

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 070.1

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2025-11-2-492-502>

Шифр научной специальности 5.9.9



Теоретические особенности интеграции медиацентров в условиях развития современных школ

Полина Андреевна Ваккер  

ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»
656049, Российская Федерация, г. Барнаул, пр-кт Ленина, 61

 vpa@mc.asu.ru

Аннотация

ВВЕДЕНИЕ. Рассмотрены теоретические аспекты интеграции медиацентров в современные школы России и их роль в модернизации структуры медиапотребления. В условиях цифровизации и изменения образовательных подходов медиацентры становятся важным инструментом для формирования критического мышления и медиаграмотности у учащихся. Цель исследования – определить ключевые подходы к интеграции медиацентров в образовательную систему и оценить их влияние на учебный процесс. **МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ.** Использованы теоретический анализ, систематизация данных, сравнительный анализ существующих моделей интеграции медиацентров, а также анкетирование и интервьюирование педагогов и учащихся. **РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.** Анализ показал, что успешная интеграция медиацентров способствует повышению качества образования, развитию медиакультуры и формированию у учащихся навыков критического анализа информации. Выявлены основные факторы, влияющие на эффективность работы медиацентров, включая технологическую инфраструктуру и уровень подготовки педагогов. **ЗАКЛЮЧЕНИЕ.** Интеграция медиацентров в образовательную систему России требует комплексного подхода, включающего модернизацию инфраструктуры и обучение педагогов. Будущие исследования могут быть направлены на разработку методик эффективного использования медиацентров в образовательном процессе.

Ключевые слова: интеграция, медиацентр, развитие, модернизация, медиапотребление, теоретические особенности, образовательная система

Финансирование. Это исследование не получало внешнего финансирования.

Вклад автора: П.А. Ваккер – постановка проблемы исследования, анализ научной литературы по проблематике, сбор эмпирических данных, обработка данных, написание черновика рукописи, оформление рукописи статьи в соответствии с требованиями редакции.

Конфликт интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Ваккер П.А. Теоретические особенности интеграции медиацентров в условия развития современных школ // Неофилология. 2025. Т. 11. № 2. С. 492-502. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2025-11-2-492-502>

ORIGINAL ARTICLE

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2025-11-2-492-502>

OECD 5.08; ASJC 3315



Theoretical features of integration of media centers in the context of modern schools development

Polina A. Vakker  

Altai State University

61 Lenin Ave., Barnaul, 656049, Russian Federation

 vpa@mc.asu.ru

Abstract

INTRODUCTION. The theoretical aspects of integrating media centers in modern Russian schools and their role in modernizing media consumption structures are explored. In the context of digitalization and evolution of educational approaches, media centers become crucial tools for fostering critical thinking and media literacy among students. The study aims to identify key approaches to integrating media centers into the educational system and assess their impact on the learning process. **MATERIALS AND METHODS.** Theoretical analysis, data systematization, comparative analysis of existing media center integration models, as well as surveys and interviews with teachers and students are used. **RESULTS AND DISCUSSION.** The findings indicate that successful media center integration enhances education quality, promotes media culture, and develops students' critical information analysis skills. Key factors influencing media center effectiveness include technological infrastructure and teacher training level. **CONCLUSION.** Integrating media centers into the Russian education system requires a comprehensive approach, including infrastructure modernization and teacher training. Future research could focus on developing methodologies for effectively utilizing media centers in the educational process.

Keywords: integration, media center, development, modernization, media consumption, theoretical features, educational system

Funding. This research received no external funding.

Author's Contribution: P.A. Vakker – research problem statement, analysis of scientific literature data on the problem, empirical data collection, data processing, writing – original draft preparation, manuscript preparation in accordance with the Editorial requirements.

Conflict of Interests. The author declares no relevant conflict of interests.

For citation: Vakker, P.A. Theoretical features of the integration of media centers in the conditions of modern schools development. *Neofilologiya = Neophilology*, 2025;11(2):492-502. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2025-11-2-492-502>

ВВЕДЕНИЕ

Медиакоммуникативное пространство представляет собой совокупность меньших коммуникативных сфер, которые формируют самовоспроизводящуюся систему, структурированную вокруг средств коммуникации и интересов участников этого процесса. Среди характерных особенностей медиакоммуникативного пространства можно выделить формирование трендов и перенимание ролевых моделей в онлайн-формате, быструю смену фокуса внимания, дискретное восприятие информации, замену текстовых сообщений визуальными образами, виртуализацию информационного пространства, а также сдвиг от индивидуального восприятия информации и формирования личного мнения к коллективному восприятию и реакции.

