



Потенциал использования сетевых видеоформатов в системе гуманитарного образования

Алла Михайловна ШЕСТЕРИНА 

ФГБОУ ВО «Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова»
119991, Российская Федерация, г. Москва, Ленинские горы, 1
shesterina8@gmail.com

Актуальность. Исследован потенциал использования современных сетевых видеоформатов в образовательных практиках, направленных на формирование компетенций в гуманитарной сфере. Значимость изучения этого потенциала обусловлена трансформацией подходов к социализации и формированию знаний о мире под влиянием новых медиа, а также процессом визуализации медиапотребления, отмечаемым исследователями коммуникативных процессов.

Материалы и методы. Для достижения поставленных целей исследования применялись сравнительно-типологический и тектологический методы, а также метод анализа контента. Эмпирическая база исследования сформирована на основе образовательного видеоконтента платформы RUTUBE.

Результаты исследования. Приведены основные функции сетевого видеоконтента в образовательном процессе. Конкретизированы наиболее эффективные жанры и форматы образовательных видеоблогов. Исследованы средства привлечения и удержания внимания в ходе осуществления образовательных практик. Выявлены основные коммуникативные барьеры, препятствующие формированию компетенций в условиях использования сетевого видеоконтента. Обозначены методы нейтрализации барьеров и способы повышения эффективности формирования знаний, умений и навыков с применением сетевого видеоконтента.

Выводы. В ходе исследования установлено, что сетевой видеоконтент имеет значительный образовательный потенциал и может быть использован в учебном процессе в рамках высшей школы. Результаты исследования будут полезны ученым, рассматривающим потенциал использования современных технологий в системе высшего образования, а также педагогам высшей школы.

Ключевые слова: сетевой видеоконтент, образовательные видеоблоги, студенческая молодежь

Для цитирования: Шестерина А.М. Потенциал использования сетевых видеоформатов в системе гуманитарного образования // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2023. Т. 28. № 6. С. 1365-1375. <https://doi.org/10.20310/1810-0201-2023-28-6-1365-1375>

Original article
<https://doi.org/10.20310/1810-0201-2023-28-6-1365-1375>

The potential of using network video formats in the humanities education system

Alla M. SHESTERINA 

Lomonosov Moscow State University
GSP-1, Leninskie Gory, Moscow, 119991, Russian Federation
shesterina8@gmail.com

Importance. The potential of using modern network video formats in educational practices aimed at the formation of competencies in the humanitarian field is investigated. The study of this potential is important due to the transformation of approaches to socialization and the knowledge's formation about the world under the influence of new media, as well as the visualization process of media consumption, noted by communicative processes' researchers.

Materials and Methods. Comparative typological and textual methods are used to achieve the set research goals, as well as the method of content analysis. The empirical base of the research is based on the educational video content of the RUTUBE platform.

Results and Discussion. The main functions of network video content in the educational process are given. The most effective genres and formats of educational video blogs are specified. The means of attracting and retaining attention during the implementation of educational practices are investigated. The main communication barriers preventing the formation of competencies in the conditions of using network video content are identified. The methods of neutralizing barriers and ways to increase the effectiveness of knowledge, skills and abilities' formation using network video content are outlined.

Conclusions. The study showed that network video content has significant educational potential and can be used in the educational process within the framework of higher education. The results of the study will be useful to scientists considering the potential of using modern technologies in the higher education system, as well as to teachers of higher educational institutions.

Keywords: network video content, educational videoblogs, student youth

For citation: Shesterina, A.M. (2023). The potential of using network video formats in the humanities education system. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki = Tambov University Review. Series: Humanities*, vol. 28, no. 6, pp. 1365-1375. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/1810-0201-2023-28-6-1365-1375>

АКТУАЛЬНОСТЬ

Исследователи педагогических практик современной высшей школы отмечают усиление роли цифровых технологий как в педагогической, так и в научной деятельности в рамках гуманитарного образовательного сектора [1]. Фиксируется, например, процесс трансформации профессионально-ценностных ориентаций молодежи под воздействием интернет-социализации [2; 3], а также потен-

циал использования социальных медиа для решения прикладных педагогических задач [4; 5]. Это, наряду с отмечаемыми многими исследователями и активизировавшимися в последнее время процессами визуализации потребления информации, позволяет предположить, что включение в образовательные практики аудиовизуального контента новых медиа способно повысить эффективность формирования компетенций, необходимых современному специалисту [6–8]. Подобные

предположения подкрепляются и результатами социологических исследований¹.

