается в привлечении наиболее конкурентно способных абитуриентов. Целевая установка текста: проанализировать ситуацию. Заголовок простой, состоит из утвердительного предложения и представляет законченную мысль. Выполняет номинативную и информативную функции. Читателю ясно содержание текста, а именно, что речь пойдет о статистике приема высшими учебными заведениями троечников на бюджетные места. Жанр аналитический: мониторинг, что позволяет ознакомиться с реальной ситуацией в сфере высшего образования на момент работы приемной комиссии высших учебных заведений.

Характеристика с точки зрения содержания: темой является описание тенденции принятия на бюджетные места абитуриентов со средним показателем успеваемости в школе. Текст представляет единое сообщение. В целом новость выражена очень лаконично, приведена цитата вице-премьера Татьяны Голиковой, которая отмечает, что данное явление – позитивная тенденция. Также в тексте говорится о том, что из 30 названных вузов большинство принадлежат Министерству сельского хозяйства и Министерству транспорта Российской Федерации.

Источники информации, которыми пользовался автор при написании новости – интернет источники. Имеется внешняя гиперссылка, перейдя по которой читатель попадет на сайт «ТАСС». Реклама в тексте отсутствует. Данную запись можно комментировать и делиться в социальных сетях: ВКонтакте поделились этой записью 5 человек, в Facebook поделились 9, в Одноклассниках – 34 человека оставили 49 комментариев. Иллюстрации отсутствуют. Материал не отмечен хэштегами.

«10 специалистов, которые зарабатывают больше, чем вы думаете»
Материал закреплен в рубрике «Спецпроект». Проблема данной темы заключается в анализе высокооплачиваемых профессий. Целевая установка текста: проанализировать ситуацию. Заголовок простой, представляет собой законченную мысль. Выполняет номинативную и информативную функции. Читатель сразу понимает, о чем пойдет речь в тексте о списке из 10 высокооплачиваемых профессий – это объект журналистского текста. Аналитические жанры: мониторинг и рекомендация. Характеристика с точки зрения содержания: темой является список из 10 востребованных высокооплачиваемых профессий. Текст является списком с кратким пояснением к каждой профессии, градация происходит от самой высокооплачиваемой профессии к наименее оплачиваемой. Метод репрезентации и предъявления информации – повествование и гипертекст в интернет-журналистике. Источники информации, которыми пользовался автор при написании новости – интернет источники и социологические данные. Имеются внешние гиперссылки, где можно пройти онлайн или записаться на курсы переквалификации.

Данную запись можно комментировать и делиться в социальных сетях: ВКонтакте поделились этой записью 5 человек, в Facebook поделились 18 человек, в Одноклассниках – 8 и оставили комментариев – 13. Есть иллюстрации. Материал отмечен хэштегами: Worldskills, Профессии.

Стоит отметить, что сетевое издание «Мел» выполняет функцию информационную. Есть возможность обратной связи. На сайте добавлены метки-теги, т.е. ключевые слова, которые удобно организуют информацию. Распространяют информацию по социальным сетям, таким как YouTube, Facebook, ВКонтакте, Одноклассники, что способствует поиску единомышленников. «Мел» представляет аудитории материалы в информационных жанрах: заметка, корреспонденция, интервью, а также аналитических: мониторинг, обозрение, рекомендация. Чаще использует в рубрике «Образование» жанр рекомендации, он является наиболее популярным в сетевом издании и имеет больше просмотров, чем заметки. Авторы уделяют

особое внимание подробному разбору темы, ее раскрытию, пошагово разъясняя читателю плюсы и минусы, но в то же время оставляя ему право задуматься о какой-либо проблеме и пути ее решения.

«Newtonew».

Учредитель: ООО «Ньюто Нью Медиа». Свидетельство о регистрации средства массовой информации ЭЛ № ФС 77 - 63029 выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) 10 сентября 2015 года.

Цель образовательного портала заключается в том, чтобы писать статьи, о вопросах и вызовах, с которыми сталкиваются современные сферы образования, науки и культуры — иными словами, обо всём, что нужно знать человеку просвещённому. Редакция находится в Санкт-Петербурге, но пишут и авторы из других городов.

Основатель проекта Евгений Смирнов; главный Редактор Людмила Ширшова.

Аудитория Newtonew: Редакция пишет для тех, кому недостаточно поверхностного взгляда на проблему или явление. Для тех, кто ценит источники, исследования и хорошие книги. Для тех, кто хочет знать, как осознанно распоряжаться информацией, собственной жизнью и своей ролью в обществе и на планете. Для тех, кто интересуется популярной наукой, литературой, искусством, гуманитарными знаниями и естественными дисциплинами. Для тех, кто учится сам или учит других.¹ Ресурс насчитывает 15 525 уникальных пользователей (данные 03.06.2019)².

Данное издание в полной мере освещает сферу образования, науки и технологий. Имеются специальные проекты касательно онлайн-курсов (Людмила Ширшова), самообразования (Евгений Смирнов), науки и образования (Михаил Кушнир).

