

**АКТУАЛИЗАЦИЯ СУБЪЕКТНОЙ ПОЗИЦИИ СТУДЕНТОВ
В МАСС-МЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СОЦИУМА
КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ЭКРАННОЙ КУЛЬТУРЫ**

**Ивлев А.А., преподаватель кафедры электронных средств массовой информации Оренбургского государственного университета,
г. Оренбург**

Экранная культура рассматривается как продукт информационного развития личности современного человека. Одной из важнейших характеристик актуализации субъектной позиции студентов в масс-медийном пространстве университета, автор определяет умение делать выбор.

Ключевые слова: экранная культура, масс-медийное пространство, субъектная позиция.

The actualization of the student's subject-position in the mass-media space of the educational society as a factor of screen culture level's rising

*Ivlev A.A., a lecturer of the electronic media, radio and television companies' department of OSU,
Orenburg*

Screen culture is examined as the informational development's product of modern personality's development. The author defines the ability of making choice as one of the main characteristics of actualization of student's subject-position in mass-media space of the university.

Key words: screen culture, mass-media space, subject-position.

Экранная культура, выступая продуктом информационного развития личности человека XXI века, подчёркивает определяющую значимость средств массовой коммуникации (масс-медиа) в жизни современной молодёжи, определяет характерные черты нравственного облика современного специалиста, оказывая существенное влияние на эффективность профессионально-коммуникативной деятельности.

Опираясь на исследования И.А. Зимней, А.Н. Леонтьева, К. Роджерса, Д.Н. Узнадзе, Э. Фромма, мы сделали вывод о том, что содержание понятия «экранная культура» включает определённый уровень информационного развития личности, проявляющийся в совокупности интегративных качеств-компетенций, характеризующихся комплексом знаний, умений и навыков, необходимых для получения, использования и передачи аудиовизуальной информации

посредством экрана. Названный комплекс связывается с медиакомпетентностью, проявляется в обогащающемся опыте решения задач через интерпретационное преломление экранных текстов, осуществляемых с учётом эстетических норм и правил, основанных на чувствах и переживаниях, вызванных особым психологическим воздействием экрана.

Процесс формирования экранной культуры предполагает в качестве основной образовательной задачи личностное развитие студентов, умеющих контролировать потребление аудиовизуальной продукции, делать выбор и противодействовать натуралистическому изображению насилия на экране, а также обладающих способностью к критическому анализу экранных текстов разных видов и жанров (12).

В период вузовского обучения, когда потребность в образовании и общении выступает личностно значимой ценностью, развитие экранных умений и навыков, используемых в учебной, повседневной и будущей профессиональной деятельности, становится особенно актуальным. В этой связи необходимость формирования экранной культуры студентов в образовательном пространстве современного социума вполне очевидна и педагогически значима.

Образовательный социум представляет собой некую среду, состоящую из тех людей, с которыми происходит непосредственное общение в процессе получения знаний и навыков: преподавателей, учёных-исследователей, управленцев, сокурсников, будущих работодателей, предоставляющих места для прохождения практики. Эта среда воздействует на всех и на каждого человека в отдельности. (1, 3).

Безусловно, эффективность образовательного процесса в вузе находится в прямой зависимости от актуализации субъектной позиции студентов. В современной психологии понятие «субъект» рассматривается в основном в двух значениях: как субъект деятельности, способный её освоить и творчески преобразовать, и как субъект жизни, внутреннего (душевного) мира, способный выстраивать стратегию и тактику своей жизнедеятельности. Становление и развитие субъектности не имеют чётких возрастных границ, поскольку прямым образом зависят от социальных и психолого-педагогических условий индивидуального бытия человека (7, 11).

Особое место в осуществлении процессов интеграции и социальных изменений принадлежит масс-медиа. Они играют большую роль в формировании общественного мнения. Следовательно, взаимодействие высшей школы и средств массовой коммуникации важно выстраивать, во-первых, на анализе функций и дисфункций масс-медиа, во-вторых, на формировании у обучающихся потребности в личностно-ориентированной информации и критериев её отбора и анализа. Причём степень реализации воспитательного потенциала средств массовой коммуникации во многом зависит от отношения школы к самим масс-медиа. Анализ их взаимодействия позволяет сделать вывод, что пара-

дигма педагогического отношения практически к каждому новому средству коммуникации включает следующие исторические этапы: неприятие (отторжение), использование в качестве вспомогательного средства, изучение закономерностей функционирования информации и создания сообщений в различных масс-медиа (6).