Несмотря на значимость изучения потенциала использования сетевого видеоконтента в учебном процессе, нам не встретились исследования, направленные на всесторонний анализ форм реализации подобных возможностей. Ряд ученых предпринимали попытку проанализировать характер воздействия аудиовизуальной информации на индивида и общество в целом [9–11]. Некоторые исследователи предлагали результаты анализа процесса влияния сетевого видеоконтента на конкретные сферы жизни социума [12; 13]. Однако комплексного исследования возможностей включения сетевого видеоконтента в образовательные практики не осуществлялось. Мы в нашем исследовании предпринимает попытку ликвидировать этот пробел.

Цель исследования – выявление потенциала использования сетевого аудиовизуального контента в области гуманитарного образования. Последнее представляется особенно важным в контексте понимания того, что современная молодежь в значительной степени изменила стратегии взаимодействия с новым знанием. По мнению исследователей, поколение современных студентов можно назвать обесценивающим, играющим, проектным. Архетип пользователя сменился на архетип творца [6], а элементы геймификации проникают даже в те сферы, которые ранее не предполагали их присутствия [14].

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Конкретизация материала исследования обусловлена глобальными изменениями многих сфер нашей жизни, которые мы наблюдаем сегодня. Так, локус интереса как педагогической общественности, так и студенчества в последнее время сместился в сторону освоения русских платформ. Подобный про-

цесс мы неизбежно наблюдаем и со стороны авторов контента. В системе видеоблогинга он особенно заметен, поскольку целый ряд платформ, на которых прежде развивалось это явление, стал недоступен по тем или иным причинам, а другие отказали русским авторам в монетизации. Последнее, безусловно, не остановило видеоблогеров, выбравших в качестве экономической модели коллаборацию с брендами, и все же реакцией на изменение стал поиск альтернативных площадок. В числе таковых можно назвать Дзен, Telegram, ВКонтакте и, конечно же, RUTUBE.

Видеохостинг RUTUBE был создан в 2006 г. как альтернатива платформе YouTube, и это было заметно в организации интерфейса и ключевых опций, которые в точности повторяли прототип. Сегодня его используют более чем в 170 странах мира, а сохранение монетизации для российских пользователей является конкурентным преимуществом. Кроме того, существует и установка на переход российских организаций на эту платформу. Так, некоторое время назад вузам было рекомендовано перенести свой контент на RUTUBE. Несмотря на то, что далеко не все последовали этой рекомендации, платформа сразу же обогатилась качественным образовательным, научно-популярным и культурно-просветительским контентом.

На основе работы рекомендательных алгоритмов RUTUBE мы проанализировали контент наиболее рейтинговых каналов интересующего нас сектора за 2022 г. Эти каналы вошли в состав следующих рубрик: «культура» (каналы «Евгений Ширяев», «Хот Культур», «Лекторий Достоевский»), «обучение» (каналы «Умскул», «Что, если», «Алексей Марков»). Также мы включили в эмпирическую базу исследования вузовский RUTUBE-канал («ВГИК») и каналы организаций, ведущих просветительскую деятельность («TED», «Российское общество Знание»). Методом случайной выборки на каждом из анализируемых каналов были отобраны 10 выпусков (всего – 100 выпусков).

¹ Аудитория медиа // Mediascope. 2021. URL: <https://mediascope.net/upload/iblock/cd5/Adindex%20City%20Conference%202021%20Mediascope.pdf> (дата обращения: 05.07.2022).

В ходе исследования с опорой на сравнительно-типологический и текстологический методы мы решали следующие задачи:

- определить функции сетевого видеоконтента в образовательном процессе;
- выявить форматы и жанры видеоблогов, в наибольшей степени соответствующие задачам современного образования в гуманитарной сфере;
- конкретизировать средства привлечения и удержания внимания, которые могут быть использованы авторами образовательного видеоконтента с целью повышения эффективности его использования в учебном процессе;
- уточнить коммуникативные и информационные барьеры, которые могут возникать в образовательном процессе в ходе использования сетевого видеоконтента;
- предложить возможные способы устранения подобных барьеров и повышения эффективности образовательных практик с использованием потенциала сетевого видео.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование анализируемого нами сектора RUTUBE показало, что образовательная, культурно-просветительская и научно-популярная тематика поддерживается самой платформой, рекомендательные алгоритмы которой нередко выводят в топ контент подобной направленности. Однако этот контент, безусловно, уступает по своей популярности развлекательному.

Функции использования проанализированного нами сетевого контента могут быть различными.

