

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Санкт-Петербургский государственный университет

Дмитриева Наталья Николаевна

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО
КОНТЕНТА В НОВЫХ МЕДИА

Выпускная квалификационная работа по направлению подготовки
50.04.01 «Искусства и гуманитарные науки»

Магистерская программа «Межкультурное образование»

Научный руководитель:

Казакова Елена Ивановна,
Доктор пед. наук

Санкт-Петербург
2018

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫЙ КОНТЕНТ В НОВЫХ МЕДИА КАК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ В ЭРУ КЛИПОВОГО МЫШЛЕНИЯ.....	7
1.1 Научно-популярный контент в новых медиа как образовательный ресурс.....	7
1.2 Исследование нового формата цифровых медиа - мультимедийного лонгрида.....	18
1.3 Эра «клипового мышления»: особенности потребления информации в современном обществе.....	27
ГЛАВА 2. ИССЛЕДОВАНИЕ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ЛОНГРИДОВ В КОНТЕКСТЕ ОБРАЗОВАНИЯ.....	34
2.1 Контент-анализ научно-популярных лонгридов в новых медиа.....	34
2.2 Опыт использования мультимедийных лонгридов в образовательной деятельности подростков.....	45
ГЛАВА 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ КУРС ПО СОЗДАНИЮ ЛОНГРИДОВ: «МНОГАБУКАФ, ИЛИ КАК ЗАСТАВИТЬ ДОЧИТАТЬ ВАШ ТЕКСТ ДО КОНЦА».....	59
3.1. Программа образовательного курса.....	59
3.2. Материалы к программе курса.....	66
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	72
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	76
ПРИЛОЖЕНИЕ 1.....	81
ПРИЛОЖЕНИЕ 2.....	85

Введение

Актуальность исследования обусловлена тем, что в условиях нарастающей информатизации общества, современная личность гораздо эффективнее воспринимает и усваивает сложную информацию при помощи инструментов новых медиа. Данная тенденция связана с тем, что в современном обществе клиповое мышление стало доминирующим типом восприятия информации. Таким образом, в современном российском образовательном пространстве появилась потребность в поиске новых форм организации педагогического процесса. В нашей работе мы предлагаем использовать научно-популярный контент в новых медиа как пример успешной образовательной коммуникации. Очевидно увеличившаяся в последние годы популярность научно-популярных проектов (Science slam, TED конференция, ПостНаука, Arzamas, Научпок и др.) показывает, что формат и технологии, которые используют современные популяризаторы науки востребованы российским обществом. Тем не менее инструменты новых медиа не имеют массовой практики в обычных российских школах, а значит существует потребность в апробации данного формата и анализе уже существующих немногочисленных практик. Кроме того, уже сейчас новые медиа претендуют на роль полноценных образовательных площадок (онлайн-университет Arzamas, Универсариум и т.д.), что в перспективе может вытеснить современные образовательные институты, повлиять на их популярность и общественную ценность. Именно поэтому современной школе необходимо интегрировать формат новых медиа в свой образовательный процесс.

Объектом исследования является научно-популярный (образовательный) контент, представленный в новых медиа.

Предметом исследования является эффективность использования приемов новых медиа в образовательной деятельности школьников.

Выдвигается следующая **гипотеза**: использование приемов изложения и подачи информации по примеру научно-популярного контента в новых медиа способно повысить эффективность обучения за счет повышения интереса к образовательному процессу и учета особенностей усвоения информации современной личностью.

Цель исследования состоит в том, чтобы проанализировав особенности клипового мышления и изучив структуру научно-популярных лонгридов, проверить образовательную эффективность инструментов новых медиа.

Задачи исследования:

1. Дать определение ключевым понятиям исследования: клиповое мышление, новые медиа, мультимедийный лонгрид.
2. Провести контент-анализ мультимедийных лонгридов научно-популярного (образовательного) характера.
3. Проанализировать опыт мастерской литературного творчества «Цифровой сторителлинг» в образовательном центре «Сириус».
4. На основе полученных исследовательских результатов разработать образовательный курс по созданию мультимедийных лонгридов, предназначенный для школьников старшей возрастной группы.

База исследования:

Исследованиям популяризации научного знания в России занимались Э.А Лазаревич, Е.Е Макарова, Р.П Баканов, А.Г Ваганов, Н.В Дивеева, А.И. Журба.

Феномен клипового мышления, а также когнитивные и другие особенности информационного общества изучали Э. Тоффлер, М. Маклюен, К.Г. Фрумкин, Р. С. Аткинсон, С. В. Докука, А. Зорин, А. Моль, А.В Микляева. Клиповое мышление в контексте синдрома дефицита внимания изучали Э.М. Хэлловэлл и Д. Рэйти.

В вопросе новых медиа и интернет-журналистики мы опирались на концепции разработанные Л. Мановичем, А. И Акоповым, М.М Лукиной. Статьи О.С. Рогалева, Т.В. Шкайдерова. Исследованием формата лонгрид занимались следующие авторы: Д.Ю Кульчицкая, А.А Амин, А.В Колесниченко, Н. Н Лосева, М.Г Лукина, D. Dowling, T. Vogan.

Изучением языка новых медиа в контексте образования занимались Р. Д Фрэнсис, Г.П Бакулева, Е. И Казакова, С. В Манухина, Т.Г Галактионова.

Методология исследования:

В теоретической главе для изучения характеристик современного типа мышления и формата новых медиа мы использовали феноменологический и культурологический подходы. Далее во второй главе для решения поставленных нами задач мы обратились к следующим методам: контент-анализ новых медиа, наблюдение за учениками, а также опрос с открытым типом вопросов.

Эмпирическую базу исследования составили 40 профессиональных научно-популярных мультимедийных лонгрида и 2 лонгрида, созданных школьниками в рамках мастерской литературного творчества «Цифровой сторителлинг».

Положения выносимые на защиту:

1. Ключевыми понятиями в нашем исследовании являются термины: Новые медиа, клиповое мышление, мультимедийный лонгрид. Мы даем им следующие определения:

Новые медиа - интерактивные электронные медиа, представленные в сети Интернет. Новые медиа отвечают следующему критериям: числовое представление (наличие цифрового носителя), мультимедийность, модульность, автоматизация и изменчивость.

Клиповое мышление - распространенный в современном обществе

тип мышления для которого предпочтительно фрагментарное и визуальное потребление информации. Обладает следующими функциями для своего носителя:

- защита от перегруженности современной информационной среды
- продуктивность в условиях многозадачности.

Мультимедийный лонгрид - это формат новых медиа для которого характерно использование длинного текста, преимущественно линейная подача материала, а также наличие нескольких мультимедийных элементов. Уточним, что особенностью лонгридов является глубокое погружение читателя в тему при помощи метода сторителлинга и проведение авторами предварительной исследовательской работы по выбранной теме с использованием большого количества источников информации.

2. В работе опровергнуто суждение о клиповом мышлении как о негативном воздействии информационной среды.

3. Обосновано, что мультимедийный лонгрид способствует эффективному усвоению и запоминанию информации и может использоваться в качестве проектной деятельности школьников

4. Подготовлен актуальный образовательный курс для школьников старшего возраста по созданию лонгридов «Многабукаф, или как заставить дочитать ваш текст до конца».

ГЛАВА 1. НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫЙ КОНТЕНТ В НОВЫХ МЕДИА КАК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ В ЭРУ КЛИПОВОГО МЫШЛЕНИЯ

1.1 Научно-популярный контент в новых медиа как образовательный ресурс

Обращаясь к теме научной популяризации, стоит заметить, что этот феномен в научных работах чаще всего является объектом изучения журналистики. В советский период исследование популяризации науки получило особое распространение. Были написаны кандидатские диссертации А.В. Панкова, А.И. Акопова, М.И. Хаскиной, В.М. Дзядевич, кандидатская и докторская диссертация Э.А. Лазаревич, и две её книги, а также — книги П.Н. Беркова, В.В. Ученовой, И. Василькова, В. С. Аллаярова, Л. Н. Коган и др. Работы были в основном сосредоточены на историческом развитии феномена в России, а также на его жанровых особенностях. Среди современных авторов, которые занимались исследованием научной популяризации, стоит выделить работы Макаровой Е.Е, Баканова Р.П, Ваганова А.Г, Дивеевой Н.В, Журбы А.И. В связи с тем, что формы научной популяризации кардинально трансформировались со времен советского периода, на сегодняшний день эта тема как никогда требует своего переосмысления в контексте современной действительности. Не смотря на то, что на данный момент существуют такие фундаментальные работы, как докторские диссертации Макаровой Е.Е и Дивеевой Н.В, посвященные современным процессам, происходящим в сфере научной популяризации, стоит заметить, что их новизна быстро теряет свою актуальность. Это связано с тем, что формы популяризации науки в России стремительно меняются, изменчивыми являются и тренды новых медиа, определение которым мы дадим ниже. Кроме того, инструменты новых медиа становятся значительно доступнее для большинства пользователей сети Интернет, поэтому количество независимых онлайн

проектов, связанных с научной популяризацией также возрастает. На сегодняшний день существует множество популярных платформ для распространения подобного контента. Видео на Youtube каналах, telegram блоги, приложения с подкастами, обновляющиеся одностраничные сайты, а также все остальные формы социальных медиа.

Изучение современных процессов популяризации науки стоит начать с исторической справки. Зарождение популяризации науки в России было зафиксировано российскими исследователями еще в XVIII веке. Появление этого феномена было вызвано необходимостью экономического, социального и культурного обновления общества. Исторически научная популяризация тесно связана с такими феноменами как образование и просвещение. Е.Е Макарова в своей работе¹ установила, что главным субъектом популяризации науки в России традиционно являлось Государство. В настоящее время Государство не является основным двигателем развития научной популяризации, однако, во времена Российской Империи и в период советской власти Государство играло определяющую роль в направлении развития научной популяризации. В Российской Империи начало популяризации науки неотрывно связано с именем Петра I и развитием печатного дела. Первые научные труды были опубликованы для широкой публики в газете «Ведомости», которая была издана в 1702 году по приказу Петра I. До издания «Ведомостей» в России не существовало периодической печати, единственным изданием были лишь рукописные «Куранты», адресованные императору и его приближенным. Таким образом, появление «Ведомостей» ознаменовало начало популяризации науки в России. С 1727 года к изданию «Санкт-Петербургских Ведомостей» стала причастна Российская Академия Наук. Годом позже к газете добавилось приложение – «Месячные

¹ Макарова Е.Е. Научно-популярные сайты в системе СМИ: типологические и профильные особенности. Дисс. на соиск. уч. степ. к.ф.н. Москва, 2013.

исторические, генеалогические и географические примечания». Газета выходила два раза в неделю по почтовым дням и носила образовательный характер: в ней публиковались новые иностранные слова, печатались научные материалы. Всего в печати Академии Наук имелось три так называемых «толстых журнала»: «Ежемесячные сочинения к пользе и увеселению служащих» (1755-1754), «Академические известия» (1779-1781) и «Новые ежемесячные сочинения» (1786-1796).

В советское время толчком в развитии научной популяризации послужил взятый государством курс на активизацию промышленного прогресса. Государство также было сосредоточено на укреплении военных сил и продвижении науки в области освоения космоса, что тоже повлияло на возросшее количество научно-популярной периодики. Среди внушительного списка научно-популярных изданий, стоит отметить следующие периодические издания: «Знание-сила» (1926 г.) - старейшее научно-популярное издание в России, его производное издание для школьников о живой природе «Юный натуралист» (1928 г.), успешный пример советского научпопа журнал «Квант» (1970 г.), адресованный школьникам, которых нужно было увлечь физикой и математикой, «Техника - молодежи» (1933 г.) - в нем публиковались избранные советские и зарубежные произведения фантастики, «Техника и наука» (1973-1990 гг), «Техническая эстетика» (1964 -1991 гг.) - журнал, посвященный промышленному дизайну и отличающийся своими уникальными обложками, «Химия и жизнь» (1965г.) - одно из самых популярных изданий советского периода. Кроме того, существовали и другие известные периодические издания, например: «Кругозор», «Радиолобитель», «Земля и вселенная», «Вокруг света», «Популярная механика» и многие др.

Существующая в настоящее время в сети интернет совокупность научно-популярных сайтов представляет собой современную форму

распространения научных знаний, опирающихся на такие преимущества интернета как: оперативность, глобальность, мультимедийность, гипертекстуальность и интерактивность и др.²

Для пояснения определения «научно-популярный» в теме нашей работы, мы попытаемся разобраться, что означает популяризация науки. Согласно современному толковому словарю Ефремовой рассмотрим отдельные части определения:

Популяризировать - 1) излагая, делать популярным, доступным. 2) делать широко известным, распространенным.

Наука - 1) исторически сложившаяся и непрерывно развивающаяся система знаний о закономерностях развития природы, общества и мышления и о способах их планомерного воздействия на окружающий мир. 2) а) отдельная область, раздел каких-л. знаний.

А.И. Акопов определяет три основные сущности науки: «она понимается либо как *форма деятельности*, либо как *система или совокупность дисциплинарных знаний* или же как *социальный институт*».³

Суммируя вышесказанное, можно сказать, что **популяризация науки** - это распространение каких-либо знаний, накопленных обществом. А.Г. Дивеева рассматривает популяризацию науки как одну из важных функций журналистики: «Популяризация науки, в самом общем виде, – это распространение знаний, она подразумевает доступное, понятное изложение информации о сложных процессах в научных исследованиях и практике профессиональной деятельности».⁴ Таким образом, популяризация науки является проводником между миром науки и простым обывателем. Основная ее функция - это

² Макарова Е.Е. Популяризация науки в Интернете: содержание, формы, тенденции развития // Вестник Московского университета, 2013. №2. С. 98-104.

³ Акопов А.И. Некоторые вопросы журналистики: история, теория, проблемы. Доступно из: http://window.edu.ru/resource/185/51185/files/akopov_questions.pdf (05.11.2018).

⁴ Дивеева Г.В. Популяризация наук как разновидность массовых коммуникаций в условиях новых информационных технологий и рыночных отношений. Дисс. на соиск. уч. степ. к.ф.н. Воронеж, 2015. С. 31.

предоставлять обществу информацию о ходе научных исследований, информировать и таким образом, предоставлять возможность почувствовать себя вовлеченным в процессы, связанные с развитием науки. Известный исследователь научно–популярной литературы Э. А. Лазаревич также выделяет три основные функции популяризации науки: информационную, мировоззренческую и практическую.⁵

Ученые соглашаются, что научно-популярный язык существует на границе между наукой и искусством. Большое влияние на формирование научно-популярного языка оказали жанры художественной публицистики (очерк, эссе)⁶, по этой же причине, литературные приемы часто используются авторами научно-популярных материалов. Советские авторы Лихтенштейн Е.С и Михайлов А.И определяют научно-популярный язык, как «особый вид научной работы и художественного творчества»⁷. Однако, стоит заметить, что художественная составляющие в современном научно-популярном языке зачастую перевешивает. Особенно это заметно на примере научно-популярной фантастики. Баринаева Е.Е пишет, что «Несмотря на то, что сила воздействия подобного рода произведений на сознание читателя может быть гораздо более выраженной, и они также могут способствовать формированию научного мировоззрения или возникновению интереса к науке, их явно обнаруживаемая фикциональность (наряду с другими признаками) свидетельствуют об их гораздо большей близости к беллетристике, чем к науке»⁸. В целом, многие факторы указывают на гибридность научно-популярного жанра. Научная составляющая научно-популярного языка особенно проявлялась на начальном этапе становления этого стиля. Именно ученые, а не

⁵ Лазаревич Э.А. С веком наравне. Популяризация науки в России: Книга, газета, журнал. М.: Книга, 1984. С. 201.

⁶ Баринаева Е.Е. Научно-популярная литература в классификации жанров (теоретический и исторический аспекты) // Сибирский филологический журнал, 2012. №3. Доступно из: http://www.philology.nsc.ru/journals/spj/pdf/2012_3/2012_3_Barinoва.pdf (12.12.2018).

⁷ Лихтенштейн Е.С., Михайлов А.И. Редактирование научной, технической литературы и информации. М.: Высшая школа, 1974. С. 66.

⁸ Баринаева Е.Е. Указ. соч. Доступно из: http://www.philology.nsc.ru/journals/spj/pdf/2012_3/2012_3_Barinoва.pdf. (12.12.2018).

журналисты были первыми авторами подобной литературы. Позже с развитием периодической печати, все больше журналистов стало писать на научно-популярные темы. Поэтому можно утверждать, что именно появление периодической печати повлияло на формирование научно-популярного стиля.