¹ О проекте // NEWTONEW : официальный сайт. URL: <https://newtonew.com/about>: (дата обращения 10.04.2019).

² Анализа посещаемости сайтов // analysis.ru. URL: <https://a.pr-cy.ru/newtonew.com/> (дата обращения 10.04.2019).

Особенность данных проектов заключается в их обособлении от остальных текстов в специальные коллекции. Таким образом, коллекции становятся своеобразными каталогами статей по теме. Подобная практика позволяет охватить широкую аудиторию. Количество материалов в каждой из коллекций варьируется от 10 до 150 статей по каждой теме.

Редакция следует тенденции обратной связи и присутствует почти во всех наиболее популярных социальных сетях для общения со своими читателями и привлечением новым пользователей. Приоритетными сервисами для определения обратной связи являются: ВКонтакте, Одноклассники, Facebook, Google+, Twitter, Telegram. Механизм оценки заключается в количестве репостов, лайков, комментариев.

Анализ материалов в сетевом издании «Newtonew». «Soft skills как компенсация». Материал входит в цикл раздела об образовании. Проблема заключается в том, чтобы показать дифференциацию между навыками общения и профессиональными, приобретенными умениями. Заголовок простой, состоит из утверждения и представляет собой законченную мысль. Выполняет номинативную и информативную функции. Читатель сразу понимает, о чем пойдёт речь в тексте – о “soft skills” (мягких навыках), которые компенсируют отсутствие каких-то глубоких конкретных навыков. Жанр – новостная корреспонденция.

Метод репрезентации и предъявления информации – повествование. Источники информации, которыми пользовался автор при написании новости – интернет-источники. Внутренние и внешние гиперссылки отсутствуют, текст оснащён иллюстрациями. Данной записью можно делиться в социальных сетях и комментировать, а именно в Facebook, Twitter, ВКонтакте 11 человек прокомментировало данную запись. Материал отмечен следующими хэштегами: школа, вуз, мнения, вечный студент.

«Зачем нам нужны университеты». Материал входит в цикл об образовании. Проблема заключается в отсутствии понимания, что университетское образование нацелено на расширение кругозора. Заголовок

простой, состоит из утверждения и представляет собой законченную мысль. Выполняет номинативную и информативную функции. Главной мыслью в тексте является тема важности университета в жизни каждого человека. Целевая установка текста: анализ и мониторинг. Жанр – аналитическая корреспонденция.

Метод репрезентации и предъявления информации – повествование. Источники информации, которыми пользовался автор при написании новости – интернет-источники, печатные источники и социологические данные. Имеются внешние гиперссылки, текст оснащён иллюстрациями. Реклама в тексте отсутствует. Данной записью можно делиться в социальных сетях и комментировать в Facebook, Twitter, ВКонтакте 15 человек прокомментировали данную запись. Материал отмечен следующими хэштегами: вуз, вечный студент.

«Международная стипендия как лекарство от выгорания». Текст входит в цикл об образовании. Актуальность состоит в том, что многие профессионалы сталкиваются с психологическим выгоранием. Заголовок простой, состоит из утверждения и представляет собой законченную мысль. Выполняет номинативную и информативную функции. В тексте идёт речь о плюсах участия в международных конкурсах по предоставлению образовательных грантов за границей. Используются аналитические жанры: рекомендация и мониторинг.

Характеристика с точки зрения содержания: темой является стипендия немецкого канцлера, предоставляемая для обновления навыков перспективных кадров. Метод репрезентации и предъявления информации – повествование. Источники информации, которыми пользовался автор при написании новости – интернет-источники. Имеются внешние гиперссылки, текст оснащён иллюстрациями. Данной записью можно делиться в социальных сетях и комментировать, а именно в Facebook, Twitter, ВКонтакте. Один человек прокомментировал данную запись. Материал отмечен следующими хэштегами: вуз, студент, вечный студент, истории, герои.

«Туман войны: есть ли будущее у высшего образования». Материал входит в цикл об образовании. Проблема заключается в редактировании образовательных программ с перспективой на будущие профессии. Заголовок

простой, состоит из утверждения и представляет собой законченную мысль. Выполняет номинативную и информативную функции. Читатель сразу понимает, о чем пойдёт речь в тексте – о перспективах развития высшего образования и редактирования образовательных программ с прогнозом на профессии будущего. Используются аналитические жанры: анализ и мониторинг. Проблемой является анализ высших образовательных учреждений и осуществляемой ими подготовки к перспективным профессиям. Метод репрезентации и предъявления информации – повествование. Источники информации, которыми пользовался автор при написании новости – интернет-источники. Жанр – аналитическая корреспонденция.

Имеются внешние гиперссылки, текст оснащён иллюстрациями. Реклама в тексте отсутствует. Данной записью можно делиться в социальных сетях и комментировать, а именно в Facebook, Twitter, ВКонтакте. Один человек прокомментировал данную запись. Материал отмечен следующими хэштегами: вуз, вечный студент, мнения.

