

МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЕ ВОСПИТАНИЯ БУДУЩИХ ПЕДАГОГОВ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ ВУЗА

Голубева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры педагогики и психологии ФГБОУ ВО «Глазовский государственный инженерно-педагогический университет имени В.Г. Короленко», strategia@ggpi.org

Мирошниченко Алексей Анатольевич, доктор педагогических наук, профессор кафедры педагогики и психологии ФГБОУ ВО «Глазовский государственный инженерно-педагогический университет имени В.Г. Короленко», ggpi@mail.ru

Чиговская-Назарова Янина Александровна, кандидат филологических наук, ректор ФГБОУ ВО «Глазовский государственный инженерно-педагогический университет имени В.Г. Короленко», yaninaggpi@yandex.ru

Аннотация:

Актуальность статьи обусловлена трансформацией высшего образования и усилением его воспитательной составляющей. Несмотря на новые возможности медиатехнологий, эмпирические данные свидетельствуют о разрыве между декларируемыми целями воспитания и их реальным медиаотражением в информационной среде вуза. Методологическую основу составил системный подход, эмпирическую базу — контент-анализ официальных сайтов 80 российских вузов. Результаты выявили значительную вариативность в организации медиасопровождения: средний охват воспитательной тематики в новостной повестке составляет 22-25% с доминированием патриотического, профессионально-ориентированного и спортивно-оздоровительного кластеров. Хотя 85% вузов имеют специализированные разделы по воспитательной работе, их контент обновляется недостаточно активно. Перспективы исследований связаны с изучением эффективности форматов медиасопровождения и его влияния на профессиональную идентичность будущих педагогов.

Ключевые слова: медиасопровождение, воспитание, образовательная среда, вуз, сайт вуза.

Abstract:

The relevance of the article is due to the transformation of higher education and the strengthening of its educational component. Despite the new possibilities of media technologies, empirical data indicate a gap between the declared goals of education and their real media reflection in the information environment of the university. The methodological basis was a systematic approach, the empirical base was a content analysis of the official sites of 80 Russian universities. The results revealed significant variability in the organization of media support: the average coverage of educational topics in the news agenda is 22-25% with the dominance of patriotic, professional-oriented and sports and recreation clusters.

Although 85% of universities have specialized sections on educational work, their content is not actively updated. Research prospects are related to the study of the effectiveness of media support formats and its impact on the professional identity of future teachers.

Key words: media support, upbringing, educational environment, university, university website.

Исследование выполнено в рамках проекта «Разработка системы практик патриотической направленности в подготовке педагога дополнительного образования в области медиакоммуникаций (медиапедагога) в современном образовательном пространстве вуза». Проект реализуется при финансовой поддержке Министерства просвещения Российской Федерации в рамках государственного задания (дополнительное соглашение Министерства просвещения Российской Федерации и ФГБОУ ВО «Глазовский государственный инженерно-педагогический университет имени В.Г.Короленко» № № 073-03-2025-043/8 от 29.09.2025 к соглашению № 073-03-2025-043 от 15.01.2025, номер государственного учета № НИОКТР 1024033100024-0-5.3.1.

Введение

В условиях цифровой трансформации интернет-пространство стало ключевым источником социализации молодежи, что актуализирует использование медиатехнологий в воспитании [19].

На сегодняшний день проведен ряд разнообразных исследований, посвященных использованию таких технологий в воспитательной деятельности:

– социально-философский анализ медиавоспитания представлен в исследовании А.С. Бегалинова [4];

– педагогические условия формирования медиакультуры рассмотрены В.И. Лаптуном и В.И. Сафоновым [12];

– различные аспекты медиакомпетентности педагога изучены в работах Г.В. Романовой (вопросы медиадидактики и медиакомпетентности педагога) [15], Т.А. Бороненко, А.В. Кайсиной, В.С. Федотовой (оценка медиакультуры учителя как компонента квалификационного портрета) [6], И.И. Еникеевой

(концептуализация медиакомпетенции как условия обеспечения духовной безопасности личности будущего педагога) [9];

– дидактические особенности использования медиатехнологий проанализированы А.С. Галченковым (применение медиатехнологий в профессиональном образовании) [8] и М.В. Кузьминой (видеоинформационное обеспечение учебного процесса как фактор формирования медиакультуры учащихся) [10];

– особенности реализации молодёжных медиапроектов исследованы Е.А. Старковой [17];

– потенциал медиатехнологий в патриотическом воспитании молодёжи изучен А.В. Рогозянским [14].