На современном этапе популяризация науки переживает новую волну популярности за счет распространения научно-популярного контента по средствам сети Интернет. Общество в лице пользователей получило неограниченный доступ не только к научным ресурсам, но и к созданию собственных медиа проектов. А. И. Акопов считает, что сегодня именно общественные процессы в значительной степени влияют на формирование трендов научной популяризации: *«В настоящее время наука предстает прежде всего как социокультурный феномен»*.⁹ Это значит, что она зависит от многообразных сил, токов и влияний, действующих в обществе, определяет свои приоритеты в социальном контексте, тяготеет к компромиссам и сама в значительной степени детерминирует общественную жизнь».¹⁰ Так, например, темы, являющиеся актуальными в обществе, становятся предметом изучения научно-популярных изданий, а не наоборот, как это было во времена Российской Империи, когда уровень образования общества требовал вмешательства со стороны Государства. Тренд на самообразование также отражается в тематическом наполнении популярных СМИ. Материалы с названием «Русь, Запад, Восток: 10 веков в одной таблице»¹¹ проекта Arzamas набирают более 400 лайков в социальной сети «ВКонтакте» и более 19 тысяч репостов в социальной сети Facebook. Подобные материалы, обещающие краткое, понятное и красочное изложение научных знаний, безусловный тренд среди научно-популярных онлайн

⁹ Акопов А.И. Указ. соч. Доступно из: http://window.edu.ru/resource/185/51185/files/akopov_questions.pdf (10.12.2018).

¹⁰ Акопов А.И. Указ. соч. Доступно из: http://window.edu.ru/resource/185/51185/files/akopov_questions.pdf (10.12.2018).

¹¹ Ефимов А., Филин Д. Русь, Запад, Восток: 10 веков в одной таблице. Доступно из: <https://arzamas.academy/mag/450-history-table> (11.12.2018).

медиа. Наблюдается большое количество видео с заголовками вроде «Первый том романа «Война и мир» за 3 минуты»¹². Кроме того, на платформе Youtube появляются видео, отвечающие на простые бытовые вопросы вроде: «Может ли стресс убить человека?», «Почему нас укачивает?», «Почему люди любят острое?».¹³

Среди средств массовой информации появляется все больше и больше специализированных изданий, которые выбирают своей основной площадкой именно новые медиа. Это отчасти объясняется тем, что популярные издания не хотят отставать от своих читателей, которые также активно публикуют новости в интернете. Однако, феномен новых медиа не изучен до конца и точное определение понятия пока отсутствует. Существует первая научно обоснованная работа, посвященная новым медиа американского ученого Льва Мановича, но ее выход датируется 2001 годом и требует переосмысления в контексте быстроизменяющейся информационной действительности. Среди отечественных исследований данной темы, стоит выделить работы сотрудников кафедры новых медиа и теории коммуникации МГУ им. Ломоносова - М.Г Лукиной, А.А Амина, А.В Колесниченко и др.

В категорию новые медиа принято включать такие ресурсы как: онлайн версии СМИ, интернет СМИ (в том числе радио и тв), блогосферу, социальные сети (facebook, vkontakte, instagram, twitter, виртуальные игры и др.). В научных трудах термин «новые медиа» зачастую выделяется кавычками для того, чтобы подчеркнуть, что это отдельное определение, которое не стоит понимать буквально. Новизна, как качество новых медиа, имеет здесь второстепенное значение. Это связано с тем, что с течением времени понимание новизны медиа

¹² Первый том романа «Война и мир» за 3 минуты. Национальный образовательный проект «Умная школа. Доступно из: <https://www.youtube.com/watch?v=AiXIde81sOs> (13.12.2018).

¹³ Никитина А., Кутахов А. Габелко Д. и др. YouTube канал «Науччпок». Доступно из: <https://www.youtube.com/user/nowchpok/videos> (13.12.2018).

меняется достаточно быстро, так, например, в свое время телевидение являлось таким же новым медиа, как интернет в 20 веке. В настоящее время самое подробное описание новых медиа приведено в книге Льва Мановича «Язык новых медиа».¹⁴ Манович проследил пять основных особенностей, которые определяют сущность новых медиа. Перечисленные особенности не стоит считать конечными, но безусловно показательными для новых медиа: числовое представление, модульность, автоматизация, изменчивость, транскодинг.

1) Числовое представление: все объекты «новых медиа», созданные на компьютере или перекодированные с аналогового носителя, имеют цифровой код, то есть они могут быть описаны формально (математически), например, с помощью математических функций. Объекты «новых медиа» подлежат алгоритмическим манипуляциям. Так, с помощью определенных алгоритмов можно автоматически удалить «помехи» с фотографии, изменить ее пропорции и пр., то есть медиа становятся программируемыми.

2) Модульность: объекты «новых медиа» имеют модульную структуру, то есть все элементы объекта являются частью целого, могут составлять более сложный объект, однако при этом не теряют свое независимое существование. Например, мультимедийный фильм может состоять из множества фотографий, кадров, звуков, которые по очереди воспроизводятся, но поскольку они сохраняют свою самобытность, то можно легко изменить только одну составную часть, не меняя все целое.

3) Автоматизация: числовое кодирование и модульная структура приводят к возможности автоматизации многих операций в создании медиа.

4) Изменчивость: объекты «новых медиа» не являются чем-то зафиксированным раз и навсегда, они изменчивы. В то время как автор «старых медиа» создает их вручную, поэтому даже незначительное

¹⁴ *Manovich L. The Language of New Media. Cambridge: MIT Press, 2001.*

изменение содержания влечет за собой необходимость заново изготовить носитель, например, вновь напечатать страницу газеты. К частным случаям изменчивости Манович относит возможность разделить контент и интерфейс, возможность интерактивности, гипермедиа, то есть наличие гиперссылок и др.

5) Транскодинг: по мнению Мановича, это одно из существенных следствий компьютеризации медиа. Вообще транскодинг обозначает перевод цифрового формата из одного в другой. Манович понимает этот термин шире, включая культурные категории помимо технических. Так, «новые медиа» состоят из двух слоев: культурный слой и компьютерный слой, транскодинг же – это взаимовлияние этих слоев. Например, фотография, с одной стороны, соотносится с другими культурными сферами общества, тогда важно ее содержание, авторство, смысл. С другой стороны фотография – это компьютерный файл с существенными для него характеристиками в виде размера файла, формата, датой сохранения и пр. Транскодинг же обозначает возможность влияния этих слоев друг на друга. Компьютерный слой может оказывать влияние на культурный слой «новых медиа», их контент, организацию, жанр.¹⁵

Таким образом, можно сформулировать следующее рабочее определение новых медиа:

Новые медиа - интерактивные электронные медиа, представленные в сети интернет. Новые медиа отвечают следующему критерию: числовое представление (наличие цифрового носителя), мультимедийность, модульность, автоматизация и изменчивость.

Попробуем рассмотреть феномен популярности научно-популярных новых медиа. Ученые-филологи Селютина Е.А и Селютин А.А связывают популярность новых медиа с тем, что они позволяют

¹⁵ Змановская А.В. «Веб документари» как новый мультимедийный формат. Дисс. на соиск. маг. ст. - М., 2014. – С. 20. Доступно из: <http://nethash.ru/veb-dokumentari-kak-novij-muletimedijij-format.html> (16.12.2017).

экономить время для поиска и обработки нужной информации¹⁶. Безусловно, в эпоху информационной перегруженности современная личность испытывает трудности с ориентацией в огромном потоке случайной информации. Таким образом, появляется потребность человека в экспертном мнении. Новые медиа формируют наше представление о том, что является актуальным, а также зачастую представляют информацию в уже пересказанном виде, так, например, широко распространены «тексты о текстах» - своеобразные конспекты фундаментальных трудов. Это позволяет изучать различные темы и вопросы без чтения первоисточников, а также экономит время обработки большого количества информации. Возможности мультимедиа позволяют быстро погружать читателя в тему, создавая соответствующую атмосферу, а готовые образы и тезисная подача информации способствуют быстрому запоминанию информации.

Журба А.И.¹⁷ высказывает мнение, что научно-популярные медиа возникли как реакция на потребность людей нового типа мышления в альтернативном образовательном пространстве. Такая потребность сформировалась в обществе по причине того, что традиционные образовательные институты не учитывают особенности восприятия информации людей с новым типом мышления. Образовательные программы не успевают реагировать на изменения происходящие вокруг, становясь не актуальными. Так, в противовес традиционным образовательным институтам появляются современные ресурсы, которые меняют наше представление о рутинном процессе обучения. Обучение с помощью научно-популярных медиа становится развлекательным процессом - частью интеллектуального досуга. Образование как развлечение стало новым трендом в медиаиндустрии и педагогике, получив название **эдютеймент**.

¹⁶ Селютина Е.А., Селютин А.А. Культура чтения в современных коммуникативных практиках: сетевые медиа и картина мира современного читателя // Вестник Челябинского государственного университета, 2016. №13. С. 106-112.

¹⁷ Журба А.И. Опыт Edutainment-СМИ: Журнал «Кот Шредингера» // На путях к новой школе. СПб: Лема, 2015. №1. С. 58-60.

Изучению феномена эдьютеймента в медиа посвящены диссертационные работы Манухиной С.В.¹⁸ и Журбы А.И.¹⁹. Манухина С.В. рассматривает видеоблог, как инструмент пространств эдьютеймента. В таких пространствах деятельность строится по принципу обучение через развлечение. Манухина выделяет игру как основу педагогической деятельности в подобных пространствах. Таким образом, важным качеством эдьютеймента становится получение удовольствия от самого процесса обучения. Среди главных плюсов этой технологии выделяется ее способность создавать комфортную для обучения обстановку за счет следующих качеств:

- Развитие творческих способностей
- Снижение психического напряжения
- Помощь в социализации (если речь идет о совместной деятельности)

Среди главного отличия традиционного процесса обучения от процесса обучения по средствам технологии эдьютеймента выделяется активизация послепроизвольного внимания во втором случае. В учебнике клинической психологии приводится следующее его объяснение: «Послепроизвольное внимание - наступает вслед за произвольным, когда человек "входит" в работу и его сосредоточенность уже не требует специального волевого усилия, а поддерживается увлеченностью и интересом»²⁰. Можно сказать, что во время изучения контента представленного в научно-популярных медиа читатель не только ищет возможности приобрести знания, но еще и наслаждается самим процессом познания. Обучение в таком ключе происходит без лишнего психологического напряжения, а мотивацией, которая стимулирует сам образовательный процесс служит базовая потребность

¹⁸ Манухина С.В. Видеоблог школьника как ресурс развития пространств эдьютеймента. Дисс. на соиск. маг. ст. СПб, 2017. Доступно из: <https://dspace.spbu.ru/handle/11701/7544> (16.01.2018).

¹⁹ Журба А.И. Феномен edutainment в жизни современного социума. Дисс. на соиск. маг. ст. – СПб., 2015. – С. 35

²⁰ Карвасарский Б.Д. Клиническая психология. СПб: Питер, 2011. Доступно из: <http://bookap.info/genpsy/clinpsy/> (22.01.2018).

мозга в получении удовольствия.

По мнению Журбы А.И технология эдьютеймент не ставит перед собой целью всесторонне охватить заданную тему и тщательно изучить тот или иной вопрос. Главной функцией эдьютеймента является его способность эффективно стимулировать образовательный интерес, тем самым способствуя самостоятельному изучению той или иной темы.

Таким образом, мы видим, что основной площадкой научной популяризации в настоящее время являются именно новые медиа. Научно-популярный контент в новых медиа отличается тем, что привносит в процесс познания элемент развлечения. В настоящий момент одна из основных задач популяризации науки - это уже не только просветительская, но и досуговая деятельность.

1.2 Исследование нового формата цифровых медиа - мультимедийного лонгрида

Целью данного параграфа является изучение мультимедийного лонгрида - распространенного формата новых медиа. В рамках заданной темы мы сформулировали следующие задачи: дать определение понятию мультимедийный лонгрид, описать этапы создания лонгрида, рассмотреть его структуру и характерные особенности, провести исторический обзор возникновения и развития формата.

Мультимедийный лонгрид - это еще неустоявшееся в российских и зарубежных исследованиях понятие. Большинство работ изучают лонгрид как формат онлайн-журналистики. Лонгрид рассматривается совместно с понятиями мультимедийная история и цифровой сторителлинг.

В зарубежных исследованиях для обозначения мультимедийного лонгрида часто используют понятие digital long-form article (англ.), что можно дословно перевести как «цифровая статья длинной формы».

Ключевым элементом в данном понятии является определение long-form. Оксфордский словарь английского языка Oxford Dictionary дает ему следующее определение.

Длинная форма - обозначает или относится к контенту изложенному в длинном формате, в особенности к разновидности журналистики, характеризующейся длинными и углубленными статьями.²¹ Далее в качестве распространенного примера Oxford Dictionary приводит следующее предложение: «Высококачественная журналистика длинной формы».

Рассмотрев данное определение, а также предложенный словарем часто встречающийся пример можно сделать вывод, что журналистика длинных форм чаще всего ассоциируется с серьезной журналистской работой, предполагающей значительный объем и углубленное изучение темы.

Закрепившееся в русском языке понятие «лонгрид» заимствовано из английского языка и произошло от слияния двух слов long и read, что дословно можно перевести как «долгое чтение». В русскоязычных медиа термин лонгрид без определения «мультимедийный» чаще всего используется как синоним определения «длинный текст».²²

Для характеристики слова «мультимедийный» в определении мультимедийный лонгрид мы будем использовать определение, сформулированное специалистом в области мультимедия - австралийским профессором Дэвидом Кэмпбеллом:

«Мультимедийный» означает некоторую комбинацию изображений, звуков, графики и текста для создания истории».²³ - это определение Д.

²¹ Oxford Dictionaries. Доступно из: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/long-form> (8.04.2018).

²² Колесниченко А.В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе // Электронный научный журнал «Медиаскоп», 2015. №1. Доступно из: <http://www.mediascope.ru/1691> (8.04.2018).

²³ Campbell D. Visual Storytelling in the Age of Post-Industrialist Journalism // World Press Photo, 2013. Доступно из: <https://www.david-campbell.org/multimedia/world-press-photo-multimedia-research/> (8.04.2018).

Кэмпбелл использует в контексте своей работы, посвященной визуальному сторителлингу.

Для того, чтобы уточнить и проверить значение слова «мультимедийный» мы дополнительно обратились к определению «мультимедиа» в словаре «Основных понятий и определений прикладной интернетики».

«Мультимедиа – *multimedia* – взаимодействие визуальных и аудио эффектов под управлением интерактивного программного обеспечения. Обычно означает сочетание текста, звука и графики, а в последнее время все чаще – анимации и видео».²⁴

Научные сотрудники факультета журналистики МГУ им. Ломоносова Артем Галустян и Диана Кульчицкая для определения «мультимедийный лонгрид» предлагают следующую формулировку:

«Мультимедийный лонгрид — это журналистское произведение, в основе которого заложен длинный текст и насыщенный аудиовизуальный ряд. Формат предполагает глубокое погружение читателя в тему, а также серьезную проработку журналистом большого количества источников по предмету исследования.»²⁵

Булаева М. Л также рассматривает мультимедийный лонгрид, как продукт коллективного журналистского творчества, предполагающий максимально детальное изучение материала. Согласно определению Булаевой мультимедийный лонгрид обладает следующими характеристиками²⁶ :

- Имеет отдельную (цифровую) страницу
- Отличается большим объемом и продолжительностью материала во времени

²⁴ Нехаев С.А., Кривошеин Н.В. Словарь «Основные понятие и определения прикладной интернетики». Доступно из: <http://www.perfekt.ru/dictionaries/netica.html#M> (8.04.2018).

²⁵ Галустян А., Кульчицкая Д. Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн журналистики // Как новые медиа изменили журналистику. Доступно из: <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/mul-timedijny-e-longridy-kak-novy-j-format-onlajn-zhurnalistiki/> (10.04.2018).

²⁶ Булаева М.Л. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат // Журналистский ежегодник, 2015. Доступно из: <https://cyberleninka.ru/article/n/multimedijnyy-longrid-kak-novyj-zhurnalistiskiy-format> (12.04.2018).

- В нем присутствует многообразие аудиовизуальных и графических средств
- Мультимедийный интерактивный нарратив является основой текста
- Имеет подходящую тему (конкретное событие, важная проблема, актуальная дата, многоаспектная тема).

В мультимедийной журналистике существует еще один формат, схожий по своим характеристикам с мультимедийным лонгридом - мультимедийная история или мультимедийная статья. В отличие от лонгридов для мультимедийной истории важно гармоничное сочетание всех мультимедийных элементов, т.е. отсутствие иерархии между ними. Согласно определению Фонда Найт по цифровой журналистике при университете Беркли в мультимедийной истории соблюдается нелинейный тип изложения информации, но при этом все части связаны между собой по смыслу и не являются избыточными.²⁷ Многие исследователи сходятся во мнении, что лонгрид является своеобразной разновидностью мультимедийной статьи, так как два этих понятия разделяют между собой большинство признаков. Московские ученые (М. Лукина, Д. Кульчицкая, А. Галустян) допускают использование этих терминов как синонимичных понятий.