«Студенты Гарварда запустили открытый онлайн-курс по гражданскому неповиновению». Материал входит в цикл об образовании. Проблема состоит в подготовке профессиональных управленцев. Заголовок простой, состоит из утверждения и представляет собой законченную мысль. Выполняет номинативную и информативную функции. В тексте идёт речь об онлайн-курсе гражданского неповиновения. Целевая установка текста – анализ. Жанр – заметка.

Тема текста – открытие онлайн-курса для будущих политиков и управленцев. Метод репрезентации и предъявления информации – повествование. Источники информации, которыми пользовался автор при написании новости – интернет-источники, официальный сайт Гарвардского университета. Имеются внешние гиперссылки, текст оснащён иллюстрациями. Данной записью можно делиться в социальных сетях и комментировать, а именно в Facebook, Twitter, ВКонтакте. Материал отмечен следующими хэштегами: вуз, вечный студент.

Таким образом, образовательный портал “Newtonew” выполняет информационную и аналитическую функции. В рубрике «Образование» авторы работают с актуальными темами, материалы в информационных жанрах: заметка, корреспонденция, интервью; в аналитических жанрах: мониторинг, обозрение, рекомендация.

ГЛАВА 2 КОНЦЕПЦИЯ АВТОРСКОГО ПРОЕКТА «НЕ ДЛЯ КОРОЧКИ»

2.1 Целевое назначение проекта

Молодежный медиахолдинг «Есть talk» является университетским СМИ.

В Программе развития ТГУ целью создания МХ является «позиционирование и продвижение ТГУ как современного вуза – центра инновационной активности, обеспечивающего качественное образование для старта успешной карьеры, а также позиционирование города и региона как динамично развивающихся площадок, удобных для учебы, жизни и самореализации, в том числе профессиональной, включая:

- создание отдельного сайта медиахолдинга, интегрирующего четыре формы представления информационных и просветительских материалов (текст, аудио, видео, фото), с выходом на федеральный уровень.

- создание и продвижение «креативного» и актуального для молодежи контента, размещенного на имеющихся медийных ресурсах медиахолдинга ТГУ и партнерских СМИ, в том числе создание рекламного молодежного контента для привлечения абитуриентов и увеличения интереса у молодежной аудитории к мероприятиям университета».

Молодежный медиахолдинг «Есть talk!», включающий в себя портал talk-on.ru создан с целью продвижения позитивного имиджа Тольятти и проекта «Территория опережающего социально-экономического развития «Тольятти» за пределами региона».

Учредителем и издателем сетевого издания является Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тольяттинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»)

Сетевое издание зарегистрировано в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) 18 апреля 2016 года.

Оформление сайта: белый фон с логотипом «Есть talk!». В шапке слоган: «Talk'ово о высшем образовании в текстах, фото, видео и аудио».

В материалах важные данные, цитаты – выделяются на подложке. Имена, встречающиеся первый раз в тексте, выделяются шрифтом. Тексты разбиваются фотографиями, аудиозаписями и видеоматериалами. Есть связь со страницами МХ в социальных сетях: VK.com, facebook.com.

Разделы: толковости, научпоп, учись как надо, с места в карьеру, слово школам, спецпроекты, Толк Радио, Толк ТВ, анонсы.

Разделы «УЧИТЬСЯ КАК НАДО» и «СПЕЦПРОЕКТЫ» подразделяются на рубрики.

Аудитория сайта – преимущественно жители региона, от 16 лет и старше.

По данным сайта analysis *посещаемость сайта (на 03.06.2019)*¹

Данные	День	Неделя	Месяц
Просмотры	418	1 332	6 727
Посетители	152	646	3 271

В уставе сетевого издания МХ *авторский состав* включает в себя 18 штатных сотрудников. Так как медиахолдинг интегрирован в учебный процесс вуза, авторами сайта являются также студенты кафедры «Журналистика» ТГУ, авторами материалов могут быть школьники старших классов, которые пробуют себя в журналистике.

Учеба онлайн — один из главных трендов образования будущего. В ближайшие несколько лет этот вид обучения будет только набирать популярность. Сейчас в этой сфере около 21 млрд рублей, но цифра вырастет до

¹ Подробный анализ сайта – talk-on.ru // PR.CY. URL: <https://a.pr-cy.ru/talk-on.ru/> (дата обращения 12.05.2019).

53 млрд рублей¹. Ученые доказали, что такой подход может быть гораздо эффективнее традиционных занятий в школах или вузах.

Таким образом создание рубрики в университетских СМИ является целесообразным и демонстрирует тенденции образования, то, что во время обучения студенту нужно жить не от сессии до сессии, а заниматься самообразованием и пользоваться всем спектром предложений вуза.

Аналитики подсчитали², что за 2018 год россияне потратили на онлайн-образование 1 млрд 389 тысяч рублей. Чаще всего люди покупали курсы для повышения квалификации по бизнесу, программированию, финансам и иностранным языкам. Траты на бизнес-курсы составили 38 % от общей суммы, на программирование — 14 %, финансы — 4 %, управление — 2,6 %, иностранные языки — 1,9 %.