Медиакоммуникативное пространство вуза представляет собой обширную цифровую среду, в которой центральную роль играют «новые медиа». В контексте статьи М.В. Ягодкиной, медиакоммуникативное пространство образовательной организации может включать такие элементы, как использование личных страниц или официальных сайтов вуза в качестве медиа-платформ, появление рекомендательных сервисов, которые собирают информацию о предпочтениях пользователей и формируют их интересы, создание открытых интернет-сообществ, основанных на общих ценностях, целях и интересах [1]. Важно отметить, что в современном образовательном процессе студенты ощущают себя частью таких сообществ, что способствует укреплению их лояльности к вузу и повышению доверия к получаемой информации.

Современные университеты придают большое значение формированию позитивного имиджа среди различных групп аудитории, включая студентов, их родителей, социальных партнёров и потенциальных абитуриентов. В этих условиях медиаплатформы образовательных учреждений становятся все более значимыми. В наше время хорошо организованное медиапространство вуза играет ключевую роль, так как многие решения, особенно касающиеся выбора учебного заве-

дения, основаны не только на личном опыте, но и на информации, поступающей из внешних медиаплатформ.

Таким образом, одно из основных направлений повышения конкурентоспособности образовательных учреждений заключается в эффективном взаимодействии с целевыми аудиториями через онлайн-медиа, как с внутренними (студентами), так и с внешними (родителями, абитуриентами) социальными партнёрами. Студенческие медиацентры могут сыграть важную роль в решении задачи формирования положительного имиджа университета среди студентов, демонстрируя заботу учебного заведения о профессиональном развитии своих учеников. Через участие студентов в деятельности медиацентра возможно не только развитие их компетенций, но и активное участие в формировании и распространении имиджа учебного заведения.

Кроме того, не только весь университет в целом, но и его структурные подразделения, занимающиеся подготовкой специалистов в области социальных коммуникаций, такие как кафедры по направлениям «Реклама» и «Связи с общественностью», могут организовать независимые студенческие медиа, что также окажет содействие в решении вопросов формирования имиджа как вуза, так и отдельных его подразделений. Студенческие медиацентры, таким образом, играют важную роль в повышении конкурентоспособности образовательных учреждений, способствуя формированию положительного имиджа вуза и его структурных подразделений среди целевых аудиторий через онлайн-платформы.

Цель – исследовать теоретические особенности интеграции медиацентров в современных школах России, а также выделить ключевые подходы к формированию эффективной структуры медиапотребления в образовательных учреждениях.

Задачи исследования – оценить роль медиацентров в образовательном процессе, изучить влияние медиацентров на медиакультуру и медиапотребление учащихся, анализировать факторы, влияющие на успешную интеграцию медиацентров в школьную практику, разработать рекомендации по

улучшению структуры медиапотребления в школах.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

В ходе исследования были применены различные методы, позволяющие всесторонне изучить процесс интеграции медиацентров в образовательную практику современных школ России. Основным методом являлся теоретический анализ, включающий изучение научной литературы, нормативно-правовых актов, стратегий цифровизации образования и существующих моделей медиапотребления в учебных заведениях. Анализ научных источников позволил выявить ключевые тенденции в развитии школьных медиацентров, определить их роль в образовательном процессе и систематизировать существующие подходы к их внедрению.

Важным этапом работы стала систематизация данных, полученных в результате анализа литературных и эмпирических источников. Данный метод позволил структурировать информацию, выделить основные факторы, влияющие на успешную интеграцию медиацентров, а также определить потенциальные барьеры, препятствующие их эффективному функционированию в школах.

Для более глубокого понимания практических аспектов интеграции медиацентров использовался сравнительный анализ существующих моделей, реализованных в различных образовательных учреждениях. Это позволило выявить сильные и слабые стороны различных подходов, а также разработать рекомендации по их совершенствованию.

Кроме того, был проведён эмпирический этап исследования, включавший анкетирование и интервьюирование педагогов и учащихся. Анкетирование позволило собрать количественные данные о восприятии школьниками и учителями роли медиацентров в образовательном процессе, их потребностях и ожиданиях в отношении использования медиаресурсов. Интервью с педагогами предоставили возможность глубже понять организационные аспекты работы медиацентров, а также выявить ключевые вызовы, с

которыми сталкиваются образовательные учреждения при их интеграции.