1. Видеоблог как объект анализа. В этом случае изучение формально-содержательных особенностей видеоблогов может способствовать формированию критического мышления, различных форм грамотности [15; 16], а компаративный анализ аудиовизуальных произведений позволит выработать устойчивые навыки верификации информации и цифрового аскетизма [17]. Кроме того, подобные практики помогут вывести слу-

шателей на комплексный уровень восприятия текста, когда от фабульной интерпретации зритель переходит к пониманию замысла автора.

2. Видеоблог как источник сведений. Сегодня существует немало блогов образовательной направленности. Анализ русскоязычного сектора видеоблогинга доказал его богатство и достаточно высокий уровень разработки тем. Обращение к видеоблогам такого содержания позволяет обогатить образовательные практики и расширить возможности аудитории в аспекте сравнения разных теорий и подходов в области гуманитарного образования.

3. Видеоблог как инструмент формирования навыка. Ученику (или группе) предлагается создать свой видеоблог. В процессе его создания формируется творческая атмосфера, позволяющая автору реализовать свои способности и увидеть «кухню» видеопроизводства «изнутри». Последнее особенно эффективно в области подготовки специалиста для креативных индустрий [18]. А в более широком смысле такие практики формируют относительную устойчивость к медиавоздействию и отчасти нейтрализуют его негативные эффекты [19].

Таким образом, образовательный сетевой видеоконтент сегодня может реализовать информационную, коммуникативную, культурно-просветительскую функцию, а также функцию сохранения и передачи гуманитарных ценностей.

Для реализации этих функций могут быть использованы различные *жанры и форматы*. Если говорить о форматах видеоблогов анализируемого сектора, то, в зависимости от типформирующего признака, их можно разделить на несколько типологических групп.

По тематике условно можем выделить следующие типы каналов:

1) *монотематические*, или узкоспециализированные. Авторы таких каналов выбирают одну ключевую тему, которая является сквозной для всех или почти всех выпусков. Безусловно, ключевая тема дополняется си-

туативными, но все же аудитория точно понимает, о чем канал и какое содержание контента ее ожидает. В этой группе доминируют каналы авторского типа, когда контент имеет открыто персонифицированную форму подачи, что находит отражение даже в его названии. Так, все выпуски канала «Алексей Марков» направлены на просвещение в области эффективной коммуникации;

2) политематические. Контент этих каналов направлен на информирование по ряду смежных тем. Как правило, таких тем немного, и они разделены на плейлисты для более удобной навигации по каналу. Чаще всего политематические каналы формируются на основе монотематических в ситуации исчерпанности первой темы. Например, канал «Евгений Ширяев» первоначально был основан на жанре «опрос», а выпуски были направлены на выявление знаний россиян в области истории и культуры. Позже спектр публикаций канала расширился за счет отдельных выпусков исторической направленности. Другой пример политематического канала – это «Умскул». Большая часть роликов рассказывает о подготовке к ЕГЭ. Однако со временем начинают появляться и ролики по смежной тематике: «Любовь или ЕГЭ», «Родители против моей специальности», «А нужен ли диплом?» и т. п. Очевидно, что такого рода публикации напрямую связаны с процессом обучения в школе, однако спектр тем значительно шире, чем просто обсуждение сдачи экзаменов;

3) универсальные. Количество тем на таких каналах сложно определить. Пополняется не только галерея видеоконтента, но и список плейлистов. Довольно часто плейлисты отсутствуют, и на канал просто выкладывается интересное автору видео. Например, на канале «Что, если» мы находим подборку видео, содержащих любопытные факты: «Что, если планета решит тебя уничтожить?» (география, экология), «Что, если искусственный интеллект захватит мир?» (программирование), «Что, если тебя клонировали?» (биология, генетика), «Что, если всегда говорить ДА?» (психология) и т. д. Такой

канал не дает системных представлений, однако формирует интерес к самым разным сферам человеческого знания.

Условность разделения на эти три типа каналов очевидна и связана с тем, что монотематические блоги со временем могут трансформироваться в политематические или универсальные, и наоборот. Такая подвижность объясняется оперативным реагированием блогеров на запросы аудитории.

Сопоставление тематики блога и его востребованности (число подписчиков, интенсивность интерактивного взаимодействия) свидетельствует о том, что уровень популярности канала не имеет прямой корреляции с его тематической нишей. Важна не столько тема, сколько форма ее подачи.