Среди курсов по развитию непрофессиональных навыков самыми популярными были живопись (6 %), бьюти-вебинары (4 %) и курсы личностного роста (2 %).

Согласно федеральным Госстандартом, учиться можно только на базе вуза, поэтому сейчас получить диплом о «домашнем высшем» невозможно, уточнили в Минобрнауки. Для начала чиновники планируют разрешить зачет только отдельных курсов, отметили в пресс-службе министерства.

Стоит отметить, что в Тольяттинском госуниверситете реализуется проект дистанционного образования – «Росдистант» в рамках Федеральной инновационной площадки Минобрнауки РФ.

Сегодня дистантное образование – это актуальный способ получения высшего образования. ТГУ предоставляет высокий уровень образовательных онлайн-программ, который был по достоинству оценен в рамках международной

¹ Козырный Вуз: в России могут разрешить самообразование // Известия : официальный сайт. URL: <https://iz.ru/850184/anna-ivushkina/kozyrnyi-vuz-v-rossii-mogut-razreshit-vysshee-samoobrazovanie> (дата обращения 14.05.2019).

² Цифра дня: сколько россияне потратили на онлайн-образование в 2018 году // НОЖ : официальный сайт. URL: <https://knife.media/online-education/> (дата обращения 14.05.2019).

образовательной конференции EdCrunch. С данным проектом университет одержал победу в 2015 году в конкурсе массовых открытых онлайн-курсов (MOOC) EdCrunch Award 2015 в направлении «Дополнительное неформальное образование». Ректор ТГУ Михаил Криштал отметил, что «за 2015 год вуз инвестировал в проект 50 млн рублей»¹.

И.В. Чельшева считает, что «дальнейшее изучение основных стратегий британского медиаобразования в контексте влияния на российскую медиапедагогику будет направлено на уточнение ведущих целей, задач, содержания, организационных форм, методов, средств, приемов и т.д., основных теоретических и методических особенностей, которые смогут стать наиболее перспективными для дальнейшего развития российской педагогической науки, и, в частности – решения наиболее важных проблем в отечественном медиаобразовании».²

Самыми новаторскими для дальнейшего развития российской медиапедагогики с опорой на опыт британского медиаобразования, на взгляд И. В. Чельшевой «может стать решение следующих проблем:

- разработка научно-методологического, методического инструментария школьного и вузовского медиаобразования;
- работа по совершенствованию системы переподготовки педагогических кадров;
- активизация деятельности ведущих научно-образовательных центров в осуществлении и популяризации социально-значимых медиаобразовательных проектов, способствующих становлению правового, гражданского самосознания подрастающего поколения, развития его интеллектуального и творческого потенциала;

¹ На российском рынке дистанционного образования появился новый высокотехнологичный продукт // Росдистант : официальный сайт. М., 2015. URL: <https://www.rosdistant.ru/about/smi/415/> (дата обращения 10.05.2019).

² Чельшева И. В. Основные тенденции развития российской медиапедагогики с учетом использования британского опыта медиаобразования: Историко-методологические аспекты проблемы. // CredeExperto: транспорт, общество, образование, язык. Таганрог, 2014.

- проблемы преемственности школьного, вузовского и непрерывного медиаобразования;
- анализ необходимых условий для развития медиаторчества, создания собственных медиапродуктов в образовательных учреждениях различных типов».

В статье И.В. Челышевой «Стратегии современного британского медиаобразования и его влияние на российскую медиапедагогику», отмечается «что не менее важные потенциальные возможности медиаобразования актуализируют задачу внедрения медиапедагогики в систему основного и дополнительного образования в России, а также использования медиаобразовательного потенциала в образовании взрослых». Тому доказательство, что Минобрнауки планирует в России узаконить высшее самообразование. Метод, по которому будут признавать самообразование, должен быть разработан в 2019 году. Для этого потребуются внести поправки в закон «Об образовании», следует из протокола заседания комиссии Минобрнауки по законопроектной деятельности за подписью замглавы ведомства Марины Лукашевич.

По мнению Сергея Зверева, президента и основателя коммуникационной группы КРОС, председателя АКОС, руководителя Департамента интегрированных коммуникаций НИУ ВШЭ ¹ : «Существующая система образования, по сути своей осталась системой образования прошлого. Это образование, обращенное назад, в лучшем случае, в сегодня: мы анализируем прошлый опыт, учим запоминать факты, требуем знаний — «держания» в голове данных, тренируем на решение типовых задач известными методами».

Поэтому Зверев предлагает создать новую образовательную экосистему, в которой и сами образовательные учреждения, и бизнес, и потребители

¹ Век живи – век учись // Forbes : официальный сайт. URL: https://www.forbes.ru/forbes-agenda/rossiyskiy-sammit-konkurentosposobnosti-2019/373813-vek-zhivi-vek-uchis?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=chto-takoe-konkurentosposobnost-segodnya (дата обращения 25.03.2019).

образовательных услуг будут объединены взаимным интересом к соучастию в процессе образования. Для того, чтобы новая экосистема появилась и стала жить, нужно подвергнуть переменам все три ее составляющие.