Генеральной совокупностью исследования выступали участники школьных медиацентров. Данный этап был осуществлён посредством метода отбора на основе принципа удобства, который заключается в формировании выборки самым удобным с позиций исследователя образом, в нашем случае это обусловлено проведением краевого форума «В ритме жизни», в рамках которого была собрана эмпирическая база исследования. Выборочную совокупность участников школьных медиацентров составили 242 человека. Анкетирование проводилось в очном формате при регистрации на медиафорум. Бланк анкеты состоял из приветственного слова, трёх смысловых блоков (особенности медиапотребления, медиаграмотность и опыт взаимодействия с медиацентрами) и паспортной, содержащей вопросы социально-демографического характера. Распределение смысловых блоков исследования обусловлено эмпирическими задачами данной работы. Глубинное интервью было проведено с десятью руководителями медиацентров, результаты которого представили качественную базу эмпирических данных исследования.

Таким образом, комплексное использование теоретических и эмпирических методов исследования обеспечило всесторонний анализ изучаемой проблемы, что позволило сформировать научно обоснованные выводы и разработать практические рекомендации по совершенствованию системы медиапотребления в школах России.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Понятие «медиацентра» расширяется в контексте медиаобразования, и в научной литературе на данный момент отсутствует единое определение медиацентра в рамках медиаобразовательного процесса. В статье И.В. Романова и В.А. Матаниса приводится определение, согласно которому «медиацентры обычно рассматриваются как подразделения, занимающиеся электронным документооборотом, внутренней коммуникацией между подразделениями, управлением элек-

тронной образовательной средой, а также предоставлением мультимедийных средств для образовательных нужд» [2].

Студенческий медиацентр можно рассматривать как структуру, поддерживающую медиаобразовательную деятельность через реализацию различных проектов, способствующих распространению информации об учебном заведении в медиасреде. Примеры университетов с медиацентрами включают Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС», Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ», Тюменский индустриальный университет, Уральский федеральный университет и др. [3]. Медиацентры в этих учебных заведениях могут функционировать по-разному: от пресс-служб и студенческих редакций до журналистских кружков. Основной задачей таких медиацентров является создание и распространение качественного медиаконтента через различные каналы, доступные учебному заведению.

Медиацентр образовательной организации, по мнению Н.А. Кузьминой, рассматривается как среда для создания медиаконтента и формирования инфокультуры учащихся [4]. Главной целью медиацентра является развитие медиаконвергентных навыков и нового уровня медиавосприятия среди студентов с использованием современных медиаресурсов и создания качественного медийного контента.

Одним из актуальных научных трудов в этой области является диссертация А.А. Геворгян под названием «Молодёжные внутривузовские СМИ как типологический медиаобразовательный и медиакоммуникативный ресурс», в которой рассматривается значимость молодёжных внутривузовских СМИ для образовательного и коммуникационного процесса.

А.А. Геворгян в соавторстве с Н.А. Нариманян исследуют различные типы этих медиаресурсов, их влияние на студентов, а также их роль в формировании медиакомпетентности и развитии коммуникативных навыков у молодёжи. Исследователями проведён теоретический анализ понятий «молодёжные внутривузовские СМИ» и «медиаоб-

разование», опираясь на актуальные исследования в области медиакоммуникаций и образования [5]. Также составлена классификация типов молодёжных СМИ в вузах по различным критериям, включая форматы, направления деятельности и цели [5].

Студенческие медиацентры играют важную роль в университете, выполняя функции информационной поддержки, организации мероприятий, коммуникации, образования и социализации. Они помогают студентам развивать навыки работы с медиа, участвовать в научных исследованиях и культурных проектах, а также играют значимую роль в формировании сообщества и поддержке профессиональной ориентации студентов. В России из более чем 1000 вузов только около 100 имеют медиацентры, что подчёркивает значимость их дальнейшего развития [6]. Медиацентры могут стать важными площадками для обмена знаниями и опытом, проведения научных конференций и культурных мероприятий, играя важную роль в развитии университетской среды.

Современные средства массовой коммуникации, включая онлайн-платформы, социальные сети и аудиовизуальные источники информации, играют ключевую роль в обмене данными и взаимодействии в глобальном масштабе. Эти инструменты коммуникации становятся центром обмена информацией, охватывая все сферы социальной и профессиональной жизни. Согласно исследованиям, число пользователей Интернета в России продолжает увеличиваться. Например, данные фонда общественного мнения показывают, что доля интернет-пользователей составляет 64 % ежедневно, 70 % еженедельно и 74 % ежемесячно [7].

Опыт университетов и сузов в Благовещенске Амурской области показывает, что активными участниками таких медиаорганизаций чаще всего являются студенты в возрасте 18–20 лет [8]. Молодёжь благодаря своему возрасту лучше понимает текущие тренды и обладает высокой способностью к быстрому распространению информации в Интернете [9].