Единогласным родоначальником этого нового мультимедийного формата принято считать лонгрид, опубликованный на сайте The New York Times. Первый в истории лонгрид вышел в декабре 2012 года и получил название «Snowfall: The Avalanche at Tunnel Creek» («Снегопад: лавина в проходе Крик»)²⁸. Название этого лонгрида стало нарицательным, так в журналистике распространилось альтернативное обозначение лонгридов - сноуфолл. Данное произведение представляет из себя мультимедийный очерк, опубликованный на отдельной от основного сайта странице. Материал является текстоцентрированным и

²⁷ Stevens J. Multimedia Storytelling: Learn The Secrets From Experts, 2013. Доступно из: <https://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/starttofinish/> (12.04.2018).

²⁸ John Branch. Snow Fall. The Avalanche at Tunnel Creek // The New York Times. 2012. Доступно из: <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#?part=tunnel-creek>. (13.04.2018).

включает в себя более 16 тыс. слов. Лонгрид рассказывает историю группы американских горнолыжников, находившихся в горах во время схода лавины, которая унесла жизни нескольких людей.

Стоит заметить, что длинные статьи, опубликованные в интернете с добавлением визуальных элементов и с некоторыми особенностями верстки существовали и раньше. Тем не менее именно «Сноуфолл» ознаменовал начало новой эры в интернет журналистике, во многом благодаря своему мастерству мультимедийного повествования. Каждый элемент внутри истории плавно перетекает из одного в другой, полностью погружая читателя в свой сюжет. Д. Кульчицкая и А. Галустян описывают эту особенность «Сноуфолла» как эффект «расширенного чтения», давая этому термину следующее объяснение: «...когда в тексте возникал фрагмент, который лучше всего было изобразить графически или дать аудиосопровождение, читателю сразу давали возможность почувствовать силу другого медиа».²⁹ Таким образом, под расширенным чтением здесь понимается создание определенного визуального впечатления, плавного и логического соединения нескольких мультимедийных элементов.

Интересной деталью является то, что мультимедийные элементы оригинального «Сноуфолла» двигаются с разной скоростью, это создает «эффект занавеса», который получил название «паралакс-эффект». В веб-дизайне «паралакс» означает особую технику «когда фоновое изображение в перспективе движется медленнее, чем элементы переднего плана».³⁰ Этот прием добавляет тексту лонгрида динамики и создает у читателя ощущение объемности материала.

Как мы уже сказали, сторителлинг является ключевым методом, используемым для создания истории на базе мультимедийного лонгрида.

²⁹ Галустян А., Кульчицкая Д. Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн журналистики // Как новые медиа изменили журналистику. Доступно из: <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/mul-timedijny-e-longridy-kak-novy-j-format-onlajn-zhurnalistiki/> (10.04.2018).

³⁰ Паралакс в веб-дизайне. Доступно из: <https://netology.ru/glossarij/parallaks-v-veb-dizayne> (11.04.2018).

Понятие сторителлинг пришло к нам из англоязычной среды (от англ. *storytelling*) и дословно переводится как «рассказывать истории». В научных работах сторителлинг чаще всего рассматривают как искусство рассказывать истории. Сторителлинг применяется как технология в рекламной индустрии, а также как техника эффективной коммуникации (в педагогике, менеджменте, ораторском искусстве). Почему же умение рассказывать истории так ценится в качестве инструмента рекламы и коммуникации? Челнокова Е.А., анализируя сторителлинг как эффективную технологию коммуникации, формулирует следующие его положительные стороны: «истории по сравнению с какой-либо другой формой передачи информации более выразительны, увлекательны, интересны, свободно ассоциируются с личным опытом».³¹ Именно ассоциации с личным опытом позволяют истории вызывать в людях эмоциональный отклик. «Сила сторителлинга состоит в том, что сознание человека способно воспринять хорошо рассказанную оратором историю «всерьез», пережить описываемые события при помощи визуализации. Слушатель ассоциирует себя с героями рассказа. Это очень похоже на происходящее с человеком при просмотре кинофильма».³² Говоря о сторителлинге в контексте мультимедийного лонгрида, стоит отметить, что впечатление, которое складывается после прочтения успешного лонгрида действительно сравнимо с просмотром кинофильма. Текст становится «невидимым» элементом общей истории, читатель полностью погружается в рассказ. Информационный код, заложенный в разных мультимедийных элементах плавно преобразуется в цельную историю во время чтения лонгрида. Среди критериев успешного применения метода сторителлинга перечисляют следующие пункты: присутствие идеи, наличие героя, жизненность истории, следование общепринятой структуре (сюжет, завязка, описание,

³¹ Челнокова Е. А., Казначеева С.Н. и др. Сторителлинг как технология эффективных коммуникаций // Перспективы науки и образования. 2017. №. 5. С.8.

³² Там же. С. 9.

кульминация и развязка), логика и связность повествования, стиль повествования.³³

В настоящий момент лонгрид является доступным форматом для любого пользователя ПК. В интернете существуют разные конструкторы, позволяющие создавать несложные одностраничные сайты по типу лонгридов. Популярность таких конструкторов связана с тем, что сейчас все больше компаний предпочитает создавать простые по своему функционалу одностраничные сайты - лендинги. Большим плюсом одностраничных сайтов является удобство чтения такого материала со всех электронных носителей. Некоторые исследователи связывают возникновение формата лонгрида с популярностью планшетов в 2012 году. Тем не менее создатели официально первого мультимедийного лонгрида «Сноуфолл» в своем интервью³⁴ утверждают, что адаптированность лонгридов под их воспроизведение на таких носителях как планшеты и смартфоны - это лишь дань времени. Первопричиной все таки являлось желание авторов экспериментировать с мультимедийным форматом. Возвращаясь к одностраничным сайтам (лендингам) можно сказать, что основная идея и визуальная репрезентация таких сайтов часто бывает очень схожа с журналистскими лонгридами: используются такие же мультимедийные и визуальные приемы. Единственным отличием является то, что для профессиональных лонгридов глубинное изучение вопроса и всестороннее раскрытие темы является принципиальным. Лендинги, в отличие от лонгридов, концентрируются на том, чтобы не «нагружать» свою структуру второстепенной информацией. Одностраничные сайты могут содержать небольшой текст об истории компании, но главная их функция - это продать конкретный продукт. Создание таких сайтов не требует больших финансовых вложений, а также позволяет самим

³³ Там же.

³⁴ *Greenfield R.* What the New York Times's 'Snow Fall' Means to Online Journalism's Future // The Atlantic. 2012. Доступно из: <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/12/new-york-times-snow-fall-feature/320253/> (10.04.2018).

компаниям контролировать процесс разработки сайта. Маленьким бизнесам вроде интернет-магазинов не выгодно заказывать дорогостоящие сайты у сторонних разработчиков. Кроме того, подобные конструкторы имеют достаточно простой интерфейс: они предлагают пользователю создавать собственные цифровые страницы на основе готовых шаблонов. В России большой популярностью пользуется конструктор сайтов Tilda. Проект Tilda publishing позиционирует себя как конструктор для которого не нужно технических знаний или специальной подготовки.

С недавнего времени упрощенный вариант лонгрида стал поддерживаться и в социальной сети «ВКонтакте». Конструктор позволяет создавать длинные тексты, включать в них некоторые мультимедийные элементы, а также выполнять несложные элементы верстки (выделять разные части текста). В целом в интернете наблюдается тенденция увеличения количества используемых символов. Длинные тексты распространены в популярном мессенджере Telegram. В ноябре 2016 года разработчики Telegram запустили платформу для публикации текстов Telegraph, которая позволяет создавать внушительные публикации с небольшим набором функций. Стоит заметить, что даже популярный блог-сервис Twitter, специализирующийся на коротких постах в 140 символов, увеличил количество символов в два раза в ноябре 2017 года. Кроме того, широкая распространенность лонгридов и доступность конструкторов и шаблонов для создания лонгридов позволяет нам предположить, что термин «лонгрид» как формат может применяться не только к профессиональному журналистскому материалу. Таким образом, во избежание неточности, мы предлагаем разграничивать определение лонгрида на две категории - это мультимедийный лонгрид и профессиональный мультимедийный лонгрид.

Мультимедийный лонгрид - это формат новых медиа для которого характерно использование длинного текста, нескольких мультимедийных приемов и преимущественно линейная подача материала. Уточним, что особенностью лонгридов является глубокое погружения читателя в тему при помощи метода сторителлинга и предварительно проведенной исследовательской работы по выбранной теме с использованием большого количества источников.

Для обозначения лонгрида как продукта профессиональной журналистской деятельности мы предлагаем использовать более точный термин - **профессиональный мультимедийный лонгрид.** В качестве его рабочего определения подойдет вышеупомянутое для мультимедийных лонгридов определение предложенное А. Галустьяном и Д. Кульчицкой: **«Мультимедийный лонгрид — это журналистское произведение, в основе которого заложен длинный текст и насыщенный аудиовизуальный ряд. Формат предполагает глубокое погружение читателя в тему, а также серьезную проработку журналистом большого количества источников по предмету исследования».**³⁵ Профессиональный мультимедийный лонгрид, как правило, создается на отдельной цифровой странице, имеет уникальный дизайн, который может включать в себя дорогостоящую и специально разработанную для конкретного проекта компьютерную графику. Создание профессионального лонгрида предполагает широкое раскрытие темы при помощи метода сторителлинга, предварительной исследовательской работы и использования большого количества источников информации.

³⁵ Галустьян А., Кульчицкая Д. Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн журналистики // Как новые медиа изменили журналистику. Доступно из: <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/mul-timedijny-e-longridy-kak-novy-j-format-onlajn-zhurnalistiki/> (10.04.2018).

1.3 Эра «клипового мышления»: особенности потребления информации в современном обществе.

Параграф посвящен следующим задачам: дать определение понятию клиповое мышление, установить факторы повлиявшие на возникновение этого типа мышления, определить какими качествами обладает личность с клиповым мышлением.

Корни возникновения клипового мышления следует искать задолго до закрепления информационных технологий в нашей жизни. К.Г Фрумкин, рассуждая о природе клипового мышления, пишет, что люди «нетекстового склада ума» существовали во все времена.³⁶ С изобретением печатного станка, распространением периодической печати и активным расширением информационной среды постепенно сформировалась иная культура потребления этой информации: тексты стали значительно короче, а информационная репрезентация приобрела более фрагментарный характер с сильным акцентом на визуализацию. Бум периодической печати в конце 18 века на Западе повлиял на возникновение конкуренции среди издателей. Активно начала развиваться, так называемая, «желтая журналистика». Поиск эффективных методов привлечения внимания читательской аудитории привел к появлению новых трендов в журналистике. Так, основоположник нового этапа американской журналистики, Джозеф Пулитцер, именем которого названа самая престижная журналистская премия, стал уделять значительное внимание иллюстрации и ввел моду на короткие, яркие и сенсационные заголовки. Пик карьеры Джозефа Пулитцера пришелся на 1878 год, когда он приобрел немецкую газету St. Louis Post-Dispatch, издававшуюся в Сент-Луисе (США)³⁷. Яркие и юмористические иллюстрации, которые появились на страницах его газет

³⁶ Фрумкин Константин Григорьевич Глобальные изменения в мышлении и судьба текстовой культуры // Ineternum. 2010. №. Доступно из: <https://cyberleninka.ru/article/n/globalnye-izmeneniya-v-myshlenii-i-sudba-tekstovoy-kultury> (21.05.2018).

³⁷ Официальный сайт Пулитцеровской премии. Биография Джозефа Пулитцера. Доступно из: <http://www.pulitzer.org/page/biography-joseph-pulitzer> (19.04.2018).

стали прообразом первых комиксов, которые приобрели огромную популярность среди американских подростков уже в 20 веке. С возросшей популярностью периодической печати, появились и недовольные возгласы в сторону газет. Их обвиняли в том, что они стали захватывать место книг в жизни людей. К.Г Фрумкин установил, что многие известные отечественные и европейские просветители высказывались против газет, считая их «антикультурной силой». Так, Критик Александр Скабичевский предостерегал Чехова от сотрудничества с газетами, Марина Цветаева высказывала свое признание читателям газет в стихотворении «Газета», Герман Гессе с недовольством отзывался о типично журналистском жанре - фельетоне³⁸ Все эти и другие критические голоса в сторону газет объединяла основная мысль, что газеты влияют на умственные способности личности и развращают человеческое сознание.³⁹ Таким образом, становится очевидным, что во все времена существовали люди скептически настроенные относительно любых нововведений. За газетами последовало телевидение, а за телевидением и всемирная паутина.

Обращаясь к самому появлению термина «клиповое мышление» ученые сходятся во мнении, что первым его использовал американский футуролог Элвин Тоффлер в своей книге «Третья волна» (1980)⁴⁰. Термин «клип-культура» у Тоффлера обозначал новый тип информационного общества. Людям новой культуры, как описывал Тоффлер, характерно фрагментарное потребление больших объемов информации. Умение создавать свои собственные смыслы и идеи из бесконечного потока «разорванного материала» - это новое качество, присущее представителям «клип-культуры». Предшествующее

³⁸ Герман Г., Соломон А. Игра в бисер. – М.: Правда, 1992. – С. 294.

³⁹ Фрумкин Константин Григорьевич Глобальные изменения в мышлении и судьба текстовой культуры // Ineternum. 2010. №. Доступно из: <https://cyberleninka.ru/article/n/globalnye-izmeneniya-v-myshlenii-i-sudba-tekstovoy-kultury> (21.05.2018).

⁴⁰ Тоффлер Э. Третья волна. Доступно из: <http://www.e-reading.club/book.php?book=1047785> (22.03.2018).

поколение, считает Тоффлер, напротив, быстро дезориентируется и раздражается от переизбытка поступающей информации. Это объяснимо тем, что личностное становление представителей «Второй волны» пришлось на тот временной период, когда информация подавалась в систематизированной, целостной и последовательной форме. Стоит отметить, что Тоффлер однозначно не спешил наделять «клип-культуру» негативными качествами, подчеркивая наличие в ней творческого потенциала: «Сейчас мы не получаем готовую ментальную модель реальности, мы вынуждены постоянно формировать ее и переформировывать. Это ложится на нас тяжелым грузом, но это же ведет к большей индивидуальности, демассификации как личности, так и культуры».⁴¹

Комментируя распространенное мнение о глобальном изменении когнитивного стиля, К.Г Фрумкин утверждает, что современные реалии стали лишь «благоприятной средой»⁴² для уже существующего типа мышления. В качестве предпосылок формирования клипового мышления у индивидов Фрумкин выделяет следующие пять факторов⁴³:

- 1) Ускорение темпа жизни и вместе с тем, увеличение объемов поступления информации
- 2) Скорость поступления информации и потребность в ее постоянном обновлении
- 3) Увеличение разнообразия поступающей информации
- 4) Ориентированность на многозадачность
- 5) рост демократии и диалогичности в социуме

К.Г Фрумкин один из первых предложил обратить внимание на положительные стороны, которые развивает «клиповое мышление».

⁴¹ Там же.

⁴² Фрумкин Константин Григорьевич Глобальные изменения в мышлении и судьба текстовой культуры // Ineternum. 2010. №. Доступно из: <https://cyberleninka.ru/article/n/globalnye-izmeneniya-v-myshlenii-i-sudba-tekstovoy-kultury> (21.05.2018).

⁴³ Там же

Одним из таких качеств является способность заниматься несколькими делами одновременно. Подобная «многозадачность» обеспечивает рост скорости восприятия информации. Проблема же, по мнению Фрумкина, заключается в том, что нынешняя школьная система все еще остается ориентированной на воспитание у учащихся навыков, присущих линейному типу мышления. Таким образом, все кто не вписываются в стандарты школьной практики автоматически становятся аутсайдерами. Подобного мнения придерживается и известный ученый, бизнесмен Владимир Спиваковский. В своей популярной книге «Образовательный взрыв»⁴⁴ Спиваковский активно продвигает идею того, что новое поколение изменилось в лучшую сторону, а значит измениться должна и система образования. Спиваковский уверен, что с рассеянным вниманием не стоит бороться - внимание нужно заслужить. Автор предлагает проводить актуальные для современного поколения уроки по методу кейсов. Каждый кейс развивает определенный навык: учит разбираться в ежедневных вопросах при помощи науки. В своей частной школе «Гранд», которая находится в Украине, Владимир Спиваковский активно использует технологию кейсов и уверяет, что его школьники не отвлекаются на уроках.⁴⁵ Автор образовательного блога и учитель химии Денис Байгозин в своем материале для образовательного портала «Мел»⁴⁶ выделяет два метода работы с клиповым мышлением - медитация и интеллект-карты. К эффективным методам борьбы с негативными признаками клипового мышления также относят технологию тайм менеджмента.

В современных медиа термин «клиповое мышление» часто используется как одно из качеств, которым обладают люди с синдромом дефицита внимания и гиперактивности. СДВГ в свою очередь является

⁴⁴ Спиваковский В. М. Образовательный взрыв. - Киев.: ИФ МУВЦ «Гранд-Экспо, 2011. – 436 с.