В свою очередь, развитие средств массовой коммуникации делает досуг молодёжи формой потребления информационных и культурных продуктов, формируя представление аудитории о том, что лучший способ времяпрепровождения – это развлечения. Средства массовой коммуникации с одной стороны продуцируют представление о предпочтительных формах досуга, а с другой – сами выступают в качестве способа заполнения свободного времени. Они становятся и способом «раскрутки» образа жизни, центрированного на играх и развлечениях, и способом их реализации: «виртуализированная форма развлечений и есть само содержание, подобно тому, как средство коммуникации само и есть сообщение» (6). Телевидение, компьютерные игры, развлечения в сети Интернет – потребление этих ресурсов выступает абсолютной доминантой молодёжного досуга, саморазвитие иногда уходит на задний план, перестаёт рассматриваться как возможная досуговая практика (9, с. 137-139).

В то же время с помощью экранных средств коммуникации студенческая молодёжь активно погружается в образовательную деятельность. Возможности Интернета позволяют в короткие сроки подготовить доклады, рефераты, написать курсовые. Если раньше парадигма образования выглядела так: преподаватель – учебник – студент. Сегодня взаимоотношения несколько изменились: студент – база электронных ресурсов – преподаватель. В новых условиях от участников образовательного процесса требуется творческий подход, поиск и анализ предлагаемой информации, что проявляется в субъектной позиции (8, с. 57).

В ходе опытно-педагогической работы нас интересовали актуализация и развитие субъектной позиции студентов университета в масс-медийном пространстве образовательного социума. От того, насколько эффективно и сбалансированно они происходят, в конечном итоге зависит уровень сформированности экранной культуры личности, так как использование экранных ресурсов и взаимодействие со средствами массовой коммуникации в образовательных целях помогают студентам понять их реальную полезность и значимость.

Мы определили, что развитие субъектной позиции студентов университета в образовательном социуме представляет собой процесс, возникающий в результате взаимодействия в ходе учебной деятельности и предполагающий обмен знаниями и обогащение информацией путём использования экранных средств коммуникации. Это способствует структурной дифференциации деятельностного компонента экранной культуры, связанного с совершенствованием информационно-коммуникативных умений и профессиональных навыков.

Эффективнее всего развитие субъектной позиции может осуществляться в следующих направлениях:

- взаимодействие через Интернет, когда в процессе образовательной деятельности используются электронная почта, электронные библиотеки, образовательные (студенческие) сайты и порталы, блоги, социальные сети («В Контакте. Ру», «Одноклассники. Ру» и др.);

- «телевизионное» взаимодействие с целью обогащения информацией с последующим её обменом путём участия студентов в телешоу социально-образовательной направленности, смс-викторинах, конкурсах, общения с гостями студии в прямом эфире, использования возможностей интерактивного телевидения;

- участие в подготовке и создании собственных студенческих телевизионных программ, возможность на личном опыте узнать, как создаётся «экранный продукт».

Взаимодействие через Интернет сегодня одно из самых распространённых и массовых форм общения субъектов экранной культуры. С каждым годом Всемирная паутина становится всё более доступной и объединяет всё большее количество пользователей. Интернет привлекает своими отличительными, не похожими на другие средства коммуникации качествами. Среди них интерактивность, персональный подход, мгновенность (скорость передачи информации постоянно растёт), измеримость (можно быстро оценить популярность той или иной публикации), гибкость, взаимосвязанность (наличие гиперссылок).

Сегодня Интернет стал не только новым видом связи и большой базой данных, но и системой получения знаний, которая позволяет наполнить новым содержанием идею личностной ориентации обучения, развития способности личности вести поликультурный диалог. Применение его для целей образования стало моментом, по значимости сравнимым с переходом от устной формы хранения и передачи знаний к письменной. И это требует от педагогической общественности более эффективного использования открывающихся технологических и дидактических возможностей.

В процессе образовательной деятельности субъекты экранной культуры всё чаще используют для общения электронную почту, социальные сети, а также блоги (так называемые сетевые дневники). Это явление сегодня активно набирает обороты. Свои блоги имеют популярные артисты, журналисты, политики, студенты, преподаватели. Своего рода новшеством стало интернет-общение Президента Российской Федерации Д. А. Медведева с помощью видеоблога (2).