Reuters Institute опубликовал очередной доклад о развитии медиа отрасли в 2019 году. Возрастные отличия в потреблении новостей ¹.

«Молодежь до 35 лет значительно чаще использует мобильные агрегаторы и социальные платформы, чем заходит на сайт. Возрождающиеся почтовые рассылки, стремящиеся вернуть пользователей непосредственно на сайты, становятся каналом, популярным в основном среди тех, кто старше 45 лет».

Всеволод Пуля - главный редактор Russia Beyond, Макс Корнев - доцент кафедры ТРИТ факультета журналистики, Институт массмедиа РГГУ, эксперт MediaToolBox, выделили 5 ярких трендов в 2019-м году ².

«В 2019-м и последующих годах станет работа с сообществами в медийных коммуникациях. Не менее важным видится использование сторителлинга (мастерства рассказывания историй) для комьюнити-менеджмента и маркетинга.

Из нарастающего тренда 2018 года — борьбы платформ за авторов — вырастает тренд-последствие: многие новые медиа оказываются авторскими. Платформы (каналы дистрибуции) стремятся стать комфортной средой для любых авторов, поскольку они производят оригинальный контент и наполняют платформу сущностью, смыслом и ценностями, повышая ее многолюдность и популярность. Наиболее видимых успехов пока в России достигает YouTube, но другие— Telegram, «ВКонтакте» и «Яндекс.Дзен» — тоже выращивают своих будущих звезд. Сделать свое авторское медиа — такая стратегия становится все более привлекательной и для федеральных, и для региональных журналистов.

¹ Медиа тренды 2019 // ЦСМИ : официальный сайт. URL: <https://research.ria.ru/technology/20190301/918732173.html> (дата обращения 04.05.2019).

² 5 направлений в развитии новых медиа // ЖУРНАЛИСТ: официальный сайт. URL: <https://jrnlst.ru/5-trends> (дата обращения 04.05.2019).

Дистрибуция становится всё более алгоритмической. Единственным и главным мерилем успеха становится аудитория, ее внимание (дочитывания) и участие (комменты, репосты). Если контент — король, а дистрибуция — королева, то аудитория — это бог, единственное существо, дающее власть королю. Социальная значимость, поднятие культурного уровня и прочие этические высокоморальные девизы, которыми раньше журналисты маскировали плохое знание аудитории и собственную некомпетентность, оказываются окончательно сметены волной аналитики и расчетливости рекламодателей.

Движение медиа и брендов навстречу друг другу уже не просто очевидно, а приобретает характер массового. На место механических форм контент-маркетинга приходят журналистские приемы вовлечения аудитории через захватывающие истории, бренды все чаще обзаводятся социальной миссией, разворачиваются в сторону этики и экологии.

Бренд-журналистика — это уже не экзотика, а вполне популярная стратегия: давать людям не просто информацию, а контент с добавленной ценностной стоимостью. Например, на недавней неделе российского интернета RIW 2018 была отдельная секция «Branded media: сколько стоит и стоит ли».

В монетизации медиа традиционная рекламная модель начинает все теснее соседствовать с социальными формами финансирования: когда конечный потребитель сам решает, кого ему поддержать деньгами. Это модели подписки, клуба, пожертвования, краудфандинга и даже ICO. И как раз для эффективной работы такой формы заработка у медиа должны присутствовать важные для людей ценности, складывающиеся в сильный бренд. Общественное финансирование медиапроектов — это еще и ответ на бурное развитие бренд-медиа, которые борются за наше внимание и лояльность, минуя институт профессиональной журналистики, а также ответ на засилье нативной рекламы и партнерских проектов».

Поскольку ТГУ предлагает множество способов получения образования, об этом стоит говорить, соблюдая тренды и прогнозы. Целевой аудиторией

являются абитуриенты и студенты. Но вторые чаще сосредоточены на выбранном профиле и упускают возможность получить более широкое образование и быть максимально востребованным специалистом на рынке труда. В предложенной концепции заключается ориентирование студента в спектре образовательных услуг, предлагаемых вузом.

2.2 Содержательная модель проекта

Так как в 21 веке, меняется всё быстро, то и опыт прошлых поколений теряет актуальность в настоящем. Чтобы быть успешным в новых обстоятельствах, нужно постоянно обучаться. Однако, необходимо иметь в виду, что обучать людей в течение жизни независимо от их возраста и компетенции можно в том случае, если изменится система образования.

Изучив информационный рынок и проанализировав федеральные сетевые издания, автор бакалаврской работы разработал концепцию авторского цикла материалов об образовании.

Название: «Не для корочки» — для тех, кто хочет и любит учиться и не боится профессий будущего.

Миссия: представить молодежи свежий взгляд на образование, чтобы было меньше заблуждений.

Актуальность: сегодня тысячи молодых специалистов остаются без работы. Поэтому, чтобы выиграть в карьерной гонке, необходимо пересмотреть отношение к университетскому образованию. В наш век всеобщего образования диплом без приложений в виде реальных знаний, опыта работы и приобретённых за время обучения связей порадует родителей, но никак не будущего работодателя.