⁴⁵ Официальный сайт международного лицея «Гранд». Доступно из: <http://grandschool.com.ua/ru/about/> (21.03.2018)

⁴⁶ Байгозин Д. Жутко быстро, запредельно много: что такое клиповое мышление // Доступно из: <https://mel.fm/blog/denis-baygozin/52840-zhutko-bystro-zapredelno-mnogo-chto-takoye-klipovoye-myshleniye#comments> (17.02.2018)

неврологически-поведенческим расстройством развития. Импульсивность, отвлекаемость, гиперактивность - главные признаки этого расстройства. СДВГ не следует сравнивать с недостатком развития интеллекта, люди с этим заболеванием могут учиться и добиваться успехов в профессиональной деятельности при должном образовательном подходе. Когда конкретно появилось это заболевание определить сложно, ведь рассеянные и гиперактивные дети существовали всегда. Однако, одним из первых в американской практике это заболевание упоминает американский врач Джордж Фредерик Стилл в 1902 году⁴⁷.

По данным исследования американского клинического психолога Рассела А. Баркли СДВГ подвержены примерно 3-7 % детского населения и 2-5 % взрослого населения⁴⁸. Природа данного заболевания в отличии от феномена «клипового мышления» является исключительно биологической и имеет свое научное обоснование. Для обучения детей, страдающих СДВГ, разработаны специальные методики, а в Западных странах распространено медикаментозное лечение заболевания.

Не смотря на схожие по описанию когнитивно-поведенческие паттерны у людей с клиповым мышлением и людей с СДВГ, следует четко разделять два этих понятия. Невозможность длительное время сосредоточиться на линейном тексте, неспособность четко формулировать свои идеи, а также заметные проблемы с запоминанием важной информации - признаки клинического характера. СДВГ имеет исключительно биологическую природу и требует специального лечения. Люди с таким заболеванием склонны к прокрастинации и поиску новых быстрых способов получения удовольствия. Вследствие этого люди с СДВГ и СДВ чаще остальных подвержены компьютерной зависимости и испытывают трудности при чтении и понимании больших

⁴⁷ Чутко Л. Синдром дефицита внимания и гиперактивности // Доступно из: <https://postnauka.ru/faq/79873> (17.02.2018)

⁴⁸ Barkley R. A. Defiant children. A clinician's Manual for assessment and Parent training. – NY.: The Guilford press, 2009. – 270 p.

линейных текстов. Современное информационное пространство и стиль жизни сетевого поколения не является причиной СДВГ. Что касается «Клипового мышления», оно в большей степени схоже с визуальным типом мышления, которое под воздействием образа жизни миллениалов, приобретает специфические особенности восприятия. (Многозадачность, потребность в визуализации, быстрое освоение новых технологий, затруднение при работе с линейным текстом, потребность в фрагментарно поступающей информации).

По итогам параграфа установлено, что некорректно интерпретировать клиповое мышление как негативное воздействие информационной среды. Это полноценный тип мышления, который имеет свои сильные и слабые стороны. Клиповое мышление является проявлением адаптации человека в условиях современной информационной действительности, позволяет эффективнее обрабатывать информацию в условиях информационной перегруженности. Таким образом, мы можем предложить следующее определение понятию:

Клиповое мышление - тип мышления, сформировавшийся под воздействием условий современной информационной среды, для которого предпочтительно фрагментарное и визуальное потребление информации. Клиповое мышление обладает следующими функциями относительно их носителей:

- защита мозга от загруженности современной информационной среды
- продуктивность в условиях многозадачности

Выводы по первой главе:

В первой главе нашего исследования мы дали определение интересующим нас ключевым терминам: новые медиа, мультимедийный лонгрид, клиповое мышление.

Мы проследили историческую эволюцию научно-популярной

периодики в России до момента возникновения новых медиа, а также привели краткую характеристику современных форм научной популяризации на пространствах новых медиа. Таким образом, мы установили, что популярность (научно-популярных) новых медиа связана с современными процессами происходящими в информационной среде и с потребностями современной личности в определенной форме изложения и оформления информации. На сегодняшний день мультимедийные лонгриды успешно удовлетворяют этим потребностям.

Рассмотрев отечественные и зарубежные труды, посвященные изучению формата лонгридов, мы смогли описать его качества, которые влияют на усвоение информации человеком. К этим качествам относятся: насыщенный аудио-визуальный ряд, наличие уникального дизайна, а также построение нарратива при помощи метода сторителлинга. Специально адаптированный под современные смартфоны формат (одностраничный сайт, просматриваемый при помощи прокрутки вверх и вниз), значительно облегчает чтение с телефона, планшета и других электронных гаджетов. Все эти качества влияют не только на активизацию слепопроизвольного внимания, но и способствуют созданию ярких визуальных образов, которые легче запоминаются современным человеком, склонным к клиповому типу мышления.

ГЛАВА 2. ИССЛЕДОВАНИЕ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ЛОНГРИДОВ В КОНТЕКСТЕ ОБРАЗОВАНИЯ

Целью второй главы является изучение мультимедийных лонгридов с точки зрения их образовательной ценности. Для проведения исследования мультимедийных лонгридов в контексте образования мы использовали метод качественно-количественного контент-анализа профессиональных мультимедийных лонгридов научно-популярной направленности. Контент-анализ осуществлялся для определения характерных тематических и мультимедийных особенностей образовательных лонгридов. Для проверки образовательного потенциала лонгридов в качестве проектно-исследовательской деятельности школьников использовался метод невключенного наблюдения за школьниками 15-17 лет в рамках мастерской по созданию мультимедийных лонгридов «Цифровой сторителлинг» на базе образовательного центра «Сириус». Анализ мастерской также включил в себя опрос учащихся.

2.1 Контент-анализ научно-популярных лонгридов в новых медиа

Первым этапом проведения контент-анализа стало определение критериев, которым должны были соответствовать мультимедийные лонгриды, вошедшие в исследовательскую выборку. Так как конечной целью данного анализа было использование полученных теоретических знаний о мультимедийных лонгридах для разработки образовательной программы, то нашей задачей было отобрать наиболее профессиональные лонгриды, которые могли бы демонстрироваться в рамках нашего курса. В качестве критериев для определения лонгридов, мы использовали характеристики, сформулированные М.Л Булаевой⁴⁹:

⁴⁹ Булаева М.Л. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат // Доступно из: <https://cyberleninka.ru/article/v/multimediynyy-longrid-kak-novyy-zhurnalistkiy-format> (10.01.2018)

1. Наличие отдельной страницы
2. Большой объем и продолжительность материала во времени
3. Многообразие аудиовизуальных и графических средств
4. Мультимедийный интерактивный нарратив как основа текста
5. Подходящая тема (конкретное событие, важная проблема, актуальная дата, многоаспектная тема).

Кроме того, нам было важно, чтобы лонгриды были посвящены научно-популярной тематике или имели потенциальную образовательную ценность. Данный критерий был выбран нами для того, чтобы рассмотреть возможности лонгрида в качестве образовательного ресурса. Так как образовательный и научно-популярный контент имеется практически в каждом интернет-издании, то мы не предъявляли специфических требований к тематике самих новых медиа, важным было соответствие контента заявленным требованиям и использование русского языка как основного.

Для поиска мультимедийных лонгридов мы производили запрос в поисковой системе Google по тегу: «Лучшие лонгриды» и «Спецпроекты». Таким образом, мы вышли на подборку лучших мультимедийных лонгридов⁵⁰ по мнению Tilda publishing, а также на подборку лучших материалов, созданных на платформе Tilda⁵¹. Тег «Спецпроекты» привел нас на страницы новых медиа с подборками спецпроектов, большинство из которых были оформлены в формате мультимедийных лонгридов. В финальную выборку вошли 40 мультимедийных лонгридов. Окончательный результат представлен в Таблице 1.

⁵⁰ Обухов Н., Смирнова И. 35 лонгридов с отличным дизайном // Доступно из: <http://blog.tilda.cc/longreads> (01.03.2018)

⁵¹ Редакция Tilda. Лучшие проекты наших пользователей // Доступно из: <https://tilda.cc/ru/inspire/> (01.03.2018)

Таблица 1 - Выборка профессиональных мультимедийных лонгридов научно-популярной тематики

№	Название лонгрида	Ссылка	Область изучения	Издание, дата публикации
1	Земля отчуждения. Чернобыль и его окрестности после аварии.	https://www.kommersant.ru/projects/chernobyl?9f476940	История	Коммерсант
2	Дни Затмения. Спецпроект посвященный событиям 1991 года	http://1991.lenta.ru	История	lenta.ru
3	Невольник чести. Последняя дуэль Пушкина	http://pushkin.tass.ru/zhizn_posle_pushkina/	История, литература	Информационное агентство «Тасс»
4	30 лет после Чернобыльской катастрофы	http://chernobyl.lenta.ru	История	lenta.ru
5	Кранахи художники с жилкой бизнесменов	http://cranach.lenta.ru	Искусство	lenta.ru
6	Все относительно	http://emc.lenta.ru	Физика	lenta.ru
7	Конец Советов 20 лет	https://age.lenta.ru/1993/features/prolog/	История	lenta.ru
8	Страны не стало	http://1991.lenta.ru	История	lenta.ru
9	Выпуск 90	https://90.theoryandpractice.ru	История	Теории и практики
10	«От товара к товарищу» Екатерина Деготь о письмах Александра Родченко	https://special.theoryandpractice.ru/rodchenko	История, Искусство	Теории и практики
11	Наука своими руками	http://www.lookatme.ru/mag/people/experience/205365-aquaticis	Биология	Look At Me
12	Последнии дни войны Берлинская операция	http://berlin70.aif.ru/#part4	История	Аргументы и факты
13	Шаг в сторону 11 способов по-новому пройти знаменитые московские маршруты	http://moscowroutes.tass.ru/?_ga=2.137399542.718016717.1524422922-1609894743.1518427503	История	Информационное агентство «Тасс»

14	Циолковский космические пророчества	https://tsiolkovsky.tass.ru/?_ga=2.179405922.718016717.1524422922-1609894743.1518427503	История, физика	Информационное агентство «Тасс»
15	Так кто же первый на луне?	http://www.kp.ru/best/msk/moon/	История	Комсомольская правда
16	Марс бросок	http://www.kp.ru/best/msk/mars_cast/	Освоение космоса	Комсомольская правда
17	Пять уникальных медицинских разработок для нашего здоровья	http://www.kp.ru/best/msk/health.exhibition/	Медицина	Комсомольская правда
18	Один день из жизни ученого	http://itmoheroes.newtonew.com/#about	Компьютерные технологии	Итмо и newtonew
19	Арктика история освоения	http://arktika.lenta.ru	История, география	lenta.ru
20	Рафаэль в командировке	http://rafael.lenta.ru	Искусство	lenta.ru
21	Тициан Вечеллио, Якопо Тинторетто, Паоло Веронезе	http://renaissance.lenta.ru	Искусство	lenta.ru
22	Путеводитель по миру Мураками	http://murakami.lenta.ru	Искусство	lenta.ru
23	Биохакинг сквозь века	http://bio.batenka.ru	Биохакинг	Батенькая, да вы трансформер
24	Золото Телецкого озера	http://gold.batenka.ru	Экология	Батенькая, да вы трансформер
25	Киргизия	http://42mag.ru/kyrgyz	География	42mag
26	Магадан	https://magadan.syg.ma	География	42mag
27	Норвегия	http://42mag.ru/nordkapp	География	42mag
28	Монголия	http://42mag.ru/mongolia	География	42mag
29	Вирус мирового беспорядка. Что такое киберфеминизм	https://special.theoryandpractice.ru/cyber-feminism	Искусство	Теории и практики
30	«Колонии на Марсе – это слишком дорого»: Астроном Владимир Сурдин о жизни на другой планете	https://special.theoryandpractice.ru/martian	Астрофизика	Теории и практики

31	Непростая комбинация: профессор медицины о ребенке от троих родителей	https://special.theoryandpractice.ru/three-parents	Генетика	Теории и практики
32	Кыргызстан во время войны	http://project2570.tilda.ws/1945	История	StanRadar.com
33	Дороги победы	http://www.kp.ru/best/msk/rzd/	История	Комсомольская правда
34	Почему болит спина?	http://www.kp.ru/best/spb/spina/	Медицина	Комсомольская правда
35	Моранди	http://morandi.lenta.ru	Искусство	lenta.ru
36	900 дней жизни. Хроники блокады	http://tass.ru/tsp/900days	История	Информационное агентство «Тасс»
37	1917. Столетие ужаса	https://revolution.lenta.ru	История	lenta.ru
38	Как работает Евросоюз	https://www.kommersant.ru/projects/eu	Общественное	Коммерсант
39	Викинги. Люди саги: жизнь и нравы	https://vikings.syg.ma	История	Издательство «НЛО»
40	День, когда началась война	https://www.kommersant.ru/projects/june22	История	Коммерсант

Следующим этапом подготовки к исследованию было определение необходимых критериев для проведения контент-анализа. Были выбраны следующие параметры:

- объем публикации (количество слов)
- использованные жанры
- наличие экспертных комментариев
- уникальность дизайна (специальный шрифт, авторская иллюстрация, нешаблонная верстка)
- использование параллакс эффекта

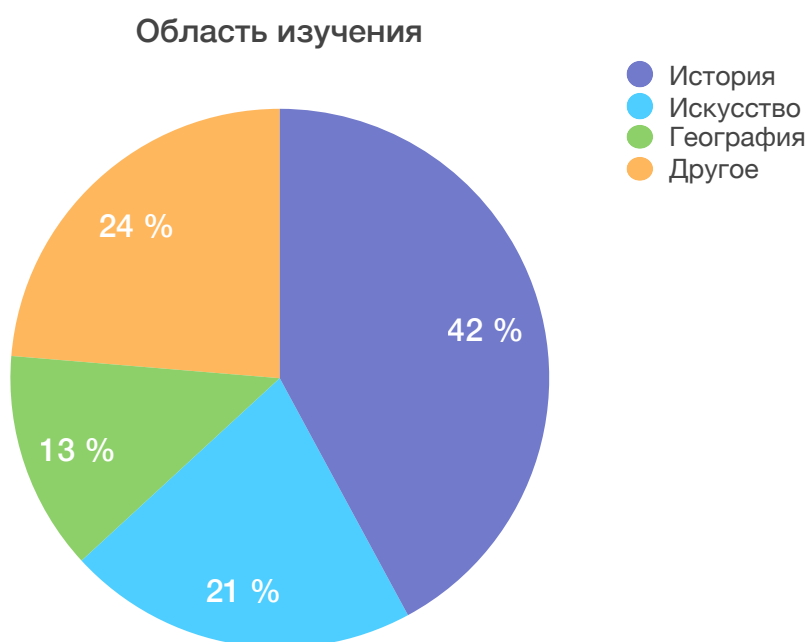
Выбор данных параметров объясняется следующим образом. Определив количество слов в материале, можно выделить наиболее

распространенный объем текста среди русскоязычных лонгридов научно-популярной тематики. Репрезентативность тех или иных жанров по итогам контент-анализа должна показать наиболее распространенные жанры среди русскоязычных лонгридов. Установленная жанровая вариативность или наоборот наличие лишь ограниченного числа жанров среди лонгридов способно показать, какие комбинации жанров лучше всего использовать при создании образовательных лонгридов. Наличие экспертного мнения (интервью с экспертом, цитаты) может свидетельствовать о глубине изученности темы и достоверности предложенной информации. Использование параллакс эффекта и наличие уникального дизайна способно проверить исходную гипотезу о том, что наличие данных параметров является определяющим для формата мультимедийных лонгридов.

Для выявления репрезентативности отдельных мультимедийных элементов, мы фиксировали наличие следующих видов контента:

1. Инфографика
2. Фото, изображения
3. Авторская иллюстрация (изображения созданные специально для проекта)
4. Видео
5. Аудио сопровождение
6. Аудио-подкаст
7. Таймлайн (график хронологии событий)
8. Карты
9. Другое

Результаты исследования: область изучения образовательных лонгридов



Контент-анализ показал, что большинство образовательных лонгридов посвящены темам, входящим в область изучения гуманитарных наук (более 50%). Больше всего было обнаружено лонгридов, посвященных важным историческим событиям(42%). Это можно объяснить тем, что специфика лонгрида позволяет детально воссоздать атмосферу нужной эпохи: использовать исторические карты, изображения архивных документов, фотографии и аудио-файлы (голос Левитана в материале «Кыргызстан в годы войны» см. Таблица 1).

Кроме того, линейная структура лонгрида помогает следовать хронологии событий, тем самым визуализируя временное пространство.

В следующую тематическую группу лонгридов(21%) попали материалы, посвященные искусству. Подобные лонгриды встречаются довольно часто в качестве совместных проектов новых медиа вместе с государственными и частными музеями. Так, например, для выставки художника Такаши Мураками в музее современного искусства «Гараж», издание *lenta.ru* подготовило мультимедийный лонгрид «Путеводитель

по миру Мураками»⁵². Дизайн лонгрида выполнен в стилистике художника, использованы анимационные приемы также связанные с творчеством Мураками: персонажи перемещаются по лонгриду во время скроллинга страницы.