Медиацентры объединяют студентов, стремящихся к развитию и улучшению репу-

тации своего учебного заведения. Они также стремятся информировать студентов и преподавателей о событиях в студенческом сообществе, организации различных мероприятий. Участие в медицентре помогает студентам развивать и совершенствовать профессиональные навыки, которые будут полезны в их будущей карьере. Кроме того, такие центры позволяют выявлять и поддерживать талантливых студентов через проведение различных конкурсов и мероприятий в области информационных технологий [10].

Продукция медицентров ориентирована на представителей «цифрового поколения», учитывая их особенности восприятия и психологии. Для создания эффективной структуры медицентра необходимо учитывать, какие функции и задачи должны быть поручены для раскрытия творческого потенциала студентов в сфере медиа. Например, в Чувашском государственном педагогическом университете им. И.Я. Яковлева медицентр Studline сосредоточен на информационной деятельности для молодёжной аудитории, используя различные форматы в социальных сетях¹. При этом важным является соблюдение в университете законов о рекламе, СМИ и других правовых норм, что требует обязательного согласования материалов перед их публикацией.

Рассмотрим более детально взаимодействие студентов с медицентром на примере Положения о студенческом медицентре «СтудентЪ» гуманитарного института Северного (Арктического) федерального университета им. М.В. Ломоносова в г. Северодвинск. Согласно этому положению, стать участником медицентра может любой студент гуманитарного института, независимо от формы обучения. Медицентр не ограничивается только взаимодействием со студенческими объединениями, но и активно сотрудничает с различными подразделениями университета, включая филиалы и институты. Также осуществляется сотрудничество с медицентрами других вузов и местными

СМИ, в том числе молодёжными редакциями².

Современные тенденции показывают, что происходит переход от традиционной словесной модели коммуникации к культуре, ориентированной на визуальные образы. Этот процесс от устного общения к визуальному восприятию усиливает медийное влияние и делает визуальное восприятие доминирующим [11]. Студенты сегодняшнего дня представляют собой «цифровое поколение», чья жизнь проходит в цифровом пространстве, которое насыщено медиаресурсами, такими как социальные сети, блоги и различные интернет-платформы. Медицентр университета становится важным центром активности, который способствует раскрытию творческого потенциала студентов и поддерживает их вовлечённость в академическую и культурную жизнь высшего учебного заведения.

Л. Манович, исследуя этот феномен, определяет «новые медиа» как отражение изменений в коммуникационных и социальных взаимодействиях, вызванных развитием информационных технологий³. В этой области выделяются такие формы, как «мультимедийная журналистика» и «конвергентная журналистика», которые требуют использования подкастов, фотографий, ведения блогов и активного взаимодействия через социальные сети и форумы для вовлечения аудитории в создание контента.

Конкуренция среди образовательных учреждений за привлечение студентов подчёркивает необходимость модернизации их веб-присутствия. Веб-сайт представляет собой набор страниц, содержащих текстовую, графическую и другую информацию, доступную для просмотра в Интернете [12]. Акценты на медийную и информационную грамотность молодёжи, а также на развитие эффективных навыков общения становятся приоритетными

¹ Студенческий медицентр // Наука. Образование. Студенчество. URL: <https://studentsmi.ru/mmc/> (дата обращения: 20.11.2024).

² Положение медицентра «СтудентЪ» гуманитарного института // САФУ: официальный сайт. URL: <https://narfu.ru/sf/sevgi/education/newspaper/polozh.php> (дата обращения: 20.11.2024).

³ Манович Л. Язык новых медиа. Москва: Ад Маргинем Пресс, 2018. 400 с.

задачами современного образования, ориентированного на цифровое поколение [13].

А.Р. Левинская выделяет несколько личностных компетенций, которые формируются у студентов в процессе внеучебной деятельности [14]. Среди них – фокус на результате и продуктивности, когда студенты стремятся улучшить свои результаты, превзойти других, достигать значительных успехов, решать сложные задачи, а также проявлять инициативу и генерировать новые идеи. Коммуникативная компетентность включает в себя способность понимать потребности других, воспринимать их мысли, давать и принимать обратную связь, а также выявлять скрытые мотивы в межличностных отношениях. Также важной является способность управлять отношениями и разрешать конфликты [15].

На этапе разработки контент-плана определяются основные темы, форматы контента и расписание публикаций. Важно учитывать специфику университетской среды и актуальность материалов для студентов, чтобы информация была не только полезной, но и интересной для аудитории [16].

Производство разнообразного и качественного контента является важной составляющей работы медиацентра. Это включает в себя подготовку текстов, фото, видео и графических материалов.⁴ В этом процессе участвуют редакторские группы, фотографы, видеографы и другие специалисты, которые совместно разрабатывают привлекательные и информативные материалы, отвечающие потребностям аудитории [17].

