

КУЗНЕЦОВА Светлана Валерьевна

кандидат педагогических наук, доцент
Московский государственный университет спорта и
туризма
(г. Москва, Российская Федерация)

svetlana.kyz88@mail.ru

МИХАЙЛОВСКИЙ Роман Александрович

ассистент
Московский государственный университет спорта и
туризма
(г. Москва, Российская Федерация)

Mixhme@gmail.com

ПРОЕКТНЫЙ ПОДХОД К ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКЕ СТУДЕНТОВ СПОРТИВНОГО ВУЗА

Аннотация: в статье рассматриваются теоретико-методологические аспекты реализации основ и принципов проектного подхода в целях повышения эффективности профессиональной подготовки, профессиональной социализации студентов спортивного вуза. Методологическим основанием, определяющим формирование необходимых компетенций, является проектный подход. Содержанием проектной работы на практике стало создание электронного образовательного ресурса, содержащего социально значимый контент, популяризирующий спорт, туризм и гостеприимство, а также формирующего у его создателей гражданско-патриотическую позицию и ценностное отношение к собственной профессии. Технологическую основу проектной работы представило командное производство социально значимого аудиовизуального контента, в ходе которого не только происходит культурный и профессиональный обмен, но и погружение в обстоятельства профессиональной деятельности. Назван ряд условий проектной деятельности: структурированность и поэтапность реализации и другие. Определены этапы и содержание проектной деятельности обучающихся в технологии видеопроизводства. На основе пилотирования проектной деятельности по созданию аудиовизуального продукта по продвижению отдельных социально значимых объектов обозначены положительные изменения в профессиональных компетенциях обучающихся, которые рассматриваются авторами как перспективные линии продолжения исследования.

Ключевые слова: профессиональная подготовка, профессиональная социализация, проектный подход, технологический подход, видеопроизводство.

Дата поступления: 15.11.2024

Дата публикации: 26.12.2024

Для цитирования: Кузнецова С. В., Михайловский Р. А. Проектный подход к профессиональной подготовке студентов спортивного вуза // Непрерывное образование: XXI век. 2024. Вып. 4 (48). DOI: 10.15393/j5.art.2024.9844

KUZNETSOVA Svetlana V.

PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor
Moscow State University of Sports and Tourism
(Moscow, Russian Federation)

svetlana.kyz88@mail.ru

MIKHAYLOVSKY Roman A.

Assistant
Moscow State University of Sports and Tourism
(Moscow, Russian Federation)

Mixxme@gmail.com

A PROJECT-BASED APPROACH TO THE PROFESSIONAL TRAINING OF STUDENTS OF A SPORTS UNIVERSITY

Abstract: the article presents the theoretical and methodological aspects of the implementation of the fundamentals and principles of the project approach in order to improve the effectiveness of professional training, professional socialization of students of a sports university. The project approach is considered as the methodological basis determining the formation of the necessary competencies. The content of the project work in practice was the creation of an electronic educational resource containing socially significant content popularizing sports, tourism and hospitality, as well as forming a civil-patriotic position and value attitude towards their own profession among its creators. The technological basis of the project work was represented by the team production of socially significant audiovisual content, during which not only cultural and professional exchange takes place, but also immersion in the circumstances of professional activity. A number of conditions of project activity are named: structuring and phased implementation and others. The stages and content of students' project activities in video production technology are defined. Based on piloting project activities to create an audiovisual product to promote certain socially significant objects, positive changes in the professional competencies of students are identified, which are considered by the authors as promising lines of continuation of the study.

Keywords: professional training, professional socialization, project approach, technological approach, video production.

Received: November 15, 2024

Date of publication: December 26, 2024

For citation: Kuznetsova S. V., Mikhaylovsky R. A. A project-based approach to the professional training of students of a sports university. *Nepрerывное образование: XXI век [Lifelong education: the 21st century]*. 2024. No. 4 (48). DOI: 10.15393/j5.art.2024.9844

Сегодня спорт, туризм и индустрия гостеприимства входят в число приоритетных направлений развития, которые в России курируются на государственном уровне. В отношении развития отраслей спорта, туризма и гостеприимства в соответствии с современными документами об образовании особую ценность представляет подготовка, в том числе с применением инновационных и информационных технологий, специалистов с высокими духовно-нравственными ценностями, способных к непрерывному образованию и личностному росту.