Зарубежные исследователи также обращаются к вопросам медиапедагогики. Так, группа ученых из Казахстана исследует использование медиатехнологий в формировании креативности у будущих педагогов и психологов [2]. Нигерийские ученые обращаются к медиатехнологиям в контексте экологического образования [1]. Китайские ученые обращаются к вопросу использования медиатехнологий в инклюзивном образовании [3].

В контексте столь активного использования медиатехнологий в системе образования, в том числе высшего, официальный сайт вуза выполняет функцию центрального, доверительного медиаресурса, целенаправленно формирующего его имидж в восприятии таких целевых аудиторий, как студенты, абитуриенты, их родители и партнеры различного уровня.

Современная научная мысль активно исследует вузовские сайты в различных ракурсах. Ученые анализируют их с позиции привлекательности для российских и зарубежных абитуриентов [16], исследуют лексико-стилистическую специфику медиатекстов [7], оценивают их доступность для лиц с ограниченными возможностями здоровья [13]. Однако предметом нашего целевого анализа становится недостаточно изученный потенциал

официальных сайтов вузов как эффективного медиаинструмента в системе воспитания, с акцентом на патриотическую составляющую.

Актуальность данного направления не вызывает сомнений. Проблема патриотического воспитания в высшей школе всегда находилась в фокусе внимания педагогического сообщества. Однако на современном этапе, в период глубоких геополитических и социально-экономических изменений, сформированность у студентов четких нравственных и гражданских ориентиров приобретает характер стратегической задачи национального масштаба. Современные исследования в данной области охватывают широкий спектр вопросов: от общих принципов организации патриотической работы в вузе [5] до выбора конкретных средств и методов [18], включая использование цифровых инструментов [11]. Тем не менее, комплексный анализ именно медиасопровождения этой деятельности через основной публичный ресурс университета – его официальный сайт – представляет собой научную проблему, требующую детального рассмотрения.

Инструменты и методы

Методологической основой данного исследования выступил системный подход, который позволил рассмотреть медиасопровождение не как набор разрозненных информационных поводов, а как целостный и интегративный компонент воспитательной системы педагогического вуза. В рамках этого подхода официальный сайт понимается как ключевой элемент цифровой образовательной среды, выполняющий не только репрезентативную, но и непосредственно воспитательную функцию.

Эмпирическую базу исследования составили результаты контент-анализа официальных сайтов 80 российских вузов. Для обеспечения репрезентативности выборка включила 20 педагогических, 20 классических, 20 технических и 20 профильных (медицинских, аграрных, культурных и др.) университетов. Процесс выборки вузов способствует нормальному распределению полученных результатов. География исследования охватила

56 регионов Российской Федерации, что позволило минимизировать влияние региональной специфики на общие выводы.

Сбор данных проводился в период с января по сентябрь 2025 года. Анализ проводился по ряду параметров, включая диагностируемость целей воспитания, их связь с образовательной средой, наличие и интенсивность освещения воспитательных практик (особенно патриотических), а также содержательные приоритеты медиасопровождения. Для обработки полученных данных использовались методы количественного (подсчет частот, долей, средних значений) и качественного (тематический и лингвистический анализ) анализа.

Результаты исследования

Первый этап анализа был сфокусирован на том, как воспитательные цели и задачи, закрепленные в локальных нормативных актах, представлены в цифровой среде вуза. Установлено, что около 85% исследуемых вузов имеют на своих сайтах специальный раздел, содержащий информацию о воспитательной работе, доступный для перехода с главной страницы. Как правило, такой раздел содержит Рабочую программу воспитания и Календарный план воспитательной работы на текущий учебный год.