Также видеоблоги научно-популярной и культурно-просветительской направленности можно разделить на две группы **по типу источника контента**:

1) контентные. То есть блоги, которые основаны на авторском первичном продукте. Видео, представленное на таких каналах, часто создается специально для них и публикуется на правах эксклюзива. К сожалению, таких каналов в анализируемом секторе RUTUBE оказалось немного. Пожалуй, только канал «Алексей Марков» не имеет точного аналога на YouTube. Однако его автор ведет на конкурирующей платформе другой канал и публикует то же видео или видео со схожей тематикой;

2) цитатные. Эти блоги построены на двух вариантах «переупаковки» видеоконтента: компиляции видеочитат из других произведений и перегоне трафика с других каналов или медиа. Девять из десяти анализируемых каналов относятся к этому типу. Все они имеют аналоги (как правило, более полные и с большим числом подписчиков и просмотров) на платформе YouTube. Думается, причина кроется в том, что многие видеоблогеры на протяжении довольно долгого времени рассматривали RUTUBE как «запасную» платформу и делали ставку на более популярный YouTube. Однако в последнее время, в связи с отключением монетизации

на YouTube и опасностью доверия к зарубежным видеохостингам, авторы начали переносить контент на русскоязычный аналог и проводить на нем более активную работу с аудиторией. К сожалению, пока эта работа проходит не вполне успешно. Так, YouTube значительно превосходит RUTUBE по количеству охватов. Скорее всего, это связано с тем, что аудитория не спешит переходить на малознакомую платформу и предпочитает смотреть контент по уже сложившейся модели информационного потребления. Вместе с тем важно отметить, что те каналы, которые появились на платформах относительно недавно и сделали ставку на российский видеохостинг, демонстрируют меньший разрыв в подписчиках и просмотрах (например, «Российское общество Знание»).

По признаку «авторство» мы можем говорить о наличии на RUTUBE каналов следующих типов:

1) персональные. Эти блоги ведут эксперты в какой-либо сфере науки и культуры или люди, ею увлеченные («Алексей Марков», «Евгений Ширяев», «Хот Культур»);

2) комбинированные. Создаются несколькими авторами («Лекторий Достоевский», «TED»);

3) каналы организаций («ВГИК», «Российское общество Знание»).

Вряд ли можно уверенно говорить о каких-либо предпочтениях со стороны аудитории по типу авторства канала, но важно, кто выступает в кадре в качестве источника информации. В этом смысле экспертом может быть и блогер, и приглашенное лицо (как, например, на канале «TED»).

Также контент RUTUBE можно условно разделить на **каналы со сложной и простой архитектурой**.

1. Каналы со сложной архитектурой включают три типа видео: hub, help и hero. Hub-контент – это регулярно публикуемые видеопроизведения (чаще всего еженедельно), раскрывающие ключевую тему канала и апеллирующие к постоянным подписчикам. Как правило, такой контент прост в производстве, но интересен и привлекателен. Help-

контент – это ситуативный контент, в котором автор реагирует на текущие события, соотносимые с тематикой канала. Таким образом он показывает, что живет в одном информационном поле со своим зрителем. Это – интерактивный контент, призванный формировать комьюнити. Часто такие видеоролики имеют вирусный характер, и аудитория канала распространяет их по так называемому «сарафанному радио». Его основу составляют разговорные жанры (опросы, эссе, стримы, интервью). Hero-контент – это сложные в производстве видеопроизведения, которые имеют, как правило, непреходящее значение и используются для привлечения на канал новой аудитории. Считается, что успешный канал должен сочетать все три типа контента для того, чтобы быть привлекательным для максимально широкого круга аудитории и привлекать подписчиков. Однако в числе анализируемых нами каналов мы обнаружили лишь один, включающий все три типа контента – канал «Евгений Ширяев». Но и на этом канале мы не наблюдаем никакой системности публикаций трех типов контента.

2. Каналы с простой архитектурой встречаются чаще. Это каналы с доминантой одного из трех типов контента. В анализируемом нами спектре каналов девять из десяти были представлены этим типом, причем с явно выраженным доминированием hub-контента. Последнее может свидетельствовать о хаотичном наполнении каналов и отсутствии какого-либо контент-плана, давно уже обязательного для любого профессионального видеоблогера на платформе YouTube.

Жанровые предпочтения авторов культурно-просветительского и научно-популярного видеоконтента, полезного в образовательных практиках, также можно легко определить. В анализе жанровых особенностей исследуемого сектора RUTUBE мы будем опираться на классификацию жанров видеоблогов, представленную нами в монографии «Особенности функционирования современных аудиовизуальных медиа» [6]. Важно отметить, что культурно-просветительский и

научно-популярный контент представлен, преимущественно, двумя группами – образовательными и диалоговыми жанрами. В первой группе преобладает формат эссе, где эксперт делится своими знаниями в конкретной сфере и сопровождает повествование иллюстративным материалом («Алексей Марков», «TED»). Во второй группе доминирует жанр интервью, в котором собеседник также является экспертом, профессионалом в какой-либо сфере («Хот культур»), или опрос («Евгений Ширяев»).