Среди лонгридов были обнаружены путевые очерки и материалы, которые можно отнести к предмету географии (13%). Это связано с тем, что возможности лонгрида как формата позволяют создать эффект виртуального путешествия по выбранному маршруту. Так, например, журнал о путешествиях «Сорок два^o» регулярно выпускает лонгриды, посвященные журналистским экспедициям в разные уголки мира. В материале, посвященном Монголии, текст разворачивается на фоне широкоформатных фотографий природы, что создает убедительный эффект присутствия во время чтения.⁵³

В последний группе(24%) мы объединили лонгриды на оставшиеся темы. Среди них был обнаружен срез материалов, посвященных космосу (в том числе истории освоения космоса), четыре материала на медицинскую тематику и три материала, связанных с физикой. Наличие лонгридов, посвященных космосу можно объяснить тем, что существует ряд исторически важных дат (первый полет человека в открытый космос, выход на Луну, успешный запуск спутника на Марс), для которых известные издания, как правило, создают специальные выпуски. Так как формат лонгрида подходит для создания цифровых историй, посвященных масштабным и значимым событиями, то в последнее время мы можем наблюдать тенденцию выпускать подобные лонгриды в качестве специальных проектов. Как правило, подобные материалы часто используют космические клише в своем дизайне: текст на фоне звездного неба, широкоформатные фото планет. Кроме того, если издание решает выпустить серию статей, посвященных одной

⁵²Проект-анонас выставки Мураками Т. «Будет ласковый дождь». Путеводитель по миру Мураками // Доступно из: <http://murakami.lenta.ru> (16.02.2018)

⁵³ Ибатуллин А. Монголия // Доступно из: <http://42mag.ru/mongolia> (15.03.2018)

тематике, то лонгрид часто выступает в качестве платформы, которая соединяет все эти материалы.

Результаты исследования: характерные особенности образовательных лонгридов

Контент-анализ(см. Приложение 1) показал, что минимальный объем текста лонгрида составляет примерно тысячу слов, максимальный - пять тысяч и более. Средняя длина текста в нашей выборке составила от двух до трех тысяч слов. Объемные статьи (от пяти тысяч и более слов) чаще всего разделены на главы или состоят из отдельных блоков. Это помогает большому массиву текста становиться более организованным и удобным для чтения.

Анализ жанровой репрезентативности (см. Приложение 1) выявил, что в лонгридах чаще всего используются такие жанры как очерк, информационная статья и фрагментарный текст. Очерк, в разных своих проявлениях, встречается среди лонгридов чаще всего(40%). В журналистике очерк относится к художественно-публицистической группе жанров. Согласно формулировке профессора МГУ Тертычного А.А: «Сущность очерка во многом предопределена тем, что в нем соединяется репортажное (наглядно-образное) и исследовательское (аналитическое) начало»⁵⁴. Следовательно, можно сказать, что очерк подразумевает не только информационный характер текста, но и наличие в нем аналитической составляющей. К информационной статье и ее производным (информационно-описательная, информационно-аналитическая) можно отнести 25% лонгридов из нашей выборки. Для информационных жанров аналитическая составляющая является менее важной. Язык повествования отличается своей четкостью и лаконичностью, меньше внимание уделяется художественности и эмоциональности описания. Можно сказать, что информационная статья

⁵⁴ Тертычный А.А. Жанры периодической печати. - М.: Аспект Пресс, 2000. 351 с.

в лонгридах представляет из себя своеобразный информационный конспект. Что касается фрагментарных текстов, этот жанр не зафиксирован в профессиональных словарях, однако, упоминается в исследовании мультимедийных лонгридов Д. Кульчицкой⁵⁵. Понятие «фрагментарный текст» используется там в качестве обозначения материалов в которых трудно установить жанровую принадлежность за счет присутствия в них большого количества прямой речи разных очевидцев событий. Что касается комбинации жанров, то в ряде лонгридов было обнаружено присутствие комбинации из следующих жанров: очерк плюс интервью, информационная статья плюс интервью. В 70% лонгридов присутствовало мнение экспертов в виде интервью или в качестве комментария оформленного в отдельный модуль лонгрида. Наличие экспертного мнения помогает избежать субъективности в процессе освещения материалов и должно быть обязательным элементом в профессиональном и проработанном проекте. Что касается оформления лонгридов, то мы можем сделать вывод, что для мультимедийных лонгридов характерно наличие уникального дизайна (77.5%). За уникальность дизайна, как правило, отвечает специально подобранная цветовая палитра, стилизованные шрифты, авторская иллюстрация.

Параллакс-эффект был применен в 65% случаях, что свидетельствует о явной тенденции использовать его при создании лонгридов, однако жанрообразующим этот эффект назвать нельзя. Основным преимуществом параллакс эффекта является то, что он создает определенную динамику на фоне статичного текста, таким образом общая картинка становится зрительно более объемной.

⁵⁵ Булаева М. Н. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат // Журналистский ежегодник. 2015. №4 Доступно из: <https://cyberleninka.ru/article/v/multimediynyy-longrid-kak-novyy-zhurnalistskiy-format> (20.04.2018)

Результаты исследования: репрезентативность мультимедийных элементов в образовательных лонгридах

Как и предполагалось самым распространенным элементом мультимедиа стали изображения (87.5%), самым редким - аудио материалы (16%), видео материалы были обнаружены в 30% публикаций (см. Приложение 2). Все три основных элемента одновременно присутствовали лишь в трех лонгридах, что свидетельствует об относительно низкой конвергентности российских научно-популярных лонгридов, не смотря на существующее обратное мнение.

Что касается уникальности дизайна, в 65% лонгридов присутствовала авторская иллюстрация, в 37.5% лонгридов использовалась собственная инфографика, в 45% имелись собственные схемы и карты. Стоит отметить, что наличие даже одного авторского элемента значительно увеличивает степень передачи особой атмосферы проекта. Можно сказать, что для лонгридов характерно использование авторского визуального контента, что еще раз подтверждает исходную гипотезу о наличии уникального дизайна как характерной черты для мультимедийных лонгридов.

Не таким распространенным приемом в оформлении стиля лонгридов, не смотря на свою оригинальность, является анимация. Анимационные элементы присутствуют как в качестве изображений, так и в качестве движущихся блоков самого лонгрида. Анимация - это трудоемкий и зачастую дорогостоящий процесс (если говорить об элементах компьютерной графики), который доступен лишь крупным редакциям. Именно поэтому анимация не является распространенным элементом среди лонгридов. Кроме того, популярные конструкторы для создания лонгридов предлагают создавать проекты на базе шаблонов, где анимация не предусмотрена.

2.2 Опыт использования мультимедийных лонгридов в образовательной деятельности подростков

Для того, чтобы проанализировать опыт использования формата мультимедийных лонгридов в качестве образовательной практики, мы решили рассмотреть мастерскую по созданию мультимедийных лонгридов «Цифровой сторителлинг» в образовательном центре «Сириус». Образовательный центр «Сириус» в городе Сочи был учрежден 24 декабря 2014 года Фондом «Талант и успех» на базе олимпийской инфраструктуры. Мастерская «Цифровой сторителлинг» является частью направления «Литературного творчества», которое существует в центре «Сириус» с сентября 2016 года. Программа рассчитана на школьников 14-17 лет, которые серьезно занимаются литературным творчеством и русским языком. По итогам отбора в образовательный центр попадают лучшие претенденты, проявившие свои способности на высоком уровне.

Использование текстов новой природы в образовательной деятельности учащихся является одним из ключевых элементов программы «Литературное творчество». Понятие «Тексты новой природы» является не устоявшимся, так как в его определение может входить достаточно широкий спектр современных явлений. Профессор СПбГУ Е.И Казакова формулирует следующее рабочее определение текстам новой природы - «это мысль, зафиксированная на каком-либо носителе, для отображения которой используется связанная последовательность разнородных символов (знаков вербальной и невербальной природы)»⁵⁶. Таким образом, понятие «тексты новой природы» включает в себя формат новых медиа и подходит для анализа мультимедийных лонгридов в контексте современных образовательных практик.

⁵⁶ Казакова Е.И. Тексты новой природы: проблемы междисциплинарного исследования // Психологическая наука и образование. 2016. Т. 21. No 4. 102–109 с.

Мы определили для себя следующие задачи в качестве ориентира: выделить навыки и профессиональные компетенции, которые приобретают ученики в ходе создания мультимедийных лонгридов, оценить финальный продукт образовательной деятельности учащихся, провести опрос по окончанию мастерской. Целью анализа данной мастерской является проверка исходной гипотезы о том, то мультимедийный лонгрид обладает достаточным образовательным потенциалом для того, чтобы использоваться в качестве проектной деятельности школьников.

Для проведения анализа мы приняли участие в июньской образовательной смене 2017 года в качестве одного из кураторов на направлении «Литературное творчество». В роли ассистента мастера мы провели шесть образовательных сессий, посвященных созданию лонгридов. Таким образом, ведущими методами для нас стали: метод наблюдения и опрос учащихся. В ходе анализа мастерской, мы попытались перенять опыт существующей образовательной практики для создания собственной образовательной программы, план которой изложен в 3 главе. Наш анализ мы начнем с рассмотрения программы мастерской по созданию лонгридов «Цифровой сторителлинг».

В первую очередь стоит уточнить, что формат мастерской отличается от привычной формы организации школьной деятельности в рамках общеобразовательных программ. Формат мастерской нацелен на создание творческой обстановки и предоставляет большую самостоятельность и свободу действия для всех участников учебного процесса. Задачей мастера является не просто передать определенные знания своим ученикам, а стимулировать у учеников интерес к общему делу, мотивировать каждого ученика на самостоятельные, осознанные действия. Программа мастерской, которую мы исследовали, включила в себя 6 занятий, по итогам которых ученики должны были собственный мультимедийный проект.

В ходе первого ознакомительного занятия, ребята познакомились с уже зарекомендовавшими себя профессиональными лонгридами (Snow Fall, Firestorm, Земля отчуждения и другие). Изучение профессиональных лонгридов является важным этапом мастерской, который призван помочь ученикам начать ориентироваться в современных трендах. Нам показалось интересным, что мастер не стал подробно останавливаться на изучении популярных схем и шаблонов для оформления контента. Так у ребят появилось больше возможности для импровизации и творчества. В ходе личной беседы мастер пояснил, что так как большинство школьников имеют опыт создания собственного контента лишь в виде презентаций (Power point, Keynote, Prezi), то многие из ребят зачастую привыкают к использованию готовых шаблонов. Это приводит к тому, что ученики не придают должного значения некоторым важным деталям, например, выбору шрифтов или разработке собственного цветового решения для проекта. Работа над лонгридом, напротив, учит самостоятельному планированию структуры и дизайна для своего контента. Это, безусловно, способствует развитию абстрактного мышления.

В начале второй встречи ребята обсуждали идеи и продумывали концепции для лонгридов, были определены следующие рабочие названия для двух проектов: «Шесть граней успеха» и «Планы на прошлое». Стоит заметить, что важной задачей творческой мастерской является ориентация на проектный метод работы и коллективную деятельность учащихся. Так как команда июньской мастерской состояла из 16 участников, по заданию мастера ученики самостоятельно разделились на две группы. Как нам сообщил мастер ученики, сами распределяют рабочие обязанности внутри группы - это принципиально важное условие. Роль мастера в этом случае заключается в том, чтобы помочь ребятам сформировать представление об объеме работы для того, чтобы они самостоятельно могли ставить перед собой задачи и распределить их внутри редакции. Таким образом, участники каждой

редакции сами планируют и берут интервью, создают и подбирают визуальный контент, пишут тексты, а также осваивают верстку в конструкторе Tilda.

Для большинства учеников это был первый опыт работы в редакции, поэтому не удалось избежать напряжения в коллективе. В редакции, которая работала над лонгридом «Планы на прошлое», лидер группы проявлял чрезмерную активность, что вызывало недовольство у части ребят. В целом, поведение лидера не было деструктивным для самого проекта, четкое представление о концепции материала и перфекционизм лидера помогли команде создать высокоинформативный лонгрид с большим образовательным потенциалом. Минусом излишней активности лидера являлось то, что сам процесс создания лонгрида сопровождался временным напряжением со стороны части учеников, которым не нравился командный тон лидера. В целом, такая модель поведения часто встречается в коллективах. Научиться преодолевать личную неприязнь, разрешать эмоциональное напряжение в коллективе, а также оставаться продуктивным в условиях стресса - ценные личностные навыки, которыми должны обладать все профессионалы, нацеленные на успешную работу в современном коллективе. В данном случае - эта проблема послужила важным опытом для всех участников редакции «Планы на прошлое». Тем не менее, в тот момент, когда ситуация с лидером стала влиять на рабочую атмосферу, мы обратились к мастеру с просьбой объяснить как он видит решение сложившейся ситуации. Мы получили следующий ответ: «С одной стороны, надо понимать, что они должны учиться договариваться, с другой - надо аккуратно помогать. Например, спросить: как дела? Какие проблемы? В чем сложности? И затем, возможно где-то помочь разобраться в конфликте». В ходе доверительной беседы с мастером, проблему удалось решить достаточно быстро.

Возвращаясь к хронологической последовательности, давайте рассмотрим как проходило третье занятие. Со второй встречи у учеников было задание определить героев для своих историй. Поэтому во время третьего занятия мастер с учениками сначала обсуждали нюансы проведения интервью, затем ученики самостоятельно придумывали вопросы и консультировались с мастером. Параллельно ученики, которые выбрали заниматься созданием визуального контента, начали планировать визуальное наполнение лонгридов. Для этой части редакции мастер рассказал, какие виды визуального контента существуют. Не смотря на то, что мастер изначально мотивировал учеников создавать собственный контент (рисовать иллюстрации, делать фотографии), большинство ребят все же начали искать изображения в Интернете. Мы заметили, что не все школьники умеют корректно использовать изображения из Интернета, в большинстве случаев они просто сохраняли понравившиеся изображения из поискового браузера Google. Именно поэтому некоторые изображения не соответствовали необходимым параметрам: были маленького масштаба или имели некачественное разрешение. Эти ошибки скорее всего были связаны со школьным опытом создания презентаций, когда изображения обычно скачиваются из интернета без указания ссылок. Чтобы помочь ребятам разобраться в этой проблеме, в ходе поиска изображений, мастер индивидуально обсуждал с учениками их визуальную концепцию и направлял в сторону создания собственного контента. К концу занятия был замечен очевидный прогресс: ребята уже знали на каких сайтах можно искать бесплатные изображения, как правильно указывать источники, почему важно сохранять авторские права и на какие параметры нужно обращать внимание при поиске изображений. Часть ребят приступила к первым эскизам для иллюстраций. К четвертому занятию ученикам предстояло провести интервью с героями.

Во время четвертого занятия ученики особенно эмоционально пересказывали моменты интервью, было заметно, что сам процесс

показался им довольно интересным. Для того, чтобы организовать интервью ребята самостоятельно договаривались о встречи с нужными людьми. Для материала «Шесть граней успеха» интервьюеры познакомились с другими школьниками - участниками разных направлений образовательного центра «Сириус». Было заметно, что участники мастерской рады тому, что у них появился повод познакомиться с людьми, которые развиваются в других профессиональных сферах. Школьница Татьяна Левинсон (17 лет), которая брала интервью у участников смены направления «Наука», поделилась с нами, что сначала растерялась, а затем почувствовала настоящий азарт, когда один из героев ее материала стал давать простые и односложные ответы. Татьяна успешно справилась с задачей «разговорить» собеседника, что придало ей уверенности в своих навыках интервьюирования. Своей позитивной реакцией по итогам проведения интервью, она поделилась во время занятия. Этот пример показал, что мы можем утверждать, что это задание значительно способствовало развитию коммуникативных навыков ребят и несомненно расширило их кругозор. Что касается материала «Сириус прошлого» ученики приняли решение взять интервью у своих педагогов. В роли интервьюера выступил школьник из Санкт-Петербурга - Борис Ковалев (17 лет). Было заметно, что Борис с нетерпением ждал личной встречи с каждым из педагогов, ведь интервью это отличный повод не только лучше узнать своего героя, но и завести профессиональные контакты, проявить свою индивидуальность в общении с интересной личностью. Во время написания текстов, основанных на интервью, Борис демонстрировал особенную усердность, так как занимался интерпретацией и оформлением прямой речи важных для него людей. Здесь мы приходим к выводу, что практика интервью и личное общение с героями своих материалов - это эффективные мотивационные якоря, которые способствуют значительному прогрессу литературных

способностей обучающихся.

Итак, к четвертому занятию ребята имели на руках рабочий контент и примерно представляли какое наполнение будет у каждого лонгрида. Далее занятия проходили в форме творческой мастерской, где каждый участник был сконцентрирован на своей части проекта и по мере необходимости консультировался с мастером. Здесь стоит заметить, что мы были удивлены тем, как быстро ученики освоили верстку в конструкторе Tilda. Технические задачи выполнялись без особых проблем, по нашему наблюдению, самой сложной частью было изначально сгенерировать интересную идею. Воплощение же уже придуманной схемы или идеи не занимало много времени у учеников. К последнему занятию оба лонгрида были готовы и каждая редакция преступила к подготовке презентации (публичная защита лонгридов). Задачей было в оригинальной форме представить лонгриды на фестивале мастерских в образовательном центре «Сириус». Ребятам было предложено продумать сценарий для презентации, а затем отрепетировать его непосредственно на месте проведения фестиваля. Перед тем как описать презентационную часть, мы дадим краткую характеристику финальным лонгридам участников мастерской.