Сетевой дневник позволяет пользователям и посетителям задавать друг другу вопросы, получать ответы, вести переписку, смотреть видео, обмениваться интересной информацией, иногда представленной просто в виде ссылок на другие электронные источники и ресурсы. Некоторые журналисты даже сравнивают блог со своеобразным маленьким средством массовой информации.

Другая форма Интернет-взаимодействия – образовательные порталы. Став специальной инфраструктурой поддержки учебно-образовательного процесса, они концентрируют электронные ресурсы в различных предметных областях и почти на всех уровнях образования, систематизируют и классифицируют их, а также обеспечивают информационное и административное сопровождение образовательной деятельности. Это во многом способствует реализации образовательных программ различных уровней, активизации научно-педагогической деятельности, распространению передовых инновационных методик.

Один из примеров – Региональный образовательный портал Оренбургской области (10). Аккумулируя интеллектуальные, культурные, программно-методические, организационные и технические ресурсы, он является фактором, стимулирующим педагогов к участию в формировании образовательной среды, поскольку именно на основе их культурного опыта, знаний осуществляется пополнение содержательной, общекультурной составляющей информационного образовательного пространства. Региональный образовательный портал является системой, выполняющей миссию обеспечения информационно-методическими материалами преподавателей, учителей и обучающихся разных категорий, интеграции опыта инновационной работы в образовательных учреждениях Оренбуржья.

Основным информационным компонентом портала является его библиотека, база данных которой хранит электронные документы и изображения определённых форматов. Это региональный каталог электронных изданий на CD- и DVD-дисках; полнотекстовые публикации (курсы лекций, учебники и учебные пособия, монографии, статьи, материалы конференций); аннотации и рецензии на материалы, размещаемые порталом без права полнотекстовой публикации; информация об образовательных ресурсах региона, библиотеках, музеях и архивах; аннотированный каталог предметно-ориентированных Интернет-ресурсов. Посетители Регионального образовательного Интернет-портала Оренбургской области могут также всегда быть в курсе последних новостей в мире образования, следить за состоянием рынка труда, получая информацию о работодателях и имеющихся вакансиях, задавать вопросы интересным собеседникам в режиме он-лайн, принимать участие в Интернет-голосованиях.

«Телевизионное» взаимодействие субъектов экранной культуры сегодня в целом не уступает Интернету. Большой популярностью, в том числе в образовательном социуме, пользуются программы, в основе которых «прямое» общение, возможность высказать своё мнение, задать вопрос гостю передачи, принять участие в дискуссии. Основываясь на результатах последних исследований в этой области, можно сказать, что, к сожалению, подобного рода программ сегодня на телевидении очень мало, либо они не всегда способствуют культурному обогащению зрителей. Поэтому важно, чтобы задачей вуза в целом и препода-

вателя в частности была предварительная проработка сетки вещания, имелись определённые знания об основах экранной культуры.

Активизировать взаимодействие субъектов экранной культуры призвано интерактивное телевидение, основанное на тесном взаимодействии со зрительской аудиторией и с каждым зрителем в отдельности. Интерактивное телевидение – это глобальное понятие, означающее принципиально новый этап в развитии телевидения. Само слово «интерактивное» произошло от слияния двух английских слов: «inter» – «между» и «active» – «деятельность», «активность», т. е. активное взаимодействие между пользователем и источником информации.

В чистом виде система интерактивного телевидения – это система телевидения, которая даёт пользователю возможность выбора вида телепередачи и времени начала её воспроизведения. Однако в настоящее время понятие интерактивного телевидения значительно расширилось и обычно классифицируется в зависимости от наличия дополнительных услуг, по архитектуре построения сети, по организации обратного канала, по скорости передачи данных в обратном канале, по степени интерактивности.

Наибольшей эффективности в развитии у студентов субъектной позиции придаёт их личное участие в производстве телепрограмм. В конечном итоге это имеет одно из важнейших значений в формировании экранной культуры как интегративного личностного качества, способствует её высокому уровню сформированности, потому что данный процесс взаимодействия направлен на структурную дифференциацию деятельностного компонента. Участие в производстве телепрограмм позволяет:

- информировать студентов, преподавателей и прочих сотрудников о жизни университета;
- организовать студенческую жизнь;
- способствовать выражению и формированию мнения аудитории по различным вопросам.