Кроме того, блогеры осуществляют попытку перенести в сетевую среду форматы, ей не свойственные. К примеру, ряд каналов опирается на традиционный формат образовательного видео – видеолекции («Русское общество Знание», «ВГИК»), или публикует контент в жанре документального фильма («Лекторий Достоевский»). Реже мы обнаруживаем видео, созданные с использованием современных технологий. Например – анимационные (канал «Что, если»).

К сожалению, видеоблогеры платформы RUTUBE редко используют наиболее популярные жанры, доказавшие свою эффективность в анализируемом тематическом секторе на других платформах (обзор, сравнение, комментарий, скетч-шоу, так и др.). Также обращает на себя внимание отсутствие стримов, которые позволяют аудитории принять участие в прямом эфире и почувствовать себя соавтором материала.

К часто используемым образовательным форматам отнесем:

- видеолекции в записи;
- прямые трансляции всех форм занятий с доминированием лекционного формата;
- вебинары;
- гайды;
- видеоэкскурсии;
- видеоконференции;
- обучающие видео в системе видеоблогинга.

Кроме того, могут использоваться и новейшие видеоформаты:

- основанные на использовании VR-технологий в процессе обучения;

- основанные на использовании технологий искусственного интеллекта;

- основанные на замещении реальных процессов их видеопозакомом.

Контент анализируемых каналов позволяет говорить о том, что видеоблогеры на платформе RUTUBE используют различные средства привлечения и удержания внимания зрителя.

Одним из наиболее частых средств стимуляции интереса является апелляция к **принципу экзотики** как на уровне формы (оформление канала, обложки видео, нейминг, приемы съемок и монтажа), так и на уровне содержания (акцентуация необычного в тексте и видеоряде). Наиболее показательным в этом смысле является контент канала «Что, если». На формальном уровне принцип экзотики здесь прослеживается как в оформлении шапки канала и логотипа (игральная кость на фоне космического пейзажа), так и в оформлении обложек, названиях видеороликов («Что, если ты раб»), анимированной форме подачи информации. На содержательном уровне вводятся элементы парадоксальной подачи сведений, полемические конструкции, шок-контент.

Кроме того, с целью формирования устойчивого интереса к каналу видеоблогеры апеллируют к доминирующим сегодня у аудитории метапрограммам – то есть таким призмам восприятия, которые делают сообщение интересным для той или иной аудитории. К основным метапрограммам в анализируемом секторе отнесем «прошлое» (весь исторический контент на каналах), «человек» (весь персонифицированный контент), «процесс» (контент с ярко выраженным сюжетом), «ценности» (рассказ о материальных или духовных ценностях присутствует в каждом выпуске).

Еще одним способом стимуляции внимания являются субмодальности – то есть такие параметры текста, при резком изменении которых мы непроизвольно привлекаем к нему аудиторию. В исследуемом нами секторе RUTUBE встречаются субмодальности двух типов – визуальные и аудиальные.

В числе визуальных субмодальностей чаще всего применяются следующие:

- плоский-объемный. Например, использование анимации («Что, если»);
- подвижный-неподвижный. Например, включение в видеоконтент неподвижных слайдов («Лекторий Достоевский», «Умскул»);
- близкий-далекий. Проявляется в изменении крупности плана едва ли не на всех анализируемых нами каналах.

Анализ же аудиальных субмодальностей показывает, что абсолютно все блогеры используют изменение громкости звука и элементы саунддизайна. Обозначенные нами субмодальности позволяют авторам концентрировать внимание аудитории на видеоконтенте.

Важно отметить, что в ходе применения видеоблогинга в системе образовательных практик педагог может столкнуться с рядом *барьеров восприятия информации и коммуникативных барьеров*. В числе часто встречающихся барьеров: технико-технологический (разная степень владения технологиями), барьер перегрузки (различная скорость выполнения заданий и освоения материала), эмоциональный (непринятие источника информации или задания), контрсуггестивный (несогласие с утверждением блогера или педагога), резонансный (отсутствие интереса к заданию).

Наиболее эффективными *средствами нейтрализации* этих барьеров могут стать:

- индивидуализация процесса обучения, адаптация форм в зависимости от возможностей обучающегося;
- использование элементов геймификации;
- асинхронное ознакомление с материалом;
- включение принципов инфогигиены в учебный процесс.

Преодоление ключевых коммуникативных барьеров позволит эффективно использовать практики видеоблогинга в медиаобразовательном процессе, а интерес, который неизменно вызывает у обучающихся видеотворчество, будет стимулировать процессы формирования медиаграмотности у аудитории.