1) Лонгрид «Шесть граней успеха»:

Основная концепция лонгрида реализуется в образе метафоры о шести гранях успеха. Каждый новый модуль лонгрида - это одна грань успеха, которая отражает мнение школьников, участников образовательной смены центра «Сириус». Лонгрид выполнен в радужной цветовой гамме и содержит иллюстрации с подписями легкого и юмористического характера. (« Что для тебя успех? - Не потолстеть до 30 лет!») Начало лонгрида сопровождается фотографией иллюстрации, сделанной разноцветными фломастерами с надписью «6 граней успеха». При оформлении лонгрида используется параллакс эффект и фотофон - достаточно распространенные приемы дизайна для лонгридов. Оценивая

мультимедийность проекта отметим наличие собственного видео и авторских иллюстраций, созданных специально для этого проекта. В дальнейшем есть потенциал для улучшения качества продакшена, т.к. присутствуют небольшие погрешности при выборе ракурса камеры, а также незначительная расфокусировка в кадре.

В лонгриде очень удачно построена верстка материала - объем текста не выглядит массивным. Уместно используется разный размер шрифтов, имеются сноски цитат, небольшие подводки к основному тексту. Не смотря на разнообразную верстку, оформление лонгрида является функциональным - присутствует необходимый воздух по краям текста, взгляд спокойно фокусируется на главной информации.

2) Лонгрид «Планы на прошлое»

В основе лонгрида «Планы на прошлое» лежит оригинальная идея, придумать и описать жизнь образовательного центра «Сириус» в стилистике 19 века. Дизайн лонгрида реализует цель максимально погрузить читателя в необходимую атмосферу: фотографии обработаны с использованием ч/б фильтров, а на иллюстрациях изображены герои в образе которых присутствуют элементы прошлого (перья вместо ручек, а также такие детали одежды как пуговицы, характерные для 19 века). Стоит отметить, что все тексты написаны в художественном стиле и сопровождаются емкими и оригинальными заголовками. («Имею честь скрестить я с вами шпаги...», «А тот, кого учителем считаю, Как тень прошел и тень свою оставил»⁵⁷). Авторы демонстрируют уверенное владение материалом: в текстах присутствует информация, описывающая быт прошлого. Так, например, дано описание того, как ученик 19 века вероятнее всего предпочитает проводить свое свободное время: «...конная прогулка, фехтование, стрельба на мушкетах и самый прекрасный бал, где юная балерина в длинном пышном платье обязательно приложит веер ко лбу, глядя на него, что будет означать:

⁵⁷ Планы на прошлое. Я видел «Сириус» другим. // Доступно из: http://sirius_19_century.tilda.ws (10.04.2018)

«Твои слова очень умны». В целом, слог текста выдержан в стилистике 19 века, а язык повествования отличается своей образностью и почти поэтической мелодичностью («Из окон видны туманные силуэты крымских гор, мелькают кроны кипарисов»). Информативная составляющая лонгрида безусловно обладает образовательным потенциалом и может быть полезной в контексте исторического или литературного дискурса.

В качестве финального задания участники мастерской провели презентацию своих лонгридов на фестивале мастерских. Во время подготовки к выступлению, учащиеся активно обсуждали детали того, как будут описывать концепцию своих проектов. Не смотря на то, что их лонгриды были уже готовы, это задание не показалось ребятам легким. Умение четко и грамотно излагать основные идеи - это навык, который требует постоянного совершенствования. Подобная практика отлично помогает закрепить материал, научиться делать выводы и получить опыт публичных выступлений.

С целью выявления готовности школьников подросткового возраста к внедрению практики создания лонгридов в качестве школьной деятельности **был проведен опрос участников мастерской разных смен.** Опрос с открытым типом вопросов включил в себя 5 пунктов. Всего было опрошено 19 респондентов. Были сформулированы следующие вопросы:

1. Что вам больше всего понравилось в процессе создания лонгрида?
2. С какими трудностями вы столкнулись и как вы их преодолели?
3. Как процесс создания лонгрида помог вам разобраться в выбранной теме?
4. Хотели бы вы заниматься подобной проектной деятельностью во время школьных уроков?

5. Как вы думаете может ли формат лонгрида полностью заменить привычные школьные доклады и рефераты? Обоснуйте вашу точку зрения.

Опрос участников мастерской проводился при помощи Google формы. Мы воспользовались диалогами «редакций» в социальной сети «ВКонтакте» для распространения ссылки на опрос. Доступ к диалогам мы получили при помощи педагога мастерской. Опрос был анонимным - это послужило гарантией честности учащихся.

На первый вопрос: **«Что вам больше всего понравилось в процессе создания лонгрида?»** мы получили достаточно положительные отклики. Анализ ответов показал, что ребятам понравился весь процесс в совокупности, без выделения каких-то отдельных моментов работы или его результата. На основе ответов, мы выделили пять ключевых качеств мастерской, которые повлияли на ее положительную оценку и которые чаще всего фигурировали в ответах учащихся:

1. Творческий процесс. Хорошо иллюстрирует понимание творческой составляющей курса этот ответ участника мастерской: «Возможность раскрывать тему в любом интересном направлении, придумывать форму подачи информации». Можно заметить, что эти ответы объединяет мысль о том, что лонгриды позволяют создавать разнообразные варианты оформления. В этом и проявляется понятие творчества для участников мастерской. «Творчество. Когда ты придумываешь концепцию, оформляешь это. Очень круто» - ответил один из учеников.

2. Работа в команде. В своих ответах ребята часто упоминали командную работу. По нашим наблюдениям, главным плюсом командного процесса стало то, что ученики многому научились непосредственно друг от друга. Так как процесс мастерской позволял ученикам свободно общаться во время занятия, мы не раз замечали как

ученики что-то объясняют или советуют друг другу. Кроме того, ребята также отметили, что процесс был веселым во многом благодаря тому, что они работали вместе. Таким образом командная работа помогла создать дружескую атмосферу в рамках деятельности мастерской.

3. Работа с конструктором сайтов Tilda. Среди тех, кто выделил работу с конструктором сайтов Tilda, особенно исчерпывающим ответом нам показался следующий пример: «И ещё мне понравилось работать в Тильде, потому что получается очень красиво, а процесс достаточно простой. Недавно я писала резюме для поступления в университет и даже в графе «Навыки» указала «Умею работать в Tilda!»». Изучив ответы учащихся на этот вопрос, мы пришли к выводу, что конструктор для создания сайтов Tilda гарантирует эстетически приятный интерфейс и не является сложным в усвоении. Многие ребята отметили, что навык работы с новой программой тоже является для них большим плюсом.

Второй вопрос «**С какими трудностями вы столкнулись и как вы их преодолели?**» показал, что ученикам было труднее всего справиться с проблемами в коллективе (трудно выбрать одну идею, распределить обязанности внутри группы). Также участники отмечали нехватку времени. Интересно, что среди трудностей с которыми столкнулись участники мастерской не было обнаружено ответов, связанных со сложностью освоения инструментов новых медиа. Как уже было сказано выше, сложнее всего для учеников было работать в команде - это можно объяснить особенностями подросткового возраста и отсутствием регулярной практики коллективной работы над проектами в школьной системе образования.

Задачей третьего вопроса было проверить предположение о том, что формат лонгрида способствует лучшему усвоению материала. Вопрос: «**Как процесс создания лонгрида помог вам разобраться в выбранной теме?**» помог выявить конкретные свойства формата, которые улучшают процесс понимания материала. Итак, среди

большинства опрошенных преобладала основная мысль, что формат лонгрида помогает структурировать знания. Мы зафиксировали следующие ответы: «Тема перестала быть «бесформенной», «[Лонгрид] Позволяет правильно расставить акценты: составить иерархию информации, обозначить самые важные смысловые точки в мультимедийных вставках». Ответы ребят продемонстрировали, что формат лонгрида хорошо помогает работать с большим объемом информации: «Я поняла, что большие истории стоит оформлять и разделять на большие смысловые куски. И графически это делать очень удобно».

На четвертый вопрос **о готовности учеников к использованию лонгридов в рамках школьной программы** мы получили положительный ответ от 90% респондентов. Нам показался интересным ответ одного из участников, который высказался отрицательно по отношению внедрения лонгридов в школьную практику: «Нет, в школе такое не скоро примут. Формат лонгрида слишком хорош для того, чтобы его использовала какая-нибудь Марья Михайловна, которая не понимает основную цель подачи. Скорее, ВНЕ школьных уроков - ДА! Полет фантазии, креатив, свобода мысли и школа не совместимы». Получается, что ученикам нравится формат лонгридов в качестве образовательной практики, но не все готовы ассоциировать образ школы с развлекательным и творческим процессом (каким является процесс создания лонгрида). Мы думаем, что для того, чтобы преодолеть подобные установки требуется время. Сейчас в школах активно происходят изменения и многие образовательные учреждения стараются использовать более творческие и креативные задания. В настоящий момент школьная система образования в России находится на этапе трансформации(после советского и пост-советского периода), поэтому у школьников могут возникать психологические барьеры по отношению к подобным более творческим заданиям в рамках школьной программы.

Мы не видим в этом критической проблемы и считаем, что постепенное внедрение современных образовательных форматов в деятельность школьников поможет изменить ситуацию с восприятием образа современной школы.

Заключительный пятый вопрос также продемонстрировал лояльное отношение учеников к лонгриду как к самостоятельной образовательной практике. 14 человек из 18 ответивших согласились с утверждением, что формат лонгрида сможет полностью заменить школьные доклады и рефераты. 5 человек сошлись во мнении, что формат лонгрида не сможет полностью их заменить, но будет эффективен в качестве дополнения к привычным заданиям. Среди аргументов в пользу лонгридов часть учеников упомянула то, что они дают возможность соединить текст с визуальными элементами. Так, например, отлично иллюстрирует отношение учеников следующий ответ: «Да, потому что тогда мы получим возможность мультимедийно представлять свою работу, не делая одновременно текст и презентацию». Следующий ответ также демонстрирует, что ученикам особенно импонирует визуальность лонгридов: «В рефератах и докладах акцент делается только на текстовой информации, и лишь немного - на графиках и таблицах. В лонгриде, с упором на визуализацию, проще донести и усвоить информацию. Детям интереснее смотреть, чем слушать сухой доклад.» Пятый вопрос подтвердил, что большинство школьников после прохождения мастерской по созданию лонгридов отвечают утвердительно на вопрос о возможности заменить доклады и рефераты лонгридами в рамках школьной практики.

Выводы по второй главе:

Цель второй главы заключалась в том, чтобы оценить образовательный потенциал мультимедийных лонгридов путем анализа

их контента и наблюдения за учениками мастерской по созданию собственных мультимедийных лонгридов.

Мы провели контент-анализ 40 профессиональных мультимедийных лонгридов научно-популярной тематики. Результаты показали, что российские мультимедийные лонгриды не захватывают весь тематический пласт научных дисциплин. Больше всего было выявлено материалов, посвященных гуманитарным наукам. В 70% лонгридов присутствовало экспертное мнение, что говорит о степени проработанности материалов и достоверности научных знаний, которые отражены в российских лонгридах. Исходное предположение о наличии уникального дизайна подтвердилось, однако анализ репрезентативности мультимедийных элементов показал, что в российских лонгридах используется далеко не весь спектр аудио возможностей. Как и предполагалось, обнаружилось значительное присутствие визуальных элементов.

Наблюдение за учениками мастерской по созданию лонгридов выявило ряд навыков и компетенций, которые приобретают ученики при работе над созданием лонгрида. Мультимедийные лонгриды, в качестве образовательной деятельности, помогают научиться работать в команде, учат производить самостоятельные исследования, визуализировать свои мысли, а также дают возможность овладеть широким спектром журналистских компетенций от фотографирования до написания текстов. Опрос участников мастерской подтвердил нашу гипотезу о том, что формат лонгридов повышает интерес к образовательному процессу, а также способствует лучшему усвоению информации.

ГЛАВА 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ КУРС ПО СОЗДАНИЮ ЛОНГРИДОВ: «МНОГАБУКАФ, ИЛИ КАК ЗАСТАВИТЬ ДОЧИТАТЬ ВАШ ТЕКСТ ДО КОНЦА»

Проектная глава диссертации включает в себя авторский образовательный курс по созданию мультимедийных лонгридов «Многабукаф, или как заставить дочитать ваш текст до конца» и материалы к программе курса.

3.1 Описание образовательной программы курса по созданию мультимедийных лонгридов

Мультимедийный лонгрид - это новый формат презентации информации на цифровом носителе для которого характерна главенствующая роль текста, использование нескольких мультимедийных элементов, а также оригинальный дизайн, учитывающий особенности выбранной темы. Формат лонгрида позволяет четко структурировать и визуализировать свои знания, а также творчески подойти к оформлению информации по исследуемой теме.

Опрос школьников, имевших опыт создания мультимедийных лонгридов, подтвердил их заинтересованность в использовании этого формата в рамках школьной программы. Анализ мастерской по созданию мультимедийных лонгридов «Цифровой сторителлинг» показал, что этот вид деятельности направлен на развитие ряда актуальных в современном мире компетенций. В первую очередь работа над мультимедийным лонгридом это групповой процесс, который учит работать в команде, воспринимать критику, формулировать и отстаивать свою точку зрения. В процессе работы над лонгридом, обучающиеся также приобретают исследовательские навыки: учатся работать с разными источниками информации, определяют и формулируют

проблемные вопросы, учатся делать выводы. Несомненно, развиваются и ряд журналистских компетенций: мастерство интервьюирования, умение создавать и подбирать визуальный контент, навык письма. Спектр задач, стоящих перед создателями лонгрида, позволяет распределять обязанности в рамках группы, учитывая индивидуальные способности обучающихся. Контент-анализа профессиональных мультимедийных проектов во второй главе показал, что тематический спектр лонгридов довольно широк, что свидетельствует о безусловной междисциплинарности этого формата. Формат лонгрида также можно применять в качестве проектной деятельности школьников. Таким образом, данная образовательная программа может быть использована как в качестве самостоятельного курса, так и на базе общеобразовательных школ, в качестве предмета внеучебной деятельности школьников.

Целевая аудитория курса:

Курс рассчитан на учащихся старших классов. Учитывая распространенность лонгридов в современных медиа, курс будет особенно полезен тем ученикам, которые увлекаются журналистикой, веб-дизайном и литературным творчеством.

Требования к предшествующей подготовке потенциальных участников курса:

1. Свободное владение базовыми офисными программами, а также навык поиска информации в сети Интернет.
2. Опыт написания текстов на базе школьной программы, а также грамотное владение русским языком.

Аннотация курса:

Программа курса носит преимущественно прикладной характер, поэтому ее основной целью является формирование у обучающихся необходимых навыков для создания мультимедийных лонгридов. Фундаментальная составляющая курса сведена к необходимому

минимуму и включает в себя основы веб-дизайна и основу теории новых медиа. В тоже время программа ориентирована на предоставление базовой информации, необходимой для создания лонгридов: обзор популярных медиа проектов, изучение инструментов новых медиа, анализ контента популярных лонгридов.

Целевое назначение программы:

По результатам освоения программы участники овладеют базовыми журналистскими навыками работы с источниками информации, будут самостоятельно писать и редактировать тексты, смогут разбираться в основах веб-дизайна, освоят работу с платформой Tilda (настройка шаблонов, простая верстка, редактирование), научатся эффективно планировать и проводить интервью, приобретут опыт работы в команде (редакции). По итогам курса каждый обучающийся в составе своей редакции создаст собственный мультимедийный лонгрид.

Ключевые понятия: мультимедийный лонгрид, мультимедийная история, расширенное чтение, параллакс эффект, таймлайн.

Вопросы по курсу:

1. Что такое мультимедийный лонгрид?
2. Чем лонгрид отличается от мультимедийной истории?
3. Какой должна быть тема лонгрида?
4. Какие специалисты работают над созданием лонгрида? Какие функции они выполняют?
5. Опишите этапы создания лонгрида?
6. Как подобрать подходящий мультимедийный формат для каждого информационного модуля лонгрида?
7. Как продвигать лонгриды в социальных сетях?

Формы организации учебного процесса:

Основной способ представления материала – практические занятия с использованием компьютерных технологий, в рамках которых

значительное внимание уделяется демонстрации преподавателем визуальных материалов и групповой работе учащихся.

Ресурсное обеспечение программы:

Объем курса составляет 16 часов, большая часть занятия посвящена выполнению практических заданий.