Сегодня многие ведущие вузы имеют собственные студенческие лаборатории и студии по производству телерадиопрограмм. Также всё активнее в обиход студенческой жизни входит собственное телевизионное вещание. Оно включает, как правило, разные по тематике программы, подготовленные студентами. Их рейтинг уже изначально высок, так как поднимаются те темы и проблемы, которые интересны самим студентам. Причём многие студенческие телеканалы сегодня расширяют аудиторию и ведут Интернет-трансляции своих программ в реальном времени.

Такую форму вещания мы рассмотрели на примере челябинской телекомпания Южно-Уральского государственного университета «ЮУрГУ-ТВ». Информационно-образовательный канал появился в 2004 году. Это первый некоммерческий молодёжный, студенческий телеканал в России (14, с. 71). Сегодня в его программе – различные информационно-развлекательные, учебно-об-

разовательные передачи и авторские проекты, посвящённые значимым событиям в жизни университета и города. Есть специальные циклы о самых известных людях ЮУрГУ, о спортивных и творческих достижениях студентов, об особенностях каждого факультета. Университетская телекомпания постоянно развивается, и очередным этапом её развития стала трансляция в сети Интернет. Всё началось с того, когда на сайте университета в режиме реального времени транслировался процесс зачисления абитуриентов.

Интернет-трансляция как пример конвергенции электронных СМИ – сегодня по праву идеальная платформа для осуществления маркетинговых коммуникаций и распространения медиапродукции в образовательном социуме, что даёт дополнительные возможности учебному процессу студентов. В то же время опыт участия студентов в производстве экранного контента в образовательном социуме пока до конца не используется. Как правило, деятельность по созданию телевизионных программ свойственна только студентам факультета журналистики в силу того, что это необходимо для практики. Тогда как взаимодействие во всём социуме будет более продуктивным, если в этот вид деятельности будут вовлечены и студенты других специальностей, для которых это станет, возможно, одним из важнейших условий формирования экранной культуры как части общечеловеческой.

В ходе опытно-педагогического исследования нами был проведён опрос, в котором приняли участие **600** человек – студенты различных вузов города Оренбурга. Из них – примерно равное количество юношей (**294** чел.) и девушек (**306** чел.). Средний возраст респондентов составил от 18 до 22 лет. Опрос проводился путём анкетирования. Нам важно было выявить уровень взаимодействия субъектов экранной культуры в образовательном социуме и сравнить его с уровнем взаимодействия субъектов экранной культуры вне образовательного социума. Под последней формой мы подразумевали использование экранных средств с целью заполнения свободного времени, отдыха, развлечения, не всегда связанных с обогащением образовательного и духовного потенциала.

Основываясь на результатах других опросов и исследований, посвящённых современным средствам коммуникации, мы акцентировали внимание на Интернет- и ТВ-взаимодействии, так как и Интернет, и телевидение сегодня пользуются наибольшей популярностью среди молодёжи, выступая основными посредниками для общения и обмена информацией. Помимо выявления направления деятельности по использованию экранных коммуникаций, нас интересовал ещё и уровень потребления, как телевидения, так и ресурсов сети Интернет. Ведь именно умение ограничивать себя в использовании современных средств массовой коммуникации, выбирая нужное и важное, является одним из критериев сформированности экранной культуры личности.

Обозначенный комплекс задач позволил сформулировать основные вопросы анкеты:

1. В каких целях чаще всего Вы используете электронные средства массовой коммуникации (Интернет, телевидение):

- в образовательной деятельности;
- просто для развлечения?

2. Ограничиваете ли Вы себя во взаимодействии с Интернетом и телевидением в зависимости от цели использования:

- нет, не ограничиваю;
- да, потому что уделяю внимание качеству информации;
- никогда над этим не задумываюсь?

Оба вопроса были взаимосвязаны между собой. По сути второй являлся продолжением первого, что позволило нам как раз определить уровень потребления телевидения и ресурсов сети Интернет в зависимости от цели и направления деятельности. При ответе на первый вопрос результаты оказались следующими:

- использование Интернета и телевидения в образовательной деятельности – **282** чел. (**47%**);
- использование Интернета и телевидения для развлечения – **318** чел. (**53%**).

Как видим, большинство опрошенных представителей молодёжи предпочитают с помощью современных электронных средств массовой коммуникации организовывать свой досуг, заполняя свободное время. Эти данные схожи с результатами аналогичных опросов в целом по России. И это одна из проблем, проявляющаяся в занижении роли современных масс-медиа, в неумении максимально использовать их возможности с большей эффективностью для собственного развития.