Целевая аудитория отталкивается от целевой аудитории МХ и дополняется целью и миссией рубрики:

1. Жители г.о. Тольятти от 18 до 35 лет, которые хотят обрести престижную работу и достаток.

2. Студенты, выпускники колледжей, вузов. Амбициозные, активные молодые люди, стремящиеся к самореализации.

3. Люди, которые относятся к университету, как к полю огромных возможностей и пытаются воспользоваться каждой из них.

В цикле материалов реализуются следующие функции:

– просветительская – распространение информации об образовании (рекомендации)

– формирование общественного мнения – транслирование обществу положительное отношение в сфере «Образование»

– интегративная – обеспечение представителей различных общественных групп рекомендациями об образовании, профессиях будущего и онлайн курсах.

На основании проведенного анализа материалов федеральных изданий было выявлено, что жанр «рекомендации» в рубрике «Образование» на сегодня является наиболее популярным среди читателей. Это подтверждается широким откликом аудитории в социальных сетях и их активностью в разделе комментарии. Поэтому за основу мультимедийных материалов цикла «Не для корочки» был взят жанр «рекомендация» (лайфхаки). Кроме того, интерес аудитории был сосредоточен на темах, связанных с профессиями будущего, развитием карьеры и нововведениях в системе образования в России и мире.

В цикле представлены материалы по темам «Образование», «Образование за рубежом», «Карьера».

«Образование» – рассматриваются материалы, которые открывают другую точку зрения для молодой и творческой аудитории, способной думать и принимать решения.

«Образование за рубежом» – за основу взят обзор образовательных учреждений, от самых рейтинговых вузов до «простых» профессиональных колледжей.

«Карьера» – самообразование – это инвестиция в свой кругозор, будущую карьеру, установление множества связей и важный мультикультурный опыт. В материале рассказывается, как поступить на учёбу за границу и зачем это делать.

Материалы делятся на блоки, разделены подзаголовками – такая структура текста наиболее удобна для восприятия и ориентирования в освещаемой теме. Тексты насыщены инфографикой, которая наглядно отражает его содержание. Например, читателю доступны статистические данные, интегрированные в материал, таким образом, он не покидает сайт медиахолдинга. Поскольку текст воспринимается линейно, инфографика помогает разносторонне осветить тему. В заголовке материала должно указываться время, потраченное на его прочтение. На базовой странице – лента материалов: картинка с заголовком, временем прочтения и рубрикой, в которой он опубликован.

Таким образом, данный цикл мультимедийных материалов можно считать актуальным во всей системе рубрик и разделов медиахолдинга «Есть talk».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В эпоху *life of learning*, когда человек учится в течение всей жизни, он соприкасается с такими понятиями, как «образовательный стандарт» и «рынок труда». Сегодня тысячи молодых специалистов остаются без работы. Поэтому, если студент хочет выиграть карьерную гонку, ему необходимо пересмотреть отношение к университетскому образованию. В наш век уже не ценится диплом без приложений в виде реальных знаний, опыта работы и приобретённых за время обучения связей. В эпоху инфляции дипломов учёба ради «корочки» — это безнадёжная стратегия.

В XXI веке образование ценится и обесценивается одновременно, но есть шанс выбрать хотя бы одну карьерную стратегию, придерживаясь которой можно избежать битвы дипломов и выйти победителем. В этом поможет навык самообразования. А это гораздо больше, чем заученная информация. Но на развитие этой способности нужны время и силы, поэтому большинство просто плывёт по течению от сессии до сессии. Чтобы уже в университете создать себе хорошее резюме, лучше выбрать стажировки по специальности, которые полезны для карьеры.

В сферу онлайн-образования инвестировано около 21 млрд рублей, но цифра вырастет до 53 млрд рублей. Как показывает практика, россиянам нравится онлайн-образование и рекомендации для студентов (лайфхаки). Молодежь меняет свои медиапредпочтения, отдавая приоритет в пользу виртуальных форм коммуникаций. В свою очередь, люди с помощью интернет-технологий создают свои собственные медиа, так журналисты формируют новое медиапространство. Сегодня молодые пользователи приобретают все более обширное положение в информационном сообществе и устанавливает в цифровом пространстве рамки своих интересов, а также свою меру ответственности.

В соответствии с этим в СМИ возникает инновационная медиаобразовательная концепция, предполагающая рекомендации. Внедрение

молодежи в журналистику создает в обществе новую медиасреду, в которой возможно существование средств массовой коммуникации.