Значимой частью курса является просмотр профессиональных лонгридов. Для организации просмотра необходимы ноутбук и проектор. Лекционная часть сопровождается некоторыми схемами, поэтому необходимы магнитно-маркерная доска и маркеры. Для работы с интеллект-картами требуются наборы фломастеров и чистые листы А3 по количеству сформировавшихся редакций. Для задания по созданию эскиза лонгрида необходимы чистые листы А4. Для написания текстов и работы над собственными лонгридами, каждый ученик должен быть обеспечен отдельным ноутбуком с доступом к сети Интернет.

Технологическая карта мастерской

№	Тема и краткое содержание занятия.	Что будут делать участники?	Чему научатся?	Какое оборудование необходимо
1	Длинные тексты в электронную эпоху: как они используются сейчас?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Смотреть и анализировать популярные лонгриды.[1] 2. Дискуссия на тему «Какими качествами обладает интересный лонгрид?». 3. Поиск ответов на проблемные вопросы: <ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое мультимедийный лонгрид? 2. Чем лонгрид отличается от других интернет статей? 3. Какой должна быть тема лонгрида? 	<p>Поймут, что такое формат лонгрида. Узнают, чем отличается лонгрид от других интернет форматов.</p>	<p>Проектор Экран Wifi</p>

2.	Как придумать идею для лонгрида?	<p>1. Обсудят идеи для лонгридов в формате мозгового штурма. [2]</p> <p>2. Проработают одну из выбранных тем при помощи интеллект-карт.</p> <p>3. Составят план работы над лонгридами.</p> <p>4. Составят план совместной деятельности. (Разделят функционал и обязанности)</p>	<p>Познакомятся с форматом мозгового штурма, научатся работать с интеллект-картами[3], узнают, как работает редакция</p>	<p>Ноутбук (на каждого ребенка) Wifi, чистые листы формата А3 по количеству редакций. Набор фломастеров на каждую редакцию. Белая магнитно-маркерная доска и маркеры.</p>
3.	Жанр интервью в формате лонгрида	<p>1. Анализировать фрагменты интервью из профессиональных лонгридов. [4]</p> <p>2. Читать и обсуждать отрывок из учебного пособия Марии Лукиной «Технология интервью». [5]</p> <p>3. Планировать интервью. (Выбирать потенциальных героев и экспертов, составлять для них вопросы.)</p>	<p>Познакомятся с основами жанра интервью. Научатся корректно проводить интервью.</p>	<p>Ноутбук (на каждого ребенка) Проектор Экран Wifi</p>

4.	Как сверстать веб-страницу?	<p>1. Начнут работать с конструктором сайтов Tilda.</p> <p>2. Приступят к написанию текстовых блоков.</p>	<p>Узнают, что такое одностраничный сайт, блочная верстка, лендинг, основные элементы сайта.[6] научатся верстать одностраничные сайты.</p>	<p>Ноутбук (на каждого ребенка) Проектор Экран Wifi</p>
5.	Как визуализировать историю?	<p>1. Посмотрят видео о том, как визуализировать свои идеи. TED лекция художника-оформителя Чип Кидда. URL: https://www.ted.com/talks/chip_kidd_the_art_of_first_impressions_in_design_and_life?language=en (Проиграть отрывок видео с 1:00 по 10:00 минуту.)</p> <p>2. Продумывать блоки (модули) лонгрида</p> <p>3. Рисовать эскизы лонгридов</p>	<p>Научатся основам создания визуального контента, научатся понимать функциональность элементов: соотношение текста и иллюстрации, правила размещения иллюстрации. (использование баз данных стоковых изображений[7], культура авторства) Узнают новые приемы визуализации.[8] (скетчноутинг, инфографика, диаграммы)</p>	<p>Ноутбук (на каждого ребенка) Проектор Экран Wifi Листы А4 и фломастер на каждого ученика.</p>
6	Основы цифровой верстки	<p>1. Создавать рабочую версию лонгрида на базе конструктора сайтов Tilda</p> <p>2. Верстать и редактировать материал</p>	<p>Научатся верстать одностраничные лонгрилы и создавать многостраничные сайты.</p> <p>Научатся основам блочной верстки [9]</p> <p>Познакомятся с основой редактуры и корректуры текста.</p>	<p>Ноутбук (на каждого ребенка) Проектор Экран Wifi</p>

7	Основы цифровой верстки	См. 6 занятие	См. 6 занятие	Ноутбук (на каждого ребенка) Проектор Экран Wifi
---	--------------------------------	---------------	---------------	---

3.2 Материалы к образовательной программе «Многабукаф, или как заставить дочитать ваш текст до конца».

1. Электронные ссылки на популярные мультимедийные лонгриды для обзора:

1. «Все относительно». URL: <http://emc.lenta.ru>
2. «Невольник чести. Последняя дуэль Пушкина». URL: http://pushkin.tass.ru/zhizn_posle_pushkina/
3. «Киргизия». URL: <http://42mag.ru/kyrgyz>
4. «900 дней жизни. Хроники блокады». URL: <http://tass.ru/tsp/900days>
5. «Путеводитель по миру Мураками». URL: <http://murakami.lenta.ru>
6. «Snow fall». URL: <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek>

2. Метод мозгового штурма

Универсальный метод для решения проблем и поиска новых и креативных идей был изобретен в 1940 году руководителем рекламного агентства - американцем Алексом Осборном. Суть метода заключается в том, чтобы предложить как можно больше разных вариантов идей, а затем выбрать из них самые реалистичные. Мозговой штурм состоит из трех этапов: постановка проблемы, генерация идей, отбор,

систематизация и оценка идей. Для успешного проведения мозгового штурма существует несколько основных правил: нужно привлечь к мозговому штурму как можно больше людей, не критиковать идеи друг друга, сконцентрироваться на том, чтобы предложить как можно больше идей, на протяжении активности вести записи и иллюстрировать свои мысли. Мы выбрали этот метод для нашей образовательной программы, потому что он обладает рядом важных для нас преимуществ: это коллективная деятельность, которая помогает делиться опытом, обладает развлекательным и игровым характером, а также способствует раскрепощению участников процесса.

3. Интеллект-карты. Технология.

Интеллект-карты - это схематичное изображение вашего плана действий или ключевых идей проекта. Автором технологии является Тони Бьюзен - автор книги «Интеллект карты. Практическое руководство».⁵⁸

Для выполнения этого задания необходимы чистые листы и фломастеры на каждого ученика. Учитель демонстрирует технологию создания интеллект-карты на белой магнитно-маркерной доске на примере воображаемого или существующего лонгрида. В центре интеллект-карты находится тема или основная идея лонгрида. От этого основного элемента рисуются остальные пункты. Популярный вариант схемы напоминает дерево, основной принцип - это наличие главного элемента, а также исходящих от него ответвлений. Каждый второстепенный пункт также может дробиться на множество других подпунктов.

⁵⁸ Бьюзен Т., Бьюзен Б. Интеллект-карты. Практическое руководство. - Минск: Попурри, 2010. – 203 с.

4. Примеры интервью из профессиональных лонгридов для анализа жанра:

№	Название интервью	Комментарий	Ссылка
1	«Один день из жизни ученого»	Пример портретного очерка	http://itmoheroes.newtonew.com/#about
2	Интервью с Эдвардом Сноуденом	Пример интервью с известной личностью	https://www.wired.com/2014/08/edward-snowden/
3	Интервью с американским исполнителем Дэнни Брауном	Пример уникального дизайна для интервью	http://www.complex.com/music/danny-brown-interview-sky-high-2013-cover-story
4	«Колонии на марсе - это слишком дорого»: Астроном Владимир Сурдин о жизни на другой планете	Пример экспертного интервью	https://special.theoryandpractice.ru/martian

5. Жанр интервью. Правила интервьюирования

В рамках курса мы предлагаем подробно обсудить с учениками этапы интервьюирования. Важно, чтобы по итогам занятия у учеников сформировалось четкое понимание самого алгоритма подготовки и проведения интервью. Для того, чтобы помочь ученикам найти подход к героям своих интервью, предлагается обсудить параграф «Драматургия интервью» из 2 главы учебного пособия «Технология интервью», разработанного Марией Лукиной. Материалы находятся в открытом доступе по ссылке URL: <http://evartist.narod.ru/text5/34.htm>. Книга М. Лукиной является классическим пособием, разработанным для профильных ВУЗов и других учебных заведений специализирующихся на обучении журналистов. Четкая структура и доступный язык будут понятны школьникам старшей возрастной группы (9-11 класс). В рамках обсуждения подготовительного этапа интервью рекомендуется подробнее изучить советы по составлению вопросов. В качестве ориентира можно использовать материалы из 3 главы «Искусство задавать вопросы» учебного пособия «Технология интервью» М. Лукиной.

6. Одностраничный сайт - сайт содержание которого базируется на одной странице. Формат сайта не предполагает разветвленной структуры и просматривается вверх вниз при помощи прокрутки.⁵⁹

Лендинг - одностраничный сайт рекламного характера. В отличие от других одностраничных сайтов предлагает пользователю совершить лишь одну операцию: подписаться на рассылку, купить билет на мероприятие, скачать презентацию и т.д.⁶⁰

Шаблонная верстка - информационное наполнение и дизайн сайта на основе существующего конструктора.

Модуль страницы - структурный элемент разделения страницы, выделяется графически.⁶¹

Блок страницы - элемент логического разделения страницы.⁶²

Лид - краткое описание содержания статьи в заголовке страницы.

7. Использование баз данных стоковых изображений.

Стоковые изображения - это изображения на разную тематику, которые хранятся в онлайн базах, где их можно легально купить или бесплатно скачать. Использование стоковых онлайн баз позволяет быть уверенным, что вы не присвоили чужое изображения и соблюдаете авторские права, кроме того в подобных базах удобнее регулировать качество и размер изображений. Для того, чтобы ученики ознакомились с популярными базами данных и тем, как подбирать изображения, предлагается прочитать статью блога Tilda Publishing «Руководство по поиску картинок для сайта или статьи». URL: <http://tilda.education/articles-pictures-search-guide> . Среди популярных сайтов стоковых

⁵⁹Обухов Н. Курс «Создание Landing Page». // Доступно из: <http://tilda.education/landing-page-course> (22.04.2018)

⁶⁰ Там же

⁶¹Смирнова И., Белая М., Засс Ю. Частые ошибки дизайна веб-страницы. // Доступно из: <https://netology.ru/blog/verstka-v-tilde> (22.04.2018)

⁶² Там же

изображений, мы рекомендуем популярный бесплатный ресурс Unsplash.
URL: <https://unsplash.com>

8. Приемы визуализации.

Скетчноутинг. Скетчи – это разнообразные визуальные заметки, стоящие из рукописного текста, рисунков, схем и изобразительных элементов, таких как стрелки, рамки топографика и линии⁶³.

По книге М. Роуди, чтобы создать скетч необязательно владеть искусством рисования на уровне профессионалов. Это процесс кодирования информации, который состоит из 4 блоков по методу М. Роуди. Пошаговая инструкция технологии скетчноутинга:⁶⁴

1. Выбор заголовка и ведущей темы
2. Выбор модели (структуры) скетча
3. Процесс рисования
 - овладение 5 базовыми элементами
 - изображение людей и эмоций
 - изображение связей
 - шрифты
 - создание визуальных элементов (библиотека образов)
4. Публикация готовой работы в сети

Инфографика – это информация, представленная в графическом и визуальном виде при помощи графиков, диаграмм, схем и др.⁶⁵ Основная

⁶³ Роуди М. Визуальные заметки: иллюстрированное руководство по скетчноутингу / пер. с англ. Наумов К. – М.: Манн, Ивано и Фребер, 2014. – 14 с.

⁶⁴ Браташ В.С Педагогические условия приобщения подростков к живописи: ВКР по направлению «Искусства и гум. науки». – СПб., 2016, 65 с.

⁶⁵ Чичьянц О. Е. Инфографика в современных онлайн-медиа: ВКР по направлению «Журналистика». – СПб., 2016, 10 с.

идея инфографики - это понятно и красиво изложить труднодоступную информацию. Для того, чтобы создать инфографику нужно собрать статистические данные по изучаемому вопросу (цифры), найти важные факты, касающиеся темы, определить ключевые идеи и подумать над тем, какая визуальная метафора сможет отобразить вашу тему. Инфографику можно создавать при помощи онлайн конструкторов. Популярный порталом для создания инфографики является сайт Canva: <https://www.canva.com>

9. Основы шаблонной верстки. Ресурсы:

1) Статья «Как делать красивые статьи на Тильде?»:

URL: <http://tilda.education/articles-how-to-make-articles-on-tilda#rec24138774>

2) Статья «Оформление сайта: Как работать с текстом и изображениями». URL: <http://tilda.education/articles-text-and-images>

3) Видео уроки создания сайтов на платформе Tilda publishing: https://www.youtube.com/channel/UC6-ppjYyf8AmvNuwr28CS_w/featured

Заключение

Наше исследование было посвящено изучению эффективности использования приемов новых медиа в образовательной деятельности школьников. В частности исследование фокусировалось на изучении **мультимедийных лонгридов** и их образовательного потенциала.

В первой главе исследования нами был изучен **феномен популярности новых медиа** научно-популярной тематики. Для этого мы рассмотрели исторические этапы популяризации науки в России и пришли к следующим выводам:

1. С появлением всемирной паутины и новых медиа простые пользователи стали сами производить новости и другой контент, тем самым создавая конкуренцию для СМИ. Это привело к тому, что СМИ постепенно стали осваивать инструменты новых медиа и переходить в онлайн режим для того, чтобы приобретать новую аудиторию и оставаться актуальными для своих постоянных читателей.

2. Новые медиа, благодаря своей мультимедийности, стали идеальной площадкой для популяризации научного знания в современном мире, во многом упрощая задачу перед своими авторами. Если раньше в арсенале журналистов-популяризаторов были лишь иллюстрации и текст, то сейчас для них появились огромные возможности для творческой реализации.

3. Новые медиа приносят элемент развлечения в процесс познания. В своей работе мы дали следующее рабочее определение новым медиа:

Новые медиа - интерактивные электронные медиа, представленные в сети интернет. Новые медиа отвечают следующему критерию: числовое представление (наличие цифрового носителя), мультимедийность, модульность, автоматизация и изменчивость.

Рассмотрев отечественные и зарубежные труды, посвященные изучению формата лонгридов, мы смогли описать его качества, которые эффективно влияют на восприятие информации. К этим качествам

относятся: насыщенный аудио-визуальный ряд, наличие уникального дизайна, а также построение нарратива при помощи метода сторителлинга. Все эти качества влияют на активизацию послепроизвольного внимания и способствуют созданию ярких визуальных образов, которые легче запоминаются современным человеком, склонным к клиповому типу мышления.

Далее мы решили рассмотреть понятие «клиповое мышление» с точки зрения его исторической эволюции и анализа тех качеств, которые ему свойственны. Нам удалось выяснить, что клиповое мышление - это полноценный тип мышления, который имеет свои сильные и слабые стороны. Клиповое мышление является проявлением адаптации человека в условиях современной информационной действительности, позволяет эффективнее обрабатывать информацию в условиях информационной перегруженности. Мы предложили следующее определение этому понятию:

Клиповое мышление - тип мышления, сформировавшийся под воздействием условий современной информационной среды, для которого предпочтительно фрагментарное и визуальное потребление информации. Клиповое мышление обладает следующими функциями относительно своих носителей:

- защита мозга от загруженности современной информационной среды
- продуктивность в условиях многозадачности

На основе вышеперечисленных выводов, мы установили, что популярность новых медиа научно-популярной тематики связана с современными процессами происходящими в информационной среде, в частности с потребностью современной личности в восприятии определенной формы информации. Это дало нам основания предположить, что именно эти причины могут стать обоснованием нашей гипотезы. Однако, для того, чтобы проверить актуальную на сегодняшний день картину, нам потребовалось провести диагностику

ряда российских мультимедийных лонгридов, а также существующей образовательной практики во 2 главе исследования.

Цель второй главы заключалась в том, чтобы оценить образовательный потенциал мультимедийных лонгридов, путем анализа их контента и наблюдения за учениками мастерской по созданию собственных мультимедийных лонгридов.

Для того, чтобы сформировать более точное понимание структуры и содержания мультимедийных лонгридов в российской действительности, мы провели контент-анализ 40 профессиональных мультимедийных лонгридов научно-популярной тематики. Результаты показали, что российские мультимедийные лонгриды не захватывают весь тематический пласт научных дисциплин. Больше всего было выявлено материалов, посвященных гуманитарным наукам. В 70% лонгридов (См. Приложение 1) присутствовало экспертное мнение, что говорит о степени проработанности материалов и достоверности научных знаний, которые отражены в российских лонгридах. Исходное предположение о наличии уникального дизайна подтвердилось, хотя анализ репрезентативности мультимедийных элементов и показал, что в российских лонгридах используется далеко не весь спектр аудио-видео возможностей. Как и предполагалось, обнаружилось значительное присутствие статичных визуальных элементов.