Таблица 1 – Взаимосвязь уровня потребления электронных средств массовой коммуникации с направлением деятельности

Ограничиваете ли Вы себя во взаимодействии с Интернетом и телевидением в зависимости от цели использования?		
варианты	образовательная деятельность	развлечение
нет, не ограничиваю	29%	62%
да, потому что уделяю внимание качеству информации	56%	12%
никогда над этим не задумываюсь	15%	26%

В то же время мы видим, что тех, кто с помощью Интернета и телевидения осуществлял взаимодействие в рамках образовательного социума, не намного меньше. Сравнительная близость результатов, на наш взгляд, объясняется однородным статусом участников исследования: все они студенты, которым в процессе учёбы так или иначе приходится прежде всего получать знания, расширять свой кругозор. Наиболее интересными для нас стали ответы на второй вопрос. Сопоставив их с целями использования электронных средств массовой коммуникации, мы получили своеобразную взаимосвязь уровня потребления с направлением деятельности. Она представлена в таблице. Как видим, показатели «ограничения» в потреблении Интернета и телевидения у тех, кто использовал эти средства коммуникации в образовательных целях, и кто вступал с ними во взаимодействие ради развлечения, сильно отличались.

Почти в два раза дольше сидели у экранов телевизоров и компьютерных мониторов желающие развлечься. Более того, эта категория респондентов чаще потребляла информацию спонтанно, не задумываясь о её качестве, следствием чего становились большая зависимость от экрана и не всегда положительный результат от взаимодействия. И, напротив, показатель «ограничения» в потреблении ресурсов Интернета и телевизионной информации при взаимодействии субъектов экранной культуры в условиях образовательного социума говорит о том, что такое общение может быть более эффективным, направленным, в том числе на культурное, духовное обогащение личности. Причём это способствует не только грамотной организации деятельности студентов по получению новых знаний, но и правильному планированию своего свободного времени.

На основе этих данных мы пришли к пониманию того, что одной из важнейших характеристик субъектной позиции студентов университета является умение делать выбор. Свободный субъект вносит коррективы в свою деятельность, изменяет обстоятельства и самого себя, исходя из поставленной цели (8, с. 62-63). В то же время именно «свобода делает выбор ответственным актом как перед самим собой, так и перед другими людьми» (5). Выбор – главный механизм ценностного самоопределения (4). Особенно отчётливо он проявляется в условиях мощного информационного потока, когда потребитель порой просто захлёбывается, возмущаясь избытком то рекламы, то сериалов, то чрезвычайных новостей. Ограничить себя от этого сегодня, увы, может только сам субъект, обладающий зрелой экранной культурой, способный выбирать из потока то, что ему на самом деле нужно (13, с. 12). В данном случае выбор может предполагать как целенаправленный, так и ситуативный поиск информации.

В ходе опытно-педагогической работы мы также выяснили, как меняется субъектная позиция студентов факультета журналистики во время обучения, и насколько будущие специалисты в области масс-медиа умеют делать выбор в потреблении экранного контента. Такой интерес был вызван особыми условиями образовательного социума, связанными с погружением студентов в экран-

ную деятельность за счёт практического опыта по подготовке телесюжетов и программ. Мы обратились к выпускникам с вопросом: «Насколько изменилось Ваше отношение к телевидению и Интернету с момента обучения на факультете журналистики?». Приводим некоторые из ответов.

Николай Ш.: «Стал более разборчиво относиться к новостям как телевизионным, так и размещённым в Интернете. Производственная практика и знакомство с технологиями их создания, а также методами воздействия совершенно изменили моё восприятие. Смотрю и читаю с позиции тех, кто эту информацию готовит, обращаю внимание больше не на содержание, а на манеру подачи, не всему доверяю».

Екатерина П.: «Очень много фильтрую. Перестала реагировать на яркие, привлекающие внимание Интернет-заголовки. Я многое стала отсеивать, зная, что некоторые журналисты в погоне за сенсацией всё слишком приукрашивают. Стараюсь сопоставить информацию из разных источников. Вообще перестала смотреть развлекательные программы».

Алексей П.: «Сегодня в качестве источника информации выбрал для себя Интернет, где есть свой, так называемый, круг сайтов, которые посещаю. Как правило, в глобальной сети провожу в день часов пять: три – посвящаю работе, два – общению в социальных сетях. Интернет нравится тем, что я могу сам формировать информационный поток, чего, конечно, совсем нет на ТВ».