Анализ Рабочих программ воспитания показал значительный разброс в качестве целеполагания. Несмотря на формальное наличие программ, лишь в 30% случаев цели воспитания, представленные на сайтах, можно было признать диагностируемыми или скорее диагностируемыми, то есть сформулированными в терминах конкретных, наблюдаемых и измеримых результатов. В остальных случаях формулировки носили общий, декларативный характер («воспитание гармоничной личности», «формирование гражданской позиции»), что затрудняет оценку эффективности проводимой работы.

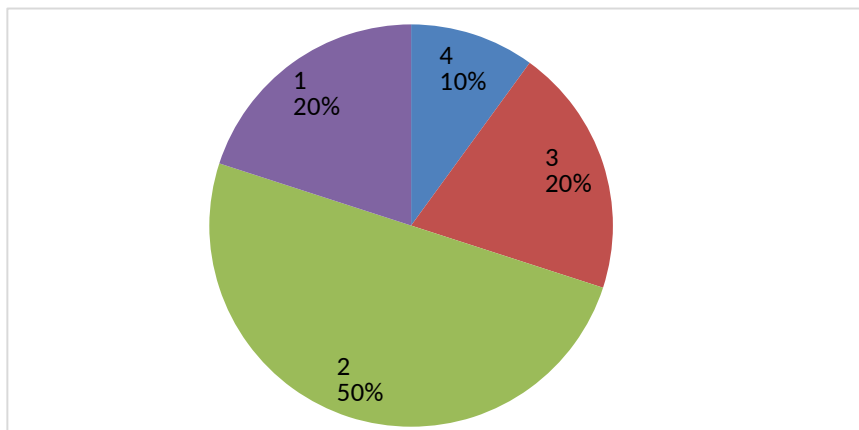


Рисунок 1. Доля вузов по уровню диагностируемости цели (4 – цели воспитания диагностичны, 3 – скорее диагностичны, 2 – скорее не диагностичны. 1 – не диагностичны).

Проведенный анализ выявил неоднородность в степени отражения взаимосвязи между задачами воспитания и возможностями образовательной среды вуза в представленной рабочей программе. Распределение оценок демонстрирует, что программа содержит элементы описания данной взаимосвязи, однако этот аспект проработан непоследовательно и требует дальнейшей детализации. В незначительной части программы присутствуют четкие и конкретные формулировки, которые прямо указывают, как именно ресурсы, инфраструктура или специфические характеристики образовательной среды вуза (например, музей, студенческие объединения, социокультурное пространство города) используются для достижения конкретных воспитательных задач (около 10 %). Значительная часть программы содержит указания на использование возможностей среды, но связь носит общий, декларативный характер. Формулировки, такие как «использовать потенциал университетской среды» или «организовать взаимодействие с студенческими клубами», не подкрепляются конкретными механизмами, методами или ожидаемыми результатами, что затрудняет оценку эффективности этой взаимосвязи (около 40 %). В почти половине случаев задачи воспитания и возможности среды представлены изолированно. Констатируются задачи (например, «сформировать гражданскую позицию»), и отдельно перечисляются элементы среды (например, «наличие студенческого совета»), но прямая причинно-

следственная связь между ними не раскрывается. Непонятно, как именно работа студенческого совета ведет к формированию гражданской позиции (около 40 %). Для некоторых задач воспитания полностью отсутствуют отсылки к каким-либо ресурсам или особенностям образовательной среды вуза, что делает их достижение в контексте данного учебного заведения абстрактным (около 10 %).