Перед разработкой собственного цикла мультимедийных материалов был проведен информационный анализ рынка с целью выявления схожих проектов в федеральных СМИ. Было выявлено, что на федеральном уровне тема «образование» освещается подробно и часто. Она осуществляется в комплексе медиаобразовательных форм, актуальных для современной аудитории. Для сетевого издания «Молодежный медиахолдинг «Есть talk» также актуальна серия мультимедийных материалов об образовании в жанре рекомендаций.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ

Нормативно-правовая база

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть четвертая [Электронный ресурс]: офиц. текст от 18.12.2006 N 230-ФЗ 1 (последняя редакция) // Консультант Плюс : справочно-правовая система. – Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629
2. О средствах массовой информации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 27.12.1991 N 2124-1 (последняя редакция) // Консультант Плюс: справочно-правовая система. – Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511
3. Об информации, информационных технологиях и о защите информации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 27.06.2006 г. N 149-ФЗ 1 (последняя редакция) // Консультант Плюс: справочно-правовая система. – Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798

Научная и учебно-методическая литература

4. Алексеева, Т.В. Трансформация методов и способов образования в период развития мультимедийных технологий [Электронный ресурс] / Т.В. Алексеева, Н. А. Ребус // Сборники конференций НИЦ Социосфера. – Vedecko vydavatel'ske centrum Sociosfera-CZ sro, 2016. – № 21. – С. 13-16.
5. Бизяев, А.А. Мультимедийная презентация как форма электронного образовательного ресурса в обучающем процессе [Электронный ресурс] / А. А. Бизяев [и др.] // Саратовский научно-медицинский журнал. – 2017. – Т. 13. – № 2. – С. 303-305. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediynaya-prezentatsiya-kak-forma-elektronnogo-obrazovatel'nogo-resursa-v-obuchayuschem-protse>

6. Блинова, О.А. Мультимедийные учебные материалы: проблемы и поиски решений [Электронный ресурс] / О. А. Блинова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2017. – № 12-1 (78). – С. 199-202. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediynye-uchebnye-materialy-problemy-i-poiski-resheniy>
7. Болбаков, Р.Г. Мультимедийные образовательные технологии [Электронный ресурс] / Р. Г. Болбаков // Управление образованием: теория и практика. – 2015. – № 1 (17). – С. 156-167. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediynye-obrazovatelnye-tehnologii>
8. Булаева, М.Н. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат [Электронный ресурс] / М. Н. Булаева // Журналистский ежегодник. – 2015. – № 4. – С. 121-123. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediynnyy-longrid-kak-novyuy-zhurnalistskiy-format>
9. Ванюхина, Н.В. Компьютерные технологии и интернет в современном образовании [Электронный ресурс] / Н. В. Ванюхина // Карельский научный журнал. – 2015. – № 4 (13). – С. 5-8. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/kompyuternye-tehnologii-i-internet-v-sovremennom-obrazovanii>
10. Демидов, А.А. Неформальное, информальное образование и медиаобразование: политика и практика для целей развития критического мышления и формирования информационной безопасности личности [Электронный ресурс] / А.А. Демидов, А.В. Федоров // Информационное поле современной России: практика и эффекты: сборник статей XII международной науч.-практической конференции, 15-17 дек. 2015 г. – 2015. – С. 412. – Режим доступа : https://kpfu.ru/portal/docs/F766540947/Informpole_2015.pdf#page=412
11. Дзялошинский, И.М. Концепция современного периодического издания [Текст] : учебно-методическое пособие / И.М. Дзялошинский, М.И. Дзялошинская. – М. : МедиаМир, 2012. – 343 с.

12. Жижина, М.В. Медиаграмотность как стратегическая цель медиаобразования: о критериях оценки медиакомпетентности [Электронный ресурс] / М. В. Жижина // Медиаобразование. – 2016. – № 4. – С. 47-65. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/mediagramotnost-kak-strategicheskaya-tsel-mediaobrazovaniya-o-kriteriyah-otsenki-mediakompetentnosti>

13. Исакова, Т.Б. Обзор зарубежных теорий медиаобразования [Электронный ресурс] / Т.Б. Исакова // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. – 2018. – Т. 1. – № 1. – С. 115-120. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/obzor-zarubezhnyh-teoriy-mediaobrazovaniya>

14. Касеева, О.А. Информационно-коммуникационные технологии в образовании [Электронный ресурс] / О.А. Касеева // Символ науки. – 2016. – № 12-2. – С. 181-183. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionno-kommunikatsionnye-tehnologii-v-obrazovanii-3>

15. Киличева, Ф.Б. Использование технологий мультимедиа в сфере образования [Электронный ресурс] / Ф.Б. Киличева // Научный журнал. – 2017. – № 3 (16). – С. 44-45. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-tehnologiy-multimedia-v-sfere-obrazovaniya>

16. Кодола, Н.В. Теория журналистики в медийном пространстве массовых коммуникаций [Электронный ресурс] / Н. В. Кодола // Культура и цивилизация. – 2016. – №. 3. – С. 124-133. – Режим доступа : <http://publishing-vak.ru/file/archive-culture-2016-3/11-kodola.pdf>

17. Кочкин, А.А. Об актуализации применения мультимедиа технологий в системе непрерывного образования [Электронный ресурс] / А.А. Кочкин, Н. А. Кулибеков // Новая наука: Стратегии и векторы развития. – 2017. – Т. 1. – № 2. – С. 43-47.