В Алтайском государственном университете есть медиакомьюнити. МедиаHub – это модель инновационной лаборатории, позволяющей реализовать любые идеи посредством взаимодействия подразделений: бизнес, медиа, информационные технологии, образование, творчество, менеджмент и прочие необходимые элементы системы, которые соответствуют стратегии реализации

конкретного комьюнити. МедиаHub позволяет применять технологии и совместное обучение, способствуя более глубокому пониманию молодёжью потребления, производства и критики медиа. Участники лаборатории создают и реализуют различные проекты медийной, образовательной и научной направленности.

Общий принцип работы медиакомьюнити состоит в реализации наставничества, где применима модель: школа–вуз–работодатель. Происходит передача опыта от профессионального состава преподавателей школьникам, студентам, вовлечение в медиапроизводство и соучастие в создании различных медиапродуктов. Такое взаимодействие позволяет объединить профессионализм и идеи начинающих специалистов, раскрыть в полной мере их потенциал.

Медиакомьюнити Алтайского государственного университета работает в нескольких направлениях. Интерактивная среда обучения позволяет организовать практикумы и семинары, на которых эксперты в области медиаисследований, журналистики и цифрового контента содействуют молодёжи в практической реализации их концепций контента – видео, блогов и подкастов.

Организован широкий доступ к ресурсам лаборатории: цифровая библиотека и современное оборудование, позволяющее создавать digital-продукты. Также медиакомьюнити поддерживает совместные проекты, в которых молодёжь может совместно работать над анализом источников медиа, разработкой оригинального медиаконтента и проведением исследований по воздействию медиа на общество.

Необходимо отметить и такую важную функцию МедиаHub, как обеспечение условий неформального общения обучающихся, студентов и их преподавателей: обратная связь позволяют студентам давать и получать конструктивную критику и отзывы, что ориентирует их в медиапространстве и делает экспертами в действующей области знания.

Более того, разнообразные медиапродукты, подготовленные участниками медиакомьюнити, создают имидж университету как современной образовательной площадке,

⁴ Образовательный и культурный проект «Организация студенческих медиа» // Бегемот. URL: <https://begemot.ai/projects/725516-organizaciia-studenceskix-media?ysclid=m9b2ejx9no801434960> (дата обращения: 08.11.2024).

использующей современные цифровые технологии. Участие студентов в разнообразных конкурсах, проектах, научных мероприятиях позволяет университету заявить о своих достижениях, сформировать положительный имидж во внешней среде.

Вовлечённость участников в деятельность по созданию проектов медиакомьюнити позволяет в должной мере сформировать у них компетенции, востребованные для будущей профессиональной деятельности, получить бесценный опыт работы в медиасфере. Медиакомьюнити в целом можно определить как комплексный центр, предоставляющий комплекс услуг и программ по продвижению медиаграмотности среди молодёжи как внутри организации, так и далеко за её пределами [18].

Творческо-производственная лаборатория МедиаHub Алтайского государственного университета с её техническим оснащением выступает площадкой для формирования профессиональных компетенций и создания благоприятного имиджа университета и региона в целом. Центр сотрудничает со школами Алтайского края, проводит творческие встречи со школьниками, организует мастер-классы, на которых учащиеся сами пробуют создать контент. Руководство школ и центра заинтересовано в сотрудничестве. Передача знаний и опыта от студентов направлений «Медиакоммуникации», «Реклама и связи с общественностью», «Журналистика» способствует укреплению связи между студенческим поколением и поколением школьников, повышает уровень медиаграмотности и вовлечённости в структуру медиасреды, что способствует дальнейшему развитию в ней их как медиаспециалистов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Интеграция медиацентров в структуру современных школ России является важным этапом в процессе модернизации образовательной системы и способствует не только улучшению качества образовательного процесса, но и формированию у школьников навыков критического восприятия информации. В условиях стремительного развития

информационных технологий и глобализации медиацентры становятся незаменимым инструментом для создания инновационной образовательной среды, которая способствует развитию медиаграмотности и способности анализировать различные информационные потоки.

Исследование впервые показало, что успешная интеграция медиацентров в школьную практику требует комплексного подхода, включающего развитие соответствующей инфраструктуры, подготовку педагогов и внедрение эффективных методов использования медиаресурсов в образовательном процессе. Важно, чтобы медиацентры выполняли не только функцию доступа к информации, но и стали центром формирования медиакультуры, стимулируя у учащихся развитие критического мышления и способности к самостоятельному анализу информации.