Что касается патриотического воспитания, то в качестве отдельного, структурно выделенного элемента сайта оно представлено крайне редко. Его анализ требует погружения в текст нормативных документов и последующего изучения новостной повестки. При этом визуальные маркеры патриотической направленности присутствуют на главных страницах примерно 15% сайтов. Наиболее распространенным примером является баннер или специальный раздел, посвященный 80-летию Великой Победы. Вузы демонстрируют и более креативные подходы. Так, например, Омский государственный технический университет разместил на главной странице раздел медиаматериалов, содержащий интервью с выпускниками, которые с патриотических позиций рассказывают о возможностях для молодежи в России, а также с бойцами СВО, подчеркивающими важность защиты национальных интересов. Еще одним встречающимся элементом является размещение символики или ссылок на деятельность Российского общества «Знание», для которого патриотическое воспитание является одним из приоритетов.

Обращение к календарным планам воспитательной работы подтвердило, что все вузы формально реализуют патриотическое воспитание. Однако насыщенность этой деятельности варьируется в чрезвычайно широких пределах: доля мероприятий патриотической направленности в общем объеме воспитательных событий составляет от 8% до 63%. Примечательно, что прямая корреляция между типом вуза (педагогический, технический и т.д.) и процентом патриотических мероприятий не выявлена. Педагогические вузы, как правило, демонстрируют наибольшее общее

количество воспитательных мероприятий, но удельный вес патриотической составляющей в их программах не всегда является максимальным.

Анализ новостных лент за 9 месяцев выявил, что доля публикаций, посвященных воспитательной работе, в общей новостной повестке вузов варьируется от 8% до 42%, составляя в среднем 22-25%. Этот показатель косвенно свидетельствует о приоритетности воспитания в информационной политике университета.

Интересно оценить и интенсивность выхода новостей на сайтах вуза. Говоря, о доле новостей, посвященных воспитанию, нужно понимать, что это доли от абсолютно разного количества. Так, максимальное количество новостей за 9 месяцев вышло, например, в Саратовском государственном университете имени Н.Г. Чернышевского – 1248 публикаций при среднем количестве новостей за этот период в других вузах – 400-500 публикаций.

Качественный анализ рубрики выявил две принципиально разные стратегии. Около 35% вузов выделяют воспитательную деятельность в самостоятельную рубрику (например, «Воспитательная работа», «Молодежная политика»), что подчеркивает ее институциональный статус и системный характер. Остальные вузы интегрируют новости о воспитании в рубрики «Студенческая жизнь», «Культура и спорт» или просто публикуют их в общей ленте без специальной маркировки. Это различие свидетельствует о двух противоречивых нарративах, окружающих концепцию воспитания в современном университете: от признания ее в качестве самостоятельной и стратегически важной задачи до ее отождествления с факультативной, досуговой активностью.

Анализ выявил и профильную специфику воспитательных практик. В технических вузах доминирует профессионально-ориентированное воспитание, реализуемое через проектную деятельность и сотрудничество с предприятиями. Вузы национальных республик акцентируют этнокультурный компонент и формирование гражданской идентичности. В медицинских университетах воспитание неразрывно связано с

профессиональной этикой и научно-исследовательской работой. В творческих вузах воспитательный процесс органично интегрирован в саму ткань профессионального обучения через анализ произведений и коллективные проекты, что затрудняет его формальное выделение.

Существенной проблемой при оценке эффективности медиасопровождения воспитательной деятельности является сложность определения реального охвата аудитории по материалам, публикуемым на официальном сайте и в других ресурсах. В подавляющем большинстве публикаций отсутствуют конкретные количественные данные об участии представителей профессорско-преподавательского состава и студенчества в освещаемых мероприятиях. Отсутствие такой статистики не позволяет объективно проанализировать масштаб вовлеченности целевых групп и, как следствие, затрудняет оценку действительного воздействия и результативности проводимой воспитательной работы.

По жанрово-тематическому признаку все новости о воспитательной работе можно классифицировать на три вида:

- событийные (70-80%): отчеты о проведенных или анонсы планируемых мероприятий (концерты, спортивные соревнования, волонтерские акции и т.д.);

- информационно-просветительские (15-20%): материалы, содержащие дополнительную информацию по вопросам профилактики негативных явлений, правового просвещения, здорового образа жизни;

- имиджевые (5-10%): новости о достижениях вуза в сфере воспитания, победах в конкурсах и рейтингах.