ВЫВОДЫ

Подводя итоги нашего исследования, можно сделать вывод о том, что платформа RUTUBE имеет значительный потенциал в образовательной сфере. Она демонстрирует все разнообразие подходов, свойственных и другим платформам такого типа. Однако для того, чтобы развиваться в этом направлении, педагогам необходимо осуществлять отбор видеоконтента и варьировать практики его применения, а видеоблогерам необходимо предпринять несколько шагов:

- 1) создавать уникальный контент для платформы RUTUBE на правах эксклюзива;
- 2) ввести профессиональные практики в систему планирования контента канала и использовать в его структуре три основных типа контента – hub, help и hero;
- 3) расширить палитру жанров в культурно-просветительском и научно-популярном секторе;
- 4) расширить возможности интерактивного взаимодействия с аудиторией с целью создания комьюнити (например, с помощью прямых трансляций);
- 5) более активно использовать средства привлечения и удержания внимания аудитории.

Все это, несомненно, сделает видеохостинг RUTUBE более востребованным со стороны российской аудитории и позволит в полной мере развить его образовательный, культурно-просветительский и научно-популярный потенциал.

Список источников

1. Чванова М.С. Функциональные возможности цифровой образовательной экосистемы для активизации исследовательской и инновационной деятельности магистрантов // Вестник Тамбовского уни-

- верситета. Серия: Гуманитарные науки. 2023. Т. 28. № 5. С. 1043-1062. <https://doi.org/10.20310/1810-0201-2023-28-5-1043-1062>, <https://elibrary.ru/rzuauz>
2. Чванова М.С., Киселева И.А., Анурьева М.С. Исследование профессионально-ценностных ориентаций молодежи в условиях интернет-социализации // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2023. Т. 28. № 4. С. 747-769. <https://doi.org/10.20310/1810-0201-2023-28-4-747-769>, <https://elibrary.ru/jivnit>
 3. Фатьянов В.М., Картавец Д.А. Особенности влияния сетевых интернет-сообществ на ценностные ориентации студенческой молодежи // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2018. № 5 (56). С. 58-67. <https://doi.org/10.26105/SSPU.2019.56.5.007>, <https://elibrary.ru/vvmrhg>
 4. Зверева Е.А., Хворова В.А. Трансформация ценностных ориентиров молодежи в современной информационно-коммуникационной среде // Коммуникативные исследования. 2022. Т. 9. № 1. С. 7-28. [https://doi.org/10.24147/2413-6182.2021.9\(1\).7-28](https://doi.org/10.24147/2413-6182.2021.9(1).7-28), <https://elibrary.ru/adfvbn>
 5. Прохоров А.В. Медиасреда университета в условиях современных вызовов в сфере высшего образования // Динамика медиасистем. 2022. Т. 2. С. 84-90. <https://elibrary.ru/bokmnd>
 6. Качкаева А.Г., Шомова С.А., Лапина-Кратасюк Е.Г. и др. Мультимедийная журналистика. М.: Высшая школа экономики, 2017. 416 с. <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-1189-3>, <https://elibrary.ru/xymvj>
 7. Шестерина А.М., Зверева Е.А., Сапунов В.И., Пинчук О.В. Особенности функционирования современных аудиовизуальных медиа. Воронеж, 2018. 256 с. <https://elibrary.ru/vpbnyi>
 8. Друкер М.М. Медиапотребление современных подростков в условиях цифровой среды (на материале опроса старших школьников Калининградской области) // Знак. Проблемное поле медиаобразования. 2020. № 1. С. 15-24. <https://elibrary.ru/avptdf>
 9. Бессарабова М.Л. Видеооблог как феномен массовой культуры // Актуальные научные исследования в современном мире. 2019. № 6-5 (50). С. 5-10. <https://elibrary.ru/vshqhm>
 10. Ильченко С.Н. Как нас обманывают СМИ. Манипуляция информацией. СПб.: Питер, 2019. 320 с.
 11. Поздеева А.А. Видеооблог как метод воспитания культуры в обществе // World Science: Problems and Innovations: сб. ст. 35 Междунар. науч.-практ. конф. Саратов: Изд-во СГУ, 2019. С. 114-116. <https://elibrary.ru/nhxsav>
 12. Вартанова Е.Л. Медиа и город: об актуальных взаимовлияниях // Меди@льманах. 2020. № 1 (96). С. 8-19. <https://elibrary.ru/rksksg>
 13. Симакова С.И. Визуальный образ в СМИ – формирование медиаэстетики потребителя массовой информации // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 3. С. 83-92. <https://elibrary.ru/ynmjml>
 14. Третьяков В.Т. Как стать знаменитым журналистом. М.: Алгоритм, 2010. 560 с.
 15. Дускаева Л.Р. Стилистический анализ в медиалингвистике. М.: Флинта, 2019. 340 с. <https://elibrary.ru/malksw>
 16. Дускаева Л.Р., Иванова Л.Ю. Коммуникативная санация в онлайн-комьюнити // Русский язык в современном научном и образовательном пространстве: сб. тез. Междунар. науч. конф., посвящ. 90-летию проф. Серафимы Алексеевны Хаврониной. М.: РУДН, 2020. С. 16-18. <https://elibrary.ru/qghkhh>
 17. Копылова О.Ю., Федорченко К.Е. Современная практика применения цифрового аскетизма // Современные технологии в образовании: актуальные проблемы и тенденции: материалы Всерос. науч.-теорет. конф. Ижевск, 2021. С. 205-210. <https://elibrary.ru/evuuy>
 18. Куликов С.В., Курбатов В.И., Папа О.М. Виртуальная идентичность в формате самоконструирования: информационные ресурсы и информационная субъектность // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2022. № 2. С. 60-67. <https://doi.org/10.23672/x3780-1235-1427-e>, <https://elibrary.ru/xlqont>
 19. Yang Y., Lewis E., Newmarch J. Profile-based digital identity management – a better way to combat fraud // 2010 IEEE International Symposium on Technology and Society. Wollongong, 2010. P. 260-267. <https://doi.org/10.1109/ISTAS.2010.5514629>