Рекомендации, выработанные в рамках исследования, направлены на совершенствование структуры медиапотребления в школах и создание условий для эффективного использования медийных технологий. Внедрение медиацентров в образовательную практику влечёт за собой значительные изменения, которые способствуют подготовке школьников к активному участию в информационном обществе, где способность грамотно работать с информацией является одной из ключевых компетенций.

Таким образом, работа студенческого медиацентра играет важную роль в формировании у студентов личностных и профессиональных компетенций. Эти компетенции включают в себя ориентацию на результат, развитие коммуникативных и управленческих навыков, а также когнитивных способностей, таких как аналитическое и критическое мышление, способность к решению комплексных задач и принятию обоснованных решений. Ключевыми аспектами деятельности медиацентра являются определение целей и стратегий, проведение анализа целевой аудитории, разработка контент-планов, создание и продвижение контента, регулярный анализ эффективности работы и сбор обратной связи. Студенческие медиа оказывают существенное влияние на образо-

вательный процесс, активизируя участие студентов в жизни университета и расширяя их возможности для самовыражения и взаимодействия с социумом.

Список источников

1. Ягодкина М.В. Коммуникативные аспекты современной медиасферы // Царскосельские чтения: материалы Междунар. науч. конф. Санкт-Петербург: Ленинград. гос. ун-т им. А.С. Пушкина, 2017. С. 329-332. <https://elibrary.ru/yovgdv>
2. Романов И.В., Матанис В.А. Медиацентр в современной образовательной организации: цели и задачи деятельности // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2017. № 4-4. С. 36-39. <https://elibrary.ru/yjxgxx>
3. Зинченко В.С. Опыт создания и функционирования регионального молодёжного медиацентра // Журналистика в глобальном мире: материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. Ростов-на-Дону: АкадемЛит, 2022. С. 172-174. <https://elibrary.ru/jryhrm>
4. Кузьмина Н.А. Интертекстуальность и прецедентность как базовые когнитивные категории медиаскопа // Медиаскоп. 2011. № 1. Ст. 10. <https://elibrary.ru/ohkhhbz>
5. Геворгян А.А., Нариманян Н.А. Студенческие СМИ в эпоху цифровизации (из опыта создания студенческого англоязычного мультимедийного издания) // Вестник Пятигорского государственного университета. 2020. № 2. С. 148-151. <https://elibrary.ru/ynxcbx>
6. Бучатский А.Н., Колесов А.К., Курбатов Д.А. и др. Особенности проблематики медиа в контексте современного образования // Научно-образовательная информационная среда XXI века: сб. материалов VIII Междунар. науч.-практ. конф. Петрозаводск, Петрозавод. гос. ун-т, 2014. С. 20-25. <https://elibrary.ru/tcpsjv>
7. Викулова Л.Г. Печатный журнал как инструмент развития коммуникативной культуры подростка // Когнитивно-дискурсивное пространство в современном гуманитарном знании: сб. науч. тр. Краснодар: КубГУ, 2018. С. 71-78. <https://elibrary.ru/xulrfj>
8. Иванова П.Г. Студенческий медиацентр как координатор медийной активности студенческого сообщества университета // Теория журналистики: от традиционного газетоведения до современного медиазнания: сб. материалов Студенческих науч. чтений. Екатеринбург: Урал. фед. ун-т им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2023. С. 140-143. <https://elibrary.ru/gamvkt>
9. Вовк Е.В., Везетиу Е.В. Медиацентр как медиаобразовательная технология по формированию коммуникативных компетенций студента вуза // Мир науки, культуры, образования. 2023. № 1 (98). С. 224-226. <https://doi.org/10.24412/1991-5497-2023-198-224-226>, <https://elibrary.ru/mcdwai>
10. Новикова Т.Е. Медиацентр как площадка для профессиональной подготовки будущих специалистов в области средств массовой коммуникации: опыт Института филологии и журналистики ННГУ // Региональная школа журналистики: векторы исследования: сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. Нижний Новгород: Нац. исслед. Нижегород. гос. ун-т им. Н.И. Лобачевского, 2022. С. 80-84. <https://elibrary.ru/iygwzk>
11. Mitchell W.J.T. Showing seeing: a critique of visual culture // Journal of Visual Culture. 2002. Vol. 1. № 2. P. 165-181. <https://doi.org/10.1177/147041290200100202>
12. Мендельбаум Я. Факультетские издания как элемент системы СМИ вуза // Актуальные проблемы журналистики: сб. тр. молодых учёных. Томск: Изд-во НТЛ, 2013. 164 с.
13. Ташмухамедова Г.Х. Медиацентруниверситета как база для создания нового цифрового контента // Современное образование. 2021. № 2 (99). С. 24-28. <https://elibrary.ru/abgkln>
14. Левинская А.Р. Медиацентр как форма студенческого самоуправления // Формирование профессионализирующей среды в условиях учебно-воспитательного процесса вуза: сб. материалов II открытой науч.-практ. конф. Пермь: Перм. гос. гум.-пед. ун-т, 2014. С. 36-37. <https://elibrary.ru/uvtwlv>
15. Речкина А.В. Медиацентр как часть ЦОС // Социально-гуманитарные знания. № 2. 2022. С. 344. <https://doi.org/10.34823/SGZ.2022.2.51803>, <https://elibrary.ru/kiynoz>
16. Чалкина М.В. Медиацентр как структура, обеспечивающая продвижение образовательного учреждения в медиaprостранстве // Научный журнал. 2020. № 4 (49). С. 63-65. <https://elibrary.ru/frglyo>
17. Мамедова М.К., Васильева К.А., Белопицкая А.И. Медиацентр как инструмент развития профессиональных компетенций студентов // Современные тенденции, проблемы и пути развития физической культуры, спорта, туризма и гостеприимства: сб. материалов XVII Междунар. науч.-практ. конф. Москва: ООО «НКЦОбразование», 2023. С. 438-442. <https://elibrary.ru/rtmada>