Тематический анализ новостей, посвященных патриотическому воспитанию, позволил выделить пять устойчивых кластеров:

- историко-мемориальный кластер (около 32%): наиболее распространенный и проработанный, включает публикации, посвященные Великой Отечественной войне (участие в акции «Бессмертный полк»,

истории ветеранов-сотрудников вуза, создание виртуальных музеев боевой славы, проведение тематических конференций и уроков мужества);

– гражданско-патриотический кластер: освещение мероприятий, связанных с государственной символикой (День России, День народного единства), встреч с представителями органов власти, волонтерских и добровольческих акций общероссийского и регионального масштаба (18 %);

– военно-патриотический кластер: включает новости о мероприятиях спортивно-военной направленности (военно-спортивные игры, соревнования по стрельбе, сотрудничество с военкоматами и ветеранскими организациями) (23 %);

– краеведческий и культурный кластер: акцент на связи вуза с регионом (рассказ о вкладе университета и его ученых в развитие территории, освещение культурных традиций народов, проживающих в регионе, проекты по продвижению русского языка)(19 %);

– научно-патриотический кластер: акцент на достижениях отечественной науки, публикует материалы о современных разработках ученых университета, имеющих стратегическое значение для страны, тем самым формируя гордость за отечественную науку и технологический суверенитет (8 %).

Краткий лингвистический анализ новостных публикаций позволил выявить набор устойчивых языковых средств и речевых стратегий, используемых для конструирования патриотического дискурса. Коммуникативная стратегия вузов характеризуется стремлением к созданию эффекта сопричастности и формированию коллективной идентичности.

На лексическом уровне это проявляется в активном использовании слов и словосочетаний с обобщенно-положительной и мобилизационной семантикой, образующих специфический «патриотический тезаурус»: «верность традициям», «служение Отечеству», «гражданская ответственность», «преемственность поколений», «духовно-нравственные ценности», «любовь к малой Родине». В текстах историко-мемориальной

тематики частотна метафорика, связанная с семейным родством и памятью («семейная память», «брат пример с дедов и прадедов», «бессмертный полк»), что способствует эмоциональному воздействию и персонализации истории.

На синтаксическом уровне доминируют конструкции, выражающие общность и совместную деятельность: безличные предложения с модальными словами («важно помнить», «необходимо чтить») и предложения с местоимением «мы» в обобщенно-личном значении («мы храним память», «наши студенты отдают дань уважения»). Это создает эффект включенности адресата (студента) в общее дело. Кроме того, для имиджевых новостей характерно использование номинализаций («воспитание патриотизма», «формирование гражданской позиции»), которые придают деятельности абстрактный, институционально-значимый характер.

Таким образом, лингвистическое оформление новостей не является нейтральным, оно представляет собой целенаправленное моделирование реальности, в рамках которой патриотизм позиционируется как неотъемлемая и разделяемая ценность университетской жизни, связывающая прошлое, настоящее и будущее как отдельного вуза, так и страны в целом.

Несмотря на формальное присутствие патриотической тематики, анализ выявил ряд системных недостатков в медиасопровождении:

– **фрагментарность и эпизодичность:** информация часто носит сугубо событийный, новостной характер и не выстроена в единую, целостную систему, в рамках которой разовые акции были бы звеньями общей логики воспитательного процесса;

– **низкий уровень интерактивности:** сайты в основном функционируют в режиме монолога администрации, направленного на студенческую аудиторию, практически отсутствуют инструменты для диалога, совместного обсуждения, комментирования событий;

– **дефицит мультимедийности и современных цифровых форматов:** преобладают традиционные текстовые новости, сопровождаемые стандартными фотогалереями.