References

1. Chvanova M.S. (2023). Digital educational ecosystem's functional abilities for promotion of master's degree students' research and innovative activities. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki = Tambov University Review. Series: Humanities*, vol. 28, no. 5, pp. 1043-1062. (In Russ.) <https://doi.org/10.20310/1810-0201-2023-28-5-1043-1062>, <https://elibrary.ru/rzuauz>
2. Chvanova M.S., Kiseleva I.A., Anur'eva M.S. (2023). Research of professional and value orientations of youth in the conditions of internet socialization. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki = Tambov University Review. Series: Humanities*, vol. 28, no. 4, pp. 747-769. (In Russ.) <https://doi.org/10.20310/1810-0201-2023-28-4-747-769>, <https://elibrary.ru/jivnit>
3. Fat'yanov V.M., Kartavtsev D.A. (2018). Features of influence of network internet communities on value orientations of student youth. *Vestnik Surgutskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta = The Surgut State Pedagogical University Bulletin*, no. 5 (56), pp. 58-67. (In Russ.) <https://doi.org/10.26105/SSPU.2019.56.5.007>, <https://elibrary.ru/vvmrhg>
4. Zvereva E.A., Khvorova V.A. (2022). Transformation of value orientations of young people in a modern information and communication environment. *Kommunikativnye issledovaniya = Communication Studies*, vol. 9, no. 1, pp. 7-28. (In Russ.) [https://doi.org/10.24147/2413-6182.2021.9\(1\).7-28](https://doi.org/10.24147/2413-6182.2021.9(1).7-28), <https://elibrary.ru/adfvbn>
5. Prokhorov A.V. (2022). Media environment of the university in conditions of modern challenges in the field of higher education. *Dinamika mediasistem = Dynamics of Media Systems*, vol. 2, pp. 84-90. (In Russ.) <https://elibrary.ru/bokmnds>
6. Kachkaeva A.G., Shomova S.A., Lapina-Kratasyuk E.G. et al. (2017). *Mul'timediinaya zhurnalistika* [Multimedia Journalism]. Moscow, Higher School of Economics Publ., 416 p. (In Russ.) <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-1189-3>, <https://elibrary.ru/xymvj>
7. Shesterina A.M., Zvereva E.A., Sapunov V.I., Pinchuk O.V. (2018). *Osobennosti funkcionirovaniya sovremennykh audiovizual'nykh media* [Peculiarities of Functioning of Modern Audiovisual Media]. Voronezh, 256 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/vpbnyi>
8. Druker M.M. (2020). Mediapotreblenie sovremennykh podrostkov v usloviyakh tsifrovoi sredy (na materiale oprosa starshikh shkol'nikov Kaliningradskoi oblasti) [Media consumption of modern teenagers in the digital environment (based on a survey of senior schoolchildren in the Kaliningrad Region)]. *Znak. Problemnoe pole mediaobrazovaniya = Sign: Problematic Field in Mediaeducation*, no. 1, pp. 15-24. (In Russ.) <https://elibrary.ru/avptdf>
9. Bessarabova M.L. (2019). Video as a phenomenon of mass culture. *Aktual'nye nauchnye issledovaniya v sovremennom mire = Current Scientific Research in the Modern World*, no. 6-5 (50), pp. 5-10. (In Russ.) <https://elibrary.ru/vshqhm>
10. Il'chenko S.N. (2019). *Kak nas obmanyvayut SMI. Manipulyatsiya informatsiei* [How we are Being Deceived by the Media. Manipulation of Information]. St. Petersburg, Piter Publ., 320 p. (In Russ.)
11. Pozdeeva A.A. (2019). Video blog as a method of culture education in society. *Sbornik statei 35 Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «World Science: Problems and Innovations»* [Proceedings of the 35th International Scientific and Practical Conference "World Science: Problems and Innovations"]. Saratov, Saratov State University Publ., pp. 114-116. (In Russ.) <https://elibrary.ru/nhxsav>
12. Vartanova E.L. (2020). Media and the City: on the Current Interactions. *Medi@l'manakh = MediaAlmanah*, no. 1 (96), pp. 8-19. (In Russ.) <https://elibrary.ru/rksksg>
13. Simakova S.I. (2018). Vizual'nyi obraz v SMI – formirovanie mediaestetiki potrebitelya massovoi informatzii [Visual image in mass media – shaping the media aesthetics of the mass media consumer]. *Znak. Problemnoe pole mediaobrazovaniya = Sign: Problematic Field in Mediaeducation*, no. 3, pp. 83-92. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ynmjml>
14. Tret'yakov V.T. (2010). *Kak stat' znamenitym zhurnalistom* [How to Become a Famous Journalist]. Moscow, Algoritm Publ., 560 p. (In Russ.)
15. Duskaeva L.R. (2019). *Stilisticheskii analiz v medialingvistike* [Stylistic Analysis in Medialinguistics]. Moscow, Flinta Publ., 340 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/malksw>
16. Duskaeva L.R., Ivanova L.Yu. (2020). Kommunikativnaya sanatsiya v onlain-kom'yuniti [Communicative sanitation in online community]. *Sbornik tezisev Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii, posvyashchennoi*