18. Ваккер П.А. Организация работы медиакомьюнити в высших учебных заведениях (на примере Алтайского края) // Журналистика будущего: Диалог в Метавселенной: сб. науч. ст. и материалов I Медиафорума исследователей и практиков. Казань: Логос-Пресс, 2024. С. 24-30. <https://elibrary.ru/tlongj>

References

1. Yagodkina M.V. Communicative aspects of modern media sphere. *Materialy Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii «Tsarskosel'skie chteniya» = Proceedings of the International Scientific Conference "Tsarskoye Selo Readings"*. St. Petersburg, Pushkin Leningrad State University Publ., 2017, pp. 329-332. (In Russ.) <https://elibrary.ru/yovgdv>
2. Romanov I.V., Matanis V.A. Media Center in a Modern Educational Organization: Goals and Objectives of Activity. *Aktual'nye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk = Current Problems of Humanities and Natural Sciences*, 2017, no. 4-4, pp. 36-39. (In Russ.) <https://elibrary.ru/yjjxgx>
3. Zinchenko V.S. Experience of creating and functioning a regional youth media center. *Materialy 4 Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Zhurnalistika v global'nom mire» = Proceedings of the 4th International Scientific-Practical Conference "Journalism in a Modern World"*. Rostov-on-Don, AkadeMLit Publ., 2022, pp. 172-174. (In Russ.) <https://elibrary.ru/jryhrm>
4. Kuzmina N.A. Intertextuality and precedent as a basic cognitive categories of media discourse. *Mediascope = Mediascope*, 2011, no. 1, Art. 10. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ohkhhbz>
5. Gevorgyan A.A., Narimanyan N.A. Student media in the era of digitalization (the experience of creating a student English-language multimedia edition). *Vestnik Pyatigorskogo gosudarstvennogo universiteta = Pyatigorsk State University Bulletin*, 2020, no. 2, pp. 148-151. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ynxcbx>
6. Buchatskii A.N., Kolesov A.K., Kurbatov D.A. et al. Features of media issues in the context of modern education. *Sbornik materialov 8 Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Nauchno-obrazovatel'naya informatsionnaya sreda XXI veka» = Collection of Materials of the 8th International Scientific-Practical Conference "Scientific and Educational Information Environment of the 21 Century"*. Petrozavodsk, Petrozavodsk State University Publ., 2014, pp. 20-25. (In Russ.) <https://elibrary.ru/tcpsjv>
7. Vikulova L.G. Print magazine as a tool for developing adolescent communicative culture. *Sbornik nauchnykh trudov «Kognitivno-diskursivnoe prostranstvo v sovremennom gumanitarnom znanii» = Collection of Scientific Works "Cognitive and Discursive Space in Humanitarian Knowledge"*. Krasnodar, Kuban State University Publ., 2018, pp. 71-78. (In Russ.) <https://elibrary.ru/xulrfj>
8. Ivanova P.G. Student media center as a coordinator of media activity of the university student community. *Sbornik materialov Studencheskikh nauchnykh chtenii «Teoriya zhurnalistiki: ot traditsionnogo gazetovedeniya do sovremennogo mediaznaniya» = Collection of Materials of Student Scientific Readings "Journalism Theory: From Traditional Newspaper Studies to Modern Media Studies"*. Ekaterinburg, Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin Publ., 2023, pp. 140-143. (In Russ.) <https://elibrary.ru/gamvkt>
9. Vovk E.V., Vezetiu E.V. Media center as a media educational technology for the formation of communicative competencies of a university student. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya = The World of Science, Culture and Education*, 2023, no. 1 (98), pp. 224-226. (In Russ.) <https://doi.org/10.24412/1991-5497-2023-198-224-226>, <https://elibrary.ru/mcdwai>
10. Novikova T.E. Media center as a platform for professional training of future specialists in the field of mass communication: the experience of the institute of philology and journalism of UNN. *Sbornik statei Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Regional'naya shkola zhurnalistiki: vektory issledovaniya» = Collection of Articles of the International Scientific-Practical Conference "Regional School of Journalism: Vectors of Research"*. Nizhny Novgorod, Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod Publ., 2022, pp. 80-84. (In Russ.) <https://elibrary.ru/iygwzk>
11. Mitchell W.J.T. Showing seeing: a critique of visual culture. *Journal of Visual Culture*, 2002, vol. 1, no. 2, pp. 165-181. <https://doi.org/10.1177/147041290200100202>
12. Mendelbaum YA. Faculty publications as an element of the university media system. *Sbornik trudov molodykh uchenykh «Aktual'nye problemy zhurnalistiki» = Collection of Works of Young Scientists "Relevant Problems of Journalism"*. Tomsk, NTL Publ., 2013, 164 p. (In Russ.)
13. Tashmukhamedova G.Kh. Media center of the university as a base for creating new digital content. *Sovremennoe obrazovanie = Modern Education*, 2021, no. 2 (99), pp. 24-28. (In Russ.) <https://elibrary.ru/abgkln>