Следующим шагом было наблюдение за учениками мастерской по созданию лонгридов «Цифровой сторителлинг» в образовательном центре «Сириус». Анализ мастерской выявил ряд навыков и компетенций, которые приобретают ученики при работе над созданием лонгрида. Мультимедийные лонгриды, в качестве образовательной деятельности, помогают развивать навык работы в команде, учат производить самостоятельные исследования, визуализировать свои мысли, а также дают возможность овладеть широким спектром журналистских компетенций от фотографирования до написания текстов. Опрос участников мастерской подтвердил нашу гипотезу о том,

что формат лонгридов повышает интерес к образовательному процессу, а также способствует лучшему усвоению информации.

На основе теоретических знаний, а также полученного опыта по итогам 2 главы, мы разработали современный образовательный курс для школьников старшей возрастной группы «Многабукаф: или как заставить дочитать ваш текст до конца». Программа включила в себя 7 учебных блоков, нацеленных на освоение технологии создания мультимедийных лонгридов в конструкторе Tilda. Мы предлагаем ввести этот образовательный курс во внеурочную деятельность школьников старшей возрастной группы. Актуальность курса для школ обуславливается тем, что после прохождения программы, школьники могут создавать лонгриды в качестве проектной деятельности для других школьных дисциплин.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Barkley R. A. Defiant children. A clinician's Manual for assessment and Parent training. – NY.: The Guilford press, 2009. – 270 p.
2. Campbell D. Visual Storytelling in the Age of Post-Industrialist Journalism // World Press Photo, 2013. Доступно из: <https://www.david-campbell.org/multimedia/world-press-photo-multimedia-research/> (8.04.2018).
3. Greenfield R. What the New York Times's 'Snow Fall' Means to Online Journalism's Future // The Atlantic. 2012. Доступно из: <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/12/new-york-times-snow-fall-feature/320253/> (10.04.2018).
4. John Branch. Snow Fall. The Avalanche at Tunnel Creek // The New York Times. 2012. Доступно из: <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek>. (13.04.2018).
5. Manovich L. The Language of New Media. Cambridge: MIT Press, 2001.
6. Oxford Dictionaries. Доступно из: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/long-form> (8.04.2018).
7. Stevens J. Multimedia Storytelling: Learn The Secrets From Experts, 2013. Доступно из: <https://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/starttofinish/> (12.04.2018).
8. Акопов А.И. Некоторые вопросы журналистики: история, теория, проблемы. Доступно из: http://window.edu.ru/resource/185/51185/files/akopov_questions.pdf (05.11.2018).
9. Байгозин Д. Жутко быстро, запредельно много: что такое клиповое мышление // Доаступно из: <https://mel.fm/blog/denis-baygozin/52840-zhutko-bystro-zapredelno-mnogo-chto-takoye-klipovoye-myshleniye#comments> (17.02.2018)
10. Баринава Е.Е. Научно-популярная литература в классификации жанров (теоретический и исторический аспекты) // Сибирский

филологический журнал, 2012. №3. Доступно из: http://www.philology.nsc.ru/journals/spj/pdf/2012_3/2012_3_Varinova.pdf
(12.12.2018).

11. Браташ В.С. Педагогические условия приобщения подростков к живописи: ВКР по направлению «Искусства и гум. науки». – СПб., 2016, 65 с.
12. Булаева М. Н. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский формат // Журналистский ежегодник. 2015. №4 Доступно из: <https://cyberleninka.ru/article/v/multimediynyy-longrid-kak-novyuy-zhurnalistskiy-format> (20.04.2018)
13. Бьюзен Т., Бьюзен Б. Интеллект-карты. Практическое руководство. - Минск: Попурри, 2010. – 203 с.
14. Галустьян А., Кульчицкая Д. Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн журналистики // Как новые медиа изменили журналистику. Доступно из: <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/mul-timedijny-e-longridy-kak-novy-j-format-onlajn-zhurnalistiki/> (10.04.2018).
15. Герман Г., Соломон А. Игра в бисер. – М.: Правда, 1992. – С. 294.
16. Дивеева Г.В. Популяризация наук как разновидность массовых коммуникаций в условиях новых информационных технологий и рыночных отношений. Дисс. на соиск. уч.степ. к.ф.н. Воронеж, 2015.
17. Ефимов А., Филин Д. Русь, Запад, Восток: 10 веков в одной таблице. Доступно из: <https://arzamas.academy/mag/450-history-table> (11.12.2018).
18. Журба А.И. Опыт Edutainment-СМИ: Журнал «Кот Шредингера» // На путях к новой школе. СПб: Лема, 2015. №1. С. 58-60.
19. Змановская А.В. «Веб документари» как новый мультимедийный формат. Дисс. на соиск. маг. ст. - М., 2014. – С. 20. Доступно из: <http://nethash.ru/veb-dokumentari-kak-novij-muletimedijnij-format.html> (16.12.2018).

20. Ибатуллин А . Монголия // Доступно из: <http://42mag.ru/mongolia> (15.03.2018)
21. Казакова Е.И. Тексты новой природы: проблемы междисциплинарного исследования // Психологическая наука и образование. 2016. Т. 21. No 4. 102–109 с.
22. Карвасарский Б.Д. Клиническая психология. СПб: Питер, 2011. Доступно из: <http://bookap.info/genpsy/clinpsy/> (22.01.2018).
23. Колесниченко А.В. Длинные тексты (лонгриды) в современной российской прессе // Электронный научный журнал «Медиаскоп», 2015. №1. Доступно из: <http://www.mediascope.ru/1691> (8.04.2018).
24. Лазаревич Э.А. С веком наравне. Популяризация науки в России: Книга, газета, журнал. М.: Книга, 1984. С. 201.
25. Лихтенштейн Е.С., Михайлов А.И. Редактирование научной, технической литературы и информации. М.: Высшая школа, 1974. С. 6
26. Макарова Е.Е. Научно-популярные сайты в системе СМИ: типологические и профильные особенности. Дисс. на соиск. уч. степ. к.ф.н. Москва, 2013.
27. Макарова Е.Е. Популяризация науки в Интернете: содержание, формы, тенденции развития // Вестник Московского университета, 2013. №2. С. 98-104.
28. Манухина С.В. Videоблог школьника как ресурс развития пространств эдьютеймента. Дисс. на соиск. маг. ст. СПб, 2017. Доступно из: <https://dspace.spbu.ru/handle/11701/7544> (16.01.2018).
29. Никитина А., Кутахов А. Габелко Д. и др. YouTube канал «Научкпок». Доступно из: <https://www.youtube.com/user/nowchpok/videos> (13.12.2018).
30. Обухов Н. Курс «Создание Landing Page». // Доступно из: <http://tilda.education/landing-page-course> (22.04.2018)
31. Обухов Н., Смирнова И. 35 лонгридов с отличным дизайном // Доступно из: <http://blog.tilda.cc/longreads> (01.03.2018)

32. Официальный сайт международного лицея «Гранд». Доступно из: <http://grandschool.com.ua/ru/about/> (21.03.2018)
33. Официальный сайт Пулитцеворской премии. Биография Джозефа Пулитцера. Доступно из: <http://www.pulitzer.org/page/biography-joseph-pulitzer> (19.04.2018).
34. Параллакс в веб-дизайне. Доступно из: <https://netology.ru/glossariy/parallaks-v-veb-dizayne> (11.04.2018).
35. Первый том романа «Война и мир» за 3 минуты. Национальный образовательный проект «Умная школа. Доступно из: <https://www.youtube.com/watch?v=AiXlde81sOs> (13.12.2018).
36. Планы на прошлое. Я видел «Сириус» другим. // Доступно из: http://sirius_19_century.tilda.ws (10.04.2018)
37. Проект-анонас выставки Мураками Т. «Будет ласковый дождь». Путеводитель по миру Мураками // Доступно из: <http://murakami.lenta.ru> (16.02.2018)
38. Редакция Tilda. Лучшие проекты наших пользователей // Доступно из: <https://tilda.cc/ru/inspire/> (01.03.2018)
39. Роуди М. Визуальные заметки: иллюстрированное руководство по скетчноутингу / пер. с англ. Наумов К. – М.: Манн, Ивано и Фребер, 2014. – 14 с.
40. Селютина Е.А., Селютин А.А. Культура чтения в современных коммуникативных практиках: сетевые медиа и картина мира современного читателя // Вестник Челябинского государственного университета, 2016. №13. С. 106-112.
41. Смирнова И., Белая М., Засс Ю. Частые ошибки дизайна веб-страницы. // Доступно из: <https://netology.ru/blog/verstka-v-tilde> (22.04.2018)
42. Челнокова Е. А., Казначеева С.Н. и др. Сторителлинг как технология эффективных коммуникаций // Перспективы науки и образования. 2017. №. 5. С.8.

43. Тоффлер Э. Третья волна. Доступно из: <http://www.e-reading.club/book.php?book=1047785> (22.03.2018).
44. Фрумкин Константин Григорьевич Глобальные изменения в мышлении и судьба текстовой культуры // Ineternum. 2010. №. Доступно из: <https://cyberleninka.ru/article/n/globalnye-izmeneniya-v-myshlenii-i-sudba-tekstovoy-kultury> (21.05.2018).
45. Чичьянц О. Е. Инфографика в современных онлайн-медиа: ВКР по направлению «Журналистика». – СПб., 2016, 10 с.

Приложение 1 - Характерные особенности образовательных лонгридов

№	Название лонгрида	Объем публикации	Использованные жанры	Наличие экспертных комментариев	Уникальность дизайна	Использование параллакс эффекта
1	Замля отчуждения . Чернобыль и его окрестности после аварии.	5715	Очерк, интервью	Да	Нет	Да
2	Дни Затмения. Спецпроект посвященный событиям 1991 года	Н/д (более 5000)	Очерк, интервью	Да	Да	Да
3	Невольник чести. Последняя дуэль Пушкина	7612	Очерк, интервью, цитаты произведений ,отрывки из мемуаров.	Да	Да	Да
4	30 лет после Чернобыльской катастрофы	1197	Информационно-описательная статья	Да	Да	Нет
5	Кранахи художники с жилкой бизнесмена в	2039	Информационно-описательная статья, интервью	Да	Да	Да
6	Все относительно	5494	Информационная статья	Да	Да	Да
7	Конец Советов 20 лет	4332	Исторический очерк	Да	Да	Нет
8	Страны не стало	4891	Очерк, интервью	Да	Да	Да
9	Выпуск 90	Н/д (более 5000)	Очерк	Да	Да	Нет

10	«От товара к товарищу» Екатерина Деготь о письмах Александра Родченко	1178	Очерк	Да	Нет	Нет
11	Наука своими руками	2536	Информационная статья	Да	Да	Нет
12	Последние дни войны Берлинская операция	Н/д (более 5000)	Исторический очерк	Да	Да	Нет
13	Шаг в сторону 11 способов по-новому пройти знаменитые московские маршруты	2591	Информационная статья	Нет	Да	Да
14	Циолковский космические пророчества	1517	Фрагментарный текст	Нет	Да	Нет
15	Так кто же первый на луне?	2817	Очерк	Нет	Нет	Нет
16	Марс бросок	2500	Очерк	Нет	Да	Нет
17	Пять уникальных медицинских разработок для нашего здоровья	2835	Информационная статья	Да	Да	Да
18	Один день из жизни ученого	Н/д (более 5000)	Документальная история	Да	Да	Нет
19	Арктика история освоения	Н/д (более 5000)	Документальная история	Да	Нет	Да
20	Рафаэль в командировке	1796	Информационно-описательная статья, интервью	Да	Да	Нет

21	Тициан Вечеллио, Якопо Тинторетто, Паоло Веронезе	1607	Фрагментарный текст	Да	Да	Да
22	Путеводитель по миру Мураками	2322	Фрагментарный текст	Да	Да	Да
23	Биохакинг сквозь века	6467	Исторический очерк	Да	Да	Нет
24	Золото Телецкого озера	5097	Документальная история	Да	Да	Да
25	Киргизия	Н/д	Путевой очерк	Нет	Да	Да
26	Магадан	Н/д	Путевой очерк	Да	Да	Да
27	Норвегия	Н/д	Путевые заметки	Нет	Да	Да
28	Монголия	Н/д	Путевой очерк	Нет	Да	Да
29	Вирус мирового беспорядка. Что такое киберфеминизм	1480	Информационно-описательная статья	Нет	Да	Да
30	«Колонии на Марсе – это слишком дорого»: Астроном Владимир Сурдин о жизни на другой планете	2017	Интервью	Да	Нет	Да
31	Непростая комбинация: профессор медицины о ребенке от троих родителей	1002	Очерк	Нет	Да	Да
32	Кыргызстан во время войны	1992	Фрагментарный текст	Нет	Нет	Да

33	Дороги победы	4298	Информационно-повествовательная статья	Да	Нет	Да
34	Почему болит спина?	3440	Информационно-аналитическая статья	Да	Нет	Да
35	Моранди	2176	Портретный очерк	Да	Да	Нет
36	900 дней жизни. Хроники блокады	Н/д	Документальная история	Нет	Да	Нет
37	1917. Столетие ужаса	2130 (плюс ссылки на статьи в рамках проекта)	Фрагментарный текст	Да	Нет	Нет
38	Как работает Евросоюз	4589	Фрагментарный текст	Да	Да	Нет
39	Викинги. Люди саги: жизнь и нравы	Более 10000	Очерк	Нет	Да	Нет
40	День, когда началась война	3496	Документальная история	Да	Да	Да

Приложение 2 - Репрезентативность мультимедийных элементов в образовательных лонгридах новых медиа

№	Название лонгрида	Инфо графика	Фото, Изображения	Иллюстрация	Видео	Аудиоподкаст	Аудиосопровождение	Карты и схемы	Таймлайн	Другое
1	Замля отчуждения. Чернобыль и его окрестности после аварии.	+	+	+	+	-	+	+	-	анимация
2	Дни Затмения. Спецпроект посвященный событиям 1991 года	-	+	+	+	-	-	-	-	-
3	Невольник чести. Последняя дуэль Пушкина	+	-	+	-	-	-	+	+	-
4	30 лет после Чернобыльской катастрофы	+	+	+	-	-	-	+	+	Гиперссылки на другие статьи
5	Кранахи художники с жилкой бизнесменов	+	-	+	+	-	-	-	-	-
6	Все относительно	+	+	+	-	-	-	+	-	-
7	Конец Советов 20 лет	-	+	-	+	-	-	-	-	-
8	Страны не стало	-	+	-	+	-	-	-	-	-
9	Выпуск 90	-	+	+	+	-	-	-	+	-

10	«От товара к товарищу» Екатерина Деготь о письмах Александра Родченко	-	+	-	-	-	-	-	-	-
11	Наука своими руками	+	+	-	-	-	-	-	-	-
12	Последние дни войны Берлинская операция	+	+	-	-	-	-	+	+	-
13	Шаг в сторону 11 способов по-новому пройти знаменитые московские маршруты	-	+	+	-	-	-	+	-	-
14	Циолковский космические пророчества	+	+	+	-	-	-	+	+	Анимация
15	Так кто же первый на луне?	-	+	-	-	-	-	-	-	-
16	Марс бросок	+	+	-	-	-	-	-	-	-
17	Пять уникальных медицинских разработок для нашего здоровья	-	+	+	-	-	-	-	-	-
18	Один день из жизни ученого	-	+	+	-	-	-	-	-	-
19	Арктика история освоения	+	+	-	-	-	-	+	-	-

20	Рафаэль в командировке	-	+	+	+	-	-	-	-	Анимация
21	Тициан Вечеллио, Якопо Тинторетто, Паоло Веронезе	-	+	-	-	-	-	-	-	-
22	Путеводитель по миру Мураками	+	+	+	-	-	-	-	-	Движущиеся модули
23	Биохакинг сквозь века	-	-	+	-	-	-	-	-	Движущая анимация
24	Золото Телецкого озера	+	+	-	+	-	-	+	+	Instagram окна
25	Киргизия	-	+	+	-	-	+	+	-	-
26	Магадан	-	+	+	-	-	-	+	-	-
27	Норвегия	-	+	+	-	-	-	+	-	-
28	Монголия	-	+	+	-	-	-	+	-	-
29	Вирус мирового беспорядка. Что такое киберфеминизм	-	+	+	-	-	-	-	-	Авторская анимация
30	«Колонии на Марсе – это слишком дорого»: Астроном Владимир Сурдин о жизни на другой планете	-	+	-	-	-	-	-	-	-

31	Непростая комбинация: профессор медицины о ребенке от троих родителей	-	-	+	-	-	-	-	-	-
32	Кыргызстан во время войны	+	+	-	+	-	+	-	+	-
33	Дороги победы	-	+	-	+	-	-	+	+	-
34	Почему болит спина?	-	+	-	-	-	-			
35	Моранди	-	+	-	+	-	-	-	-	-
36	900 дней жизни. Хроники блокады	-	+	+	-	-	+	+	+	-
37	1917. Столетие ужаса	+	+	+	-	-	-	+	+	-
38	Как работает Евросоюз	+	+	-	+	-	+	+	+	-
39	Викинги. Люди саги: жизнь и нравы	-	-	+	-	-	-	-	-	-
40	День, когда началась война	-	+	-	-	-	+	+	-	-