Елена Ц.: «По телевизору смотрю только новости, причём отношусь к тому, что там говорят, с осторожностью. С момента обучения на журфаке перестала поддаваться массовым паникам и верить слухам, распространяемым СМИ. Смотрю на всё избирательно, то же касается и Интернета. Нравится сравнивать манеру подачи информации в разных источниках».

Приведённые ответы свидетельствуют о развитии субъектной позиции «созидателей» экранной культуры, коими являлись участники опроса. В условиях образовательного социума эта позиция развивается наиболее эффективно. Она проявляется в умениях делать выбор, давать оценку и ограничивать себя от спонтанного, бездумного потребления масс-медиа.

Таким образом, одной из важнейших характеристик актуализации субъектной позиции студентов в масс-медийном пространстве университета является умение делать выбор, который предполагает как целенаправленный, так и ситуативный поиск информации, и в условиях образовательного социума наиболее активно проявляется у студентов, готовящихся стать специалистами в области масс-медиа.

Актуализация субъектной позиции студентов университета в масс-медийном пространстве образовательного социума способствует повышению общего уровня экранной культуры, выражающегося в умении правильно использовать возможности современных средств коммуникации, грамотно организовывать

свою деятельность, ограничивать себя от вредного воздействия телевидения и Интернета.

Список литературы

1. **Бондаревская, Е.В.** Педагогика: личность в гуманистических теориях и системах воспитания: учеб. пособие для студентов сред. и высш. пед. учебных завед., слушателей ИПК и ФПК. / Е.В.Бондаревская, С.В. Кульневич. – Ростов-на-Дону: Творческий центр «Учитель», 1999. – 560 с.
2. **Видеоблог Дмитрия Медведева [Электронный ресурс]:** <http://blog.kremlin.ru/>.
3. **Каргапольцева, Н.А.** Социализация и воспитание студентов вуза / Н.А. Каргапольцева // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2002. – № 2.
4. **Кирьякова, А.В.** Университетское образование в контексте глобализации / А.В. Кирьякова // Университетский округ: информационно-методический журнал. – Оренбург: ОГУ, 2007. – № 10.
5. **Кострюкова, Е.А.** Выбор как фактор ценностного самоопределения старшеклассника : автореф. диссертация на соискание учёной степени кандидата педагогических наук. / Е.А. Кострюкова. – Оренбург, 1999. – 192 с.
6. **Маклюэн, Г.М.** Понимание медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. / Г.М. Маклюэн. – М.; Жуковский : «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.
7. **Ольховая, Т.А.** Становление субъектности студента университета : автореф. дисс. ... д-ра пед. наук : 13.00.01 / Т.А.Ольховая. – Оренбург, 2007. – 49 с.
8. **Пак, Л.Г.** Развитие субъектной позиции студента в образовательном процессе вуза / Л.Г. Пак // Актуальные тенденции развития общества в контексте современных социально-экономических преобразований : сборник статей по материалам междунауч. научн. конф. преподавателей. – Оренбург: Институт экономики и культуры, 2009. – 463 с.
9. **Понукалина, О.В.** Социальное конструирование представлений о досуге и молодёжи / О.В. Понукалина // Высшее образование в России : научно-педагогический журнал Министерства образования и науки РФ. – М., 2009. – № 1.
10. **Региональный образовательный портал Оренбургской области [Электронный ресурс]:** <http://www.orenport.ru/>.
11. **Сластенин, В.А.** Введение в педагогическую аксиологию : учебное пособие для студентов высших педагогических учебных заведений / В.А. Сластенин, Г.И. Чижаква. – М.: Академия, 2003. – 192 с.
12. **Хилько, Н.Ф.** Роль аудиовизуальной культуры в творческом самоосуществлении личности / Н.Ф. Хилько. – Омск : Изд-во Сиб. филиал Рос. ин-та культурологии, 2001. – 446 с.
13. **Черникова, Е.В.** Литературная работа журналиста : учебник для студентов вузов / Е.В. Черникова. – М. : Гардарики, 2007. – 187 с.
14. **Шабалина, Н.А.** Интернет-вещание как учебный и технологический процесс / Н.А. Шабалина // Средства массовой информации в современном мире: Петербургские чтения : тезисы междунауч. науч.-практич. конф. – СПб. : Роза мира, 2009. – 272 с.