14. Levinskaya A.R. Media center as a form of student self-governance. *Sbornik materialov 2 otkrytoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Formirovanie professionaliziruyushchei sredy v usloviyakh uchebno-vospitatel'nogo protsessa vuza» = Collection of Materials of the 2d Open Scientific-Practical Conference “Development of Professionalizing Environment in the Conditions of Educational Process of Higher Education Institution”*. Perm, Perm State Humanitarian Pedagogical University Publ., 2014, pp. 36-37. (In Russ.) <https://elibrary.ru/uvtwlv>
15. Rechkina A.V. Media center as part of DSP (digital educational environment). *Sotsial'no-gumanitarnye znaniya = Social and Humanitarian Knowledge*, no. 2, 2022, pp. 344. (In Russ.) <https://doi.org/10.34823/SGZ.2022.2.51803>, <https://elibrary.ru/kiynoz>
16. Chalkina M.V. Media center as a structure for promoting an educational institution in the media space. *Nauchnyi zhurnal = Scientific Journal*, 2020, no. 4 (49), pp. 63-65. (In Russ.) <https://elibrary.ru/frglyo>
17. Mamedova M.K., Vasileva K.A., Belolipetskaya A.I. Media center as a tool for developing professional competencies of students. *Sbornik materialov 17 Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Sovremennye tendentsii, problemy i puti razvitiya fizicheskoi kul'tury, sporta, turizma i gostepriimstva» = Collection of Materials of the 17th International Scientific-Practical Conference “Modern Tendencies, Problems and Ways of Development of Physical Culture, Sport, Tourism and Hospitality”*. Moscow, «NKTS Obrazovanie» LLC, 2023, pp. 438-442. (In Russ.) <https://elibrary.ru/rtmada>
18. Vakker P.A. Organization of the media community in higher educational institutions (on the example of the Altai territory). *Sbornik nauchnykh statei i materialov I Mediaforuma issledovatelei i praktikov “Zhurnalistika budushchego: Dialog v Metavselennoi” = Collection of Scientific Articles and Materials of the 1st Media Forum of Researchers and Practitioners “Journalism of the Future: Dialogue in the Metauniverse”*. Kazan, Logos-Press Publ., 2024, pp. 24-30. (In Russ.) <https://elibrary.ru/tlongj>

Информация об авторе

ВАККЕР Полина Андреевна, аспирант, кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью, Алтайский государственный университет, г. Барнаул, Российская Федерация, <https://orcid.org/0009-0004-3009-3022>, vpa@mc.asu.ru

Поступила в редакцию 23.12.2024

Поступила после доработки и рецензирования 02.05.2025

Принята к публикации 29.05.2025

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

Information about the author

Polina A. Vakker, Post-Graduate Student, Media Communications, Advertising and Public Relations Technologies Department, Altai State University, Barnaul, Russian Federation, <https://orcid.org/0009-0004-3009-3022>, vpa@mc.asu.ru

Received 23.12.2024

Approved after reviewing and revision 02.05.2025

Accepted 29.05.2025

The author has read and approved the final manuscript.