Особую значимость каждая из указанных отраслей представляет в условиях внешней политики Российской Федерации, заключающейся в организации

экономического международного сотрудничества, профессионального обмена опытом, а также выстраивании межнационального и межкультурного взаимодействия при сохранении национальной идентичности всех участников такого сотрудничества. Международные объединения, такие как БРИКС+, создают широкие возможности для профессиональной социализации будущих специалистов разных сфер.

Наиболее оптимальными условиями для подготовки специалистов, способных в дальнейшем реализовывать инновационные программы профессионального сотрудничества и личностного роста, а также продвигать гуманистические ценности в отношении развития перспективных направлений международного взаимодействия, является система высшего образования. Однако будущий специалист, попадающий в том числе и в инкультурные контексты профессиональной деятельности, испытывает потребности в организации дополнительных условий профессиональной социализации, адаптации и личностного роста. Постоянное обновление профессиональных компетенций в обстоятельствах стремительного устаревания знаний обусловило потребность в определении методологических подходов для адресного получения знаний с целью повышения эффективности профессиональной деятельности и личной конкурентоспособности [1].

В условиях цифровизации всех сфер жизни общества особую роль в профессиональной социализации специалистов играет презентация достижений собственного труда в мультимедийном пространстве сети Интернет (социальных сетях, научно-публицистических пабликах, официальных ресурсах профессиональной организации). Так, по данным глобальной системы анализа соцсетей Meltwater, более 75 % российских пользователей обращаются к цифровым ресурсам в поисках решения профессиональных задач, а также в поисках информации, полезной для социализации в профессиональном пространстве [2]. Современных пользователей интересует профессиональный портрет в парадигме профессионального функционала: результаты профессиональной деятельности, перспективы развития, социальный статус специалистов.

Вышесказанное позволяет предположить, что создание будущими специалистами социально значимого контента можно отнести к обстоятельствам, приближенным к предстоящей им профессиональной деятельности, и, следовательно, данный формат целесообразно рассматривать как эффективный способ погружения в профессиональную деятельность и как средство выработки значимых профессиональных ценностей, знаний, умений и качеств. Востребованность социально значимого контента обусловлена актуальностью формирования духовно-нравственных ценностей у будущих специалистов, связана с патриотическим воспитанием и с национальной идентичностью. Работа в командных проектах по решению контекстных задач способствует проявлению и развитию коммуникативных, организаторских качеств.

Результаты теоретического исследования

Проектный подход. Проектный подход в образовании – это создание конечного продукта в соответствии с установленными целями и задачами обуче-

ния. Р. Ф. Давлетшин отмечает, что «использование проектного подхода в подготовке будущих рабочих и специалистов предполагает определенную логическую последовательность действий (диагностика «надлежащих значений», определение доминирующих переменных, создание образовательного пространства), а также наличие технологического инструментария, обеспечивающего получение желаемого результата» [2, с. 46]. А. С. Касенова рассматривает особенности командного взаимодействия в процессе проектной деятельности, что существенно повышает профессиональную компетентность специалистов через профессиональную социализацию на основании формирования общих ценностей. Рассматривая дальнейшие перспективы применения проектного подхода в профессиональной социализации, важно отметить, что разные исследователи приходят к общему мнению: данный вид деятельности носит интегрированный характер, для реализации которого необходимы не только интеллектуальные знания, но и творческий подход (Н. В. Емельянова, О. Г. Ларионова). В этом ключе в системе высшего образования необходимо создавать условия для реализации проектов, направленных на профессиональную социализацию в цифровом пространстве. Однако зачастую подобные проекты предполагают не командное решение указанных задач, а индивидуализированную деятельность в соответствии с командной ролью.

Цель статьи – выявить возможности и определить условия реализации методологических основ проектного подхода к профессиональной подготовке обучающихся спортивного вуза при внедрении технологии видеопроизводства.