18. Кривоногов, С.В. Применение информационных технологий в обучении как средство повышения качества образования [Электронный ресурс] / С. В. Кривоногов, В. А. Петров // Карельский научный журнал. – 2015. – № 3

(12). – С. 15-19. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-informatsionnyh-tehnologiy-v-obuchenii-kak-sredstvo-povysheniya-kachestva-obrazovaniya>

19. Кривых, С.В. Развитие теоретических представлений о медиаобразовании [Текст] / учебно-методическое пособие / С. В. Кривых // Академия профессионального образования. – 2016. – № 6. – С. 3-12.

20. Кривых, С.В. Средства дидактического сопровождения медиаобразования обучающихся [Текст] : учебно-методическое пособие / С.В. Кривых // Академия профессионального образования. – 2016. – №. 7. – С. 3-13.

21. Криштал, М.М. Роль университета на территории опережающего развития [Текст] / М. М. Криштал // Аккредитация в образовании. – 2016. – № 3. – С. 8-10.

22. Малявина, А.Н. Самостоятельная работа как обязательная составляющая формирования общепрофессиональных и профессиональных компетенций лингвиста-переводчика [Электронный ресурс] / А. Н. Малявина // Карельский научный журнал. – 2017. – Т. 6. – № 4 (21). – С. 52-56. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/samostoyatel'naya-rabota-kak-obyazatel'naya-sostavlyayuschaya-formirovaniya-obshcheprofessionalnyh-i-professionalnyh-kompetentsiy>

23. Михнев, И.П. Информатизация высшего образования с использованием мультимедийных технологий [Текст] / И. П. Михнев // Материалы конференций ГНИИ Нацразвитие. – 2018. – С. 88-90.

24. Михнев, И.П. Мультимедийные технологии в образовании: положительные и отрицательные аспекты [Текст] : учебно-методическое пособие / И.П. Михнев, А.Д. Реут // Современные тенденции развития системы образования. Сборник трудов Международной научно-практической конференции 2018. – Чебоксары, 2018. – С. 101-102.

25. Ожерельева, Т.А. Виртуальное образование и синергетика [Электронный ресурс] / Т.А. Ожерельева // Управление образованием: теория и

практика. – 2015. – № 1 (17). – С. 20-27. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/virtualnoe-obrazovanie-i-sinergetika>

26. Попкова, Г.Е. Передовые инструменты и критерии эффективности современного медиаобразования [Электронный ресурс] / Г.Е. Попкова [и др.] // Медиаобразование. – 2017. – № 1. – С. 26-37. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/peredovye-instrumenty-i-kriterii-effektivnosti-sovremennogo-mediaobrazovaniya>

27. Попова, Н.Е. Применение мультимедийных средств в обучении: проблемы и противоречия [Электронный ресурс] / Н.Е. Попова // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. – 2015. – № 3 (25). – С. 34-44. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-multimediynyh-sredstv-v-obuchenii-problemy-i-protivorechiya>

28. Разлогов, К.Э. Медиаобразование как ресурс устойчивого развития [Электронный ресурс] / К.Э. Разлогов // Медиаобразование. – 2016. – № 4. – С. 12-28. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/mediaobrazovanie-kak-resurs-ustoychivogo-razvitiya>

29. Сидорова, Л.В. Мультимедийные технологии в образовании и обучение студентов педагогических направлений [Электронный ресурс] / Л.В. Сидорова, Н.А. Афанасьева // Концепт. – 2017. – № 1. – С. 110-115. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediynye-tehnologii-v-obrazovanii-i-obuchenie-studentov-pedagogicheskikh-napravleniy>

30. Симакова, С.И. Мультимедийная история и её особенности [Электронный ресурс] / С.И. Симакова, С.А. Панюкова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2017. – № 9 (405). – С. 58-66. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediynaya-istoriya-i-eyo-osobennosti>

31. Сулова, С.А. К вопросу о применении информационно-коммуникационных технологий в образовании [Электронный ресурс] / С.А. Сулова, Л.С. Белан // Проблемы и перспективы современной науки. – 2016. – № 10. – С. 56-59.

32. Чельшева, И.В. Модель российской медиаобразовательной парадигмы в контексте стратегий британского медиаобразования [Электронный ресурс] / И.В. Чельшева // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. – 2015. – № 4. – С. 122-137. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/model-rossiyskoj-mediaobrazovatelnoy-paradigmy-v-kontekste-strategiy-britanskogo-mediaobrazovaniya>

33. Четверова, Е.А. Перспективные мультимедийные технологии в образовании [Электронный ресурс] / Е.А. Четверова, А.А. Лапшова, А.А. Салмин // Наука и образование сегодня. – 2016. – № 4 (5). – С. 10-12. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivnye-multimediynye-tehnologii-v-obrazovanii>

34. Юрина, М. В. Методические основы создания мультимедийных учебных пособий [Электронный ресурс] / М. В. Юрина, Е. А. Градалева // Поволжский педагогический вестник. – 2016. – № 4 (13). – С. 62-72. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskie-osnovy-sozdaniya-multimediynyh-uchebnyh-posobiy>