Исходя из выявленных проблем, можно сформулировать ключевые направления для раскрытия потенциала вузовского сайта как медиаинструмента воспитания:

– **сайт как площадка реализации интегрированной медиастратегии.** Вуз должен разработать и внедрить целостную медиастратегию патриотического воспитания, которая будет неотъемлемой частью общей коммуникационной политики университета. Эта стратегия должна определять целевые аудитории, ключевые сообщения, форматы и каналы взаимодействия;

– **сайт как площадка для трансляции деятельности межструктурной команды.** Необходимо визуализировать и сделать прозрачной работу команды, ответственной за организацию патриотического воспитания (проректор, управление по молодежной политике, кураторы, студенческие объединения), показывая ее как слаженный механизм;

– **сайт как площадка трансляции специальных патриотических медиапроектов.** Вузам следует перейти от освещения разрозненных событий к созданию и продвижению долгосрочных, брендированных медиапроектов. Примеры: «Цифровая летопись подвига» (сбор и оцифровка историй ветеранов), «Профессора Победы» (серия интервью с учеными-фронтовиками), интерактивная карта «Наука для фронта» и т.д;

– **сайт как средство мониторинга и обратной связи.** Сайт должен быть оснащен инструментами аналитики, позволяющими в режиме реального времени отслеживать вовлеченность аудитории. Это позволит оценивать эффективность, актуальность и востребованность формируемой новостной повестки.

Заключение

Проведенное исследование подтвердило, что официальный сайт университета обладает значительным, но еще далеко не в полной мере реализованным потенциалом в качестве медиаинструмента воспитания. В настоящее время он в основном выполняет функцию пассивного информационного канала, транслирующего свершившиеся события.

Превращение сайта в активную, интерактивную воспитательную платформу, интегрированную в образовательный процесс и способствующую формированию профессиональной идентичности будущего учителя, требует целенаправленных и системных усилий. Ключевыми направлениями такой трансформации являются: систематизация контента и выстраивание целостной воспитательной системы; внедрение современных мультимедийных и интерактивных форматов; активное вовлечение самой студенческой аудитории в процесс сотворчества – совместного создания смыслов и контента.

В условиях интенсивного информационного противоборства такой трансформированный официальный сайт может стать для вуза ключевым опорным ресурсом для формирования у студента устойчивой, осознанной и деятельной гражданской идентичности. Эта идентичность должна быть основана не на декларациях, а на глубоком знании истории и культуры своей страны, критическом осмыслении текущих событий и чувстве личной ответственности за ее будущее.

Список литературы

1. Ambe B. A., Agbor C. E., Amalu M. N., Ngban A. N., Bekomson A. N., Etan M. O., Ephraim I. E., Asuquo E. E., Eyo O. E., Ogunjimi J. O. Electronic media learning technologies and environmental education pedagogy in tertiary institutions in Nigeria // *Social Sciences & Humanities Open*. 2024. Vol. 9. Art. 100760. DOI: 10.1016/j.ssaho.2023.100760.
2. Koshanova M. T., Abdirkenova A. K., Seiitkazy P. B., Koshanova Z. T., Seitkassymov A. A. The use of media technologies in the formation of creativity in future psychological and pedagogical specialists // *Thinking Skills and Creativity*. 2021. Vol. 41. Art. 100891. DOI: 10.1016/j.tsc.2021.100891.
3. Yin R. S., Sin K. F. K., Wang Y. Q. Teacher professional development of digital pedagogy for inclusive education in post-pandemic era: Effects on teacher competence, self-efficacy, and work well-being // *Teaching and Teacher Education*. 2025. Vol. 168. Art. 105230. DOI: 10.1016/j.tate.2025.105230.