- 90-letiyu professora Serafimy Alekseevny Khavroninoi «Russkii yazyk v sovremennom nauchnom i obrazovatel'nom prostranstve» [Collection of Theses of the International Scientific Conference Dedicated to the 90th Anniversary of Professor Serafima Alekseevna Khavronina “Russian Language in the Modern Scientific and Educational Space”]. Moscow, Peoples Friendship University of Russia Publ., pp. 16-18. (In Russ.) <https://elibrary.ru/qghkhhb>
17. Kopylova O.YU., Fedorchenko K.E. (2021). Sovremennaya praktika primeneniya tsifrovogo asketizma [Modern practice of digital asceticism]. *Materialy Vserossiiskoi nauchno-teoreticheskoi konferentsii «Sovremennye tekhnologii v obrazovanii: aktual'nye problemy i tendentsii»* [Proceedings of the All-Russian Scientific-Theoretical Conference “Modern Technologies in Education: Current Problems and Trends”]. Izhevsk, pp. 205-210. (In Russ.) <https://elibrary.ru/evuuym>
18. Kulikov S.V., Kurbatov V.I., Papa O.M. (2022). Virtual identity in the format of self-construction: information resources and information subjectivity. *Gumanitarnye, sotsial'no-ehkonomicheskie i obshchestvennye nauki* [Humanities, Socio-Economic and Social Sciences], no. 2, pp. 60-67. (In Russ.) <https://doi.org/10.23672/x3780-1235-1427-e>, <https://elibrary.ru/xlqont>
19. Yang Y., Lewis E., Newmarch J. (2010). Profile-Based Digital Identity Management – a Better Way to Combat Fraud. *2010 IEEE International Symposium on Technology and Society*. Wollongong, pp. 260-267. <https://doi.org/10.1109/ISTAS.2010.5514629>

Информация об авторе

Шестерина Алла Михайловна, доктор филологических наук, профессор, профессор Высшей школы (факультета) телевидения, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация.

<https://orcid.org/0000-0001-7270-2376>
shesterina8@gmail.com

Поступила в редакцию 22.10.2023
Одобрена после рецензирования 15.11.2023
Принята к публикации 22.11.2023

Information about the author

Alla M. Shesterina, Dr. habil. (Philology), Professor, Professor of the Higher School (Faculty) of Television, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation.

<https://orcid.org/0000-0001-7270-2376>
shesterina8@gmail.com

Received 22.10.2023
Approved 15.11.2023
Accepted 22.11.2023