Проблема данного исследования заключается в определении сущности и условий эффективной профессиональной социализации, а также в обосновании теоретико-методологических основ применения проектного подхода при подготовке специалистов с соответствующими компетенциями. Именно посредством проектной деятельности возможно создать условия, необходимые для решения контекстных комплексных задач профессиональной деятельности, а также получить количественные и качественные результаты достижений личности в индивидуальной и командной работе.

Профессиональная социализация. Профессиональная социализация как категория имеет огромное количество трактовок, определений и критериев оценки ее сформированности. С позиции диспозиционной теории (П. Бурдые, В. А. Ядов), профессиональная социализация – это многоаспектный, поэтапный процесс, социально детерминируемый формированием социально-профессиональных ориентаций индивида [3; 4].

Говоря об эффективной профессиональной социализации, исследователи обозначают проблемы социальной и профессиональной зрелости, которые определяются через способность субъекта «самостоятельно оценивать ситуацию и принимать ответственные решения» [1, с. 30]. С. Н. Макарова в своих исследованиях молодежи указывает, что в современных реалиях эта проблема встает все острее, поскольку «наблюдается большое расхождение между ее интеллектуальным развитием, степенью ее социальной зрелости и опытом в сфере социальных и трудовых отношений. Соответственно, возникает необходимость

научного анализа проблемы профессиональной социализированности индивидов» [5, с. 62].

Представители ролевой теории рассматривают профессиональную социализацию как процесс освоения личностью ролевых установок, соответствующих социально-профессиональному статусу и готовности реализовывать комплексные профессиональные задачи. Л. Я. Аверьянов трактует профессиональную социализацию как действия по «проектированию личности, в которых субъект выбирает оптимальные поведенческие решения» [6, с. 87]. Как показывают исследования, значительную роль в успехе социализации играет сформированность ценностных ориентаций и установок, которые являются основой профессиональной культуры индивида. Это положение нашло отражение в характеристике результатов исследования социализации российскими учеными [7; 8].

Медиатехнологии. Одной из важнейших особенностей сферы спорта, туризма и гостеприимства является осознанное погружение населения в культурные и исторические ценности, стиль и быт народов разных стран [9]. Социальные характеристики профессионального поля указанных отраслей напрямую зависят от стереотипов, существующих у разных социальных групп, особенностей социального и культурного восприятия туристического потенциала регионов, что диктует необходимость доступности туристических продуктов и их обогащения, особенно для профессиональной социализации специалистов иной культурной парадигмы. В связи с этим особую важность приобретают проекты, направленные на погружение будущих специалистов в обстоятельства профессиональной деятельности посредством командной работы по созданию социально значимого контента, отражающего ценностные основы будущей профессии.

В современных условиях развития цифровых информационных ресурсов изучение особенностей видеопроизводства представляет собой актуальное проблемное поле. Анализ научных исследований показывает, что большинство ученых интересуют два основных вопроса: как изменяется медиасфера с каждым годом и какие потенциальные задачи она может решать. Другая группа исследователей изучает инструментарий видеопроизводства: функционал новых программ и приложений в условиях импортозамещения, а также применение нейросетей и искусственного интеллекта в создании указанного контента.

Так, например, С. Е. Мансурова рассматривает функционал видеоконтента электронных образовательных ресурсов, а также выделяет актуальные жанры аудиовизуального продукта по характеру представления информации. Автор указывает на ведущие тренды, нуждающиеся в исследованиях специалистов, а именно: совершенствование профессиональных компетенций субъектов для повышения качества обучающих материалов, создание коллабораций с поставщиками ресурсов по подготовке обучающего контента [10], чему в особенности, с нашей точки зрения, способствует проектная деятельность в условиях высшего образования.

Данная тенденция подтверждается и в исследовании А. Д. Евменова и И. Ю. Благовой, которые в ходе анализа и прогноза развития аудиовизуального

контента в России отмечают, что «поколение Z отдает предпочтение свободному контенту, отвечающему их индивидуальным предпочтениям, которые предлагают онлайн-платформы» [11, с. 7]. Однако в том же исследовании они приходят к выводу, что «у онлайн-платформ наблюдается острая нехватка кадров: финансовых ресурсов больше, чем перспективных сценариев» [11, с. 9]. Такие изменения внутри отрасли меняют запрос к индустрии образования в сфере производства медиаконтента – необходимо создавать возможности для обучения специалистов нового уровня – «представителей синтетической профессии, вобравшей в себя компетенции сценариста, продюсера и режиссера» [11, с. 13].