4. Бегалинов А. С. Некоторые аспекты глобализации и медиавоспитания в современном обществе // Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество. – 2021. – №4-1. – С. 310-312.
5. Богданова М.В., Сорокина Е.Н., Белов С.А. Цифровые инструменты и технологии в гражданско-патриотическом воспитании студентов высших учебных заведений // Проблемы современного педагогического образования. 2025. №87-4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-instrumenty-i-tehnologii-v-grazhdansko-patrioticheskom-vospitanii-studentov-vysshih-uchebnyh-zavedeniy> (дата обращения 10.10.2025).
6. Бороненко Т. А., Кайсина А. В., Федотова В. С. Оценка медиакультуры учителя как компонента его квалификационного портрета // Образование и наука. – 2018. – №4. – С. 39-62
7. Виниченко В.А. Лексико-стилистическая специфика медиатекстов в формировании имиджа вуза в интернете // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/leksiko-stilisticheskaya-spetsifika-mediatekstov-v-formirovanii-imidzha-vuza-v-internete> (дата обращения: 10.10.2025).
8. Галченков А. С. Дидактические особенности применения медиатехнологий в профессиональном образовании: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08. – Москва, 2014. – 215 с.
9. Еникеева И. И. Концептуализация медиакомпетенции как условия обеспечения духовной безопасности личности будущего педагога // Педагогический журнал Башкортостана. – 2023. – №2 (100). – С. 78-88.
10. Кузьмина М. В. Видеоинформационное обеспечение учебного процесса как фактор формирования медиакультуры учащихся // Медиаобразование. – 2009. – №1. – URL: https://www.mediagram.ru/netcat_files/101/119/h_d9629cb5f1be6eee36273710c9cad49a (дата обращения: 12.06.2025).
11. Курилов С.Н., Родин А.Б., Рашитова Л.К Роль высших учебных заведений в патриотическом воспитании студентов // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2022. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-vysshih-uchebnyh-zavedeniy-v-patrioticheskom-vospitanii-studentov> (дата обращения: 10.10.2025).
12. Лаптун В. И., Сафонов В. И. Педагогические условия формирования медиакультуры будущего учителя // Педагогика. Вопросы теории и практики. – 2022. – №4. – URL: <https://pedagogy-journal.ru/article/ped20220061/fulltext> (дата обращения: 12.06.2025).
13. Медведева Е.Ю., Ольхина Е.А. Веб-доступность как компонент инклюзивного высшего образования // БГЖ. 2020. №2 (31). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/veb-dostupnost-kak-komponent-inklyuzivnogo-vysshego-obrazovaniya> (дата обращения: 10.10.2025).
14. Рогозянский А. В. Потенциал медиатехнологий в патриотическом воспитании молодёжи: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.05. – Санкт-Петербург, 2010. – 210 с. – URL: <https://dlib.rsl.ru/> (дата обращения: 12.05.2025).
15. Романова Г. В. Медиадидактика и медиакомпетентность педагога: к трактовке понятий // Проблемы современного педагогического образования. – 2022. – №74-1. – С. 217-219.
16. Савчук Г.А., Бритвина И.Б., Франц В.А. Интернет-сайты вузов как канал коммуникации в привлечении студентов из стран Центральной Азии в контексте теории "мягкой силы" // Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. 2021.

№60. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-sayty-vuzov-kak-kanal-kommunikatsii-v-privlechenii-studentov-iz-stran-tsentralnoy-azii-v-kontekste-teorii-myagkoy-sily> (дата обращения: 10.10.2025).

17. Старкова Е. А. Особенности реализации молодёжных медиапроектов в цифровой среде: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.05. – Москва, 2021. – 187 с. – URL: <https://dlib.rsl.ru/> (дата обращения: 12.05.2025).

18. Фоминых С.О. К вопросу организации деятельности по гражданско-патриотическому воспитанию студентов // Образовательные ресурсы и технологии. 2022. №2 (39). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-organizatsii-deyatelnosti-po-grazhdansko-patrioticheskomu-vospitaniyu-studentov> (дата обращения: 15.10.2025).

19. Фотиева И.В. Медиа технологии в современном образовании: Pro et contra // Международный научно-исследовательский журнал. 2016. № 3(58). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediatehnologii-v-sovremennom-obrazovanii-pro-et-contra> (дата обращения: 24.05.2025).