Е. С. Пинчук, говоря о трендах развития медиаотрасли, отмечает закономерность выхода современных платформ за рамки привычного видеопроизводства в сторону формирования «экосистем», поскольку именно такой формат позволяет быть конкурентоспособным на онлайн-рынках. Однако также автор отмечает, что рост объемов пользовательского контента привел к пассивности потребителей и, как следствие, все большему потреблению контента «по запросу» [12, с. 325]. Отдельного внимания заслуживает ее утверждение, что пользователи все больше собираются в сообщества, которые позволяют самостоятельно обмениваться значимым контентом без участия медиаплатформ. Однако все эти тенденции «приводят к необходимости внедрять новые модели распространения контента, увеличивая способности систем к его хранению и возможности навигации по такому контенту» [12, с. 336]. В этом отношении создание интерактивного междисциплинарного ресурса между областями спорта, туризма и гостеприимства оказывается в контексте современных тенденций развития аудиовизуального рынка.

Особый интерес, на наш взгляд, представляет исследование В. В. Шубы, который, говоря об эволюции инструментария видеопроизводства, определил знаковым развитие в современном мире мобильного видеопроизводства, которое, благодаря доступности подобных устройств для каждого пользователя, обладает высоким уровнем мобильности производства контента, а также конкурирует с профессиональным телевизионным контентом [13]. Автор отмечает ряд достоинств мобильного контента, среди которых высокий уровень субъективности, поскольку в любой момент можно достать телефон и начать реализовать приходящие идеи, так как его создатель сам сценарист, режиссер, оператор и даже ведущий. В этом отношении синтетические компетенции кадров видеопроизводства формируются сами собой, а индивидуализация съемки выделяет его авторов из подобных видов контента, при этом существенно снижая затраты на видеопроизводство. Тем не менее уровень доверия к мобильному контенту достаточно высок, поскольку реализует формулу «от человека – к человеку».

Подводя итоги современных научных исследований в области видеопроизводства, можно сделать вывод о том, что при глубоком анализе трендов и тенденций данной области, а также особенностей применения разного рода инструментария в профессиональной деятельности, исследователи в большей степени говорят о содержании контента и условиях его производства [14; 15]. В то же время проблемы организации процесса профессиональной социализации и адаптации специалистов, а также их функционального разделения в ходе ви-

деопроизводства социально значимого контента обозначены, но не решены в полном объеме, как и не рассмотрен потенциал проектной деятельности в указанных процессах.

Авторы данного исследования убеждены, что в ходе реализации проектного подхода к созданию социально значимого аудиовизуального контента в процессе подготовки специалистов данной области, осуществляется углубленное изучение основ профессии в целях поиска субъектом наиболее оптимальной роли.

Профессиональные компетенции студентов спортивного вуза. Очевидно, что формирование необходимых профессиональных компетенций у обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью» обусловлено выполнением задач не только по видеосъемке, видеомонтажу, сведению звука и видео, дизайнерскому и договорному оформлению. Однако проектная деятельность с включением технологии видеопроизводства позволяет более точно определить профессионально значимое поле компетенций, актуальных для обучающихся в сфере рекламы и связей с общественностью. Так, на основе анализа ФГОС ВО «Реклама и связи с общественностью» и профессионального стандарта «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» были обозначены и другие важные компетенции, необходимые для эффективной профессиональной деятельности и формируемые в ходе проектной деятельности по созданию социально значимого аудиовизуального контента. К таковым относятся:

- системное и критическое мышление (осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач);
- разработка и реализация проектов (определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений);
- командная работа и лидерство (осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде);
- коммуникация (осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах));
- организация продвижения продукции СМИ (организовывать маркетинговые исследования в области СМИ, разрабатывать стратегии продвижения, контролировать и анализировать эффективность продвижения продукции СМИ).

Результаты опытно-практической части исследования

В данной статье представлен опыт ГАОУ ВО «Московский государственный университет спорта и туризма» по реализации проектной деятельности в цифровом пространстве. Экспериментальную базу исследования составили студенты 2-го курса (35 человек) бакалавриата направления подготовки «Реклама и связи с общественностью», для которых создание социально значимого контента является одной из приоритетных профессиональных задач. Студентам

было предложено погрузиться в обстоятельства профессиональной деятельности через работу над проектом, который представляет собой создание современного интерактивного образовательного ресурса.

В рамках проекта студенты должны были создать базу данных спортивно-патриотических, культурных и экскурсионных объектов по территориальным округам г. Москвы. Географию проекта составили южные районы Чертаново как более доступные и близкие студентам, поскольку в данном районе располагаются главный корпус университета и гостиница, в которой они проживают. Содержательная часть проекта представлена в таблице 1.

Таблица 1

База данных по объектам проекта

Table 1

Database of project objects

Наименование категории	Количество
Спортивные комплексы	9
Зоны семейного досуга и парки	4
Арена	1
Конноспортивный клуб	1
Мемориалы и памятники	6
Культурные центры	12
Итого	32

Выбор объектов руководителем проекта был обусловлен ценностно-смысловым замыслом создания единого цифрового ресурса, а именно – формирование патриотических чувств у жителей и гостей столицы на основе спортивных достижений страны, популяризация здорового образа жизни, физической культуры и спорта.

Проектные команды выполняли техническое задание (ТЗ), суть которого заключалась в подготовке каждой группой участников разного типа контента по каждому объекту (текстовый, графический, аудио и видео) и в предоставлении данного комплекса на цифровом носителе для загрузки в базу образовательного ресурса. Проект длился с сентября до конца октября 2024 г., поскольку съемка уличных локаций зависит от погодных условий. Расписание съемочного процесса каждого объекта было согласовано с PR-службой, а нарушение графика усложняло согласование новых сроков. На обработку исходных материалов одного объекта отводилось 10 дней.

Техническое задание имело следующую обязательную структуру:

- общая характеристика, функционал и услуги в текстовом формате (лонгрид¹);
- обзор локаций (фотографический материал);

¹ Лонгрид – род произведений новых медиа. Представляет собой относительно большой (более 1 000 знаков) мультимедийный текст, основой которого является печатный (вербальный) текст, часто имеющий характер «истории», связного сюжетного повествования.

- аудиогиды¹ по каждой локации для прослушивания;
- видеовизитка (смонтированный материал длительностью до 2 минут, сведенный по звуку, наличие закадрового текста и обязательная работа студентов в кадре в качестве ведущих).

Для работы над объектами студенты объединялись в рабочие команды по шесть человек, при этом распределяя между собой весь необходимый функционал: от создания лонгрида до сборки конечного продукта. В рамках работы над созданием единого цифрового ресурса важно отметить, что при производстве контента каждый субъект так или иначе проходит три наиболее важных этапа, которые представлены в таблице 2.

Таблица 2

Этапы создания аудиовизуального продукта по продвижению отдельных социально значимых объектов

Table 2

The stages of creating an audiovisual product to promote certain socially significant objects

Этапы видеопроизводства	Особенности этапа
Предсъёмочный (предпродакшн)	На подготовительном этапе обучающиеся сформировали 6 рабочих команд и распределились по объектам. У каждой команды был свой контент-план, утвержденный официальными PR-службами каждого объекта. После этого студенты проводили контент-исследование, насколько широко и на каких интернет-ресурсах представлена информация по объектам, на основании этого составлялся текстовый лонгрид, который в дальнейшем студенты должны были использовать на съемках. Проводились ознакомительные выезды на будущее место съемок в целях определения оптимального времени для съемок, интересных ракурсов, локаций и спикеров. Для доступа на спортивные объекты оформлялись специальные разрешения
Производственный (продакшн)	На производственном этапе рабочие команды выезжали на съемочные площадки, проводили съемочные репетиции и непосредственно осуществляли съемку согласованных локаций и материалов. Важно отметить, что на этом этапе важна слаженная работа всей команды, для того чтобы отснять все материалы, просмотреть исходные материалы – проверить качество контента
Этап обработки, анализа и коррекции контента	На данном этапе происходит верстка и сборка черновой версии материала, осуществляются монтаж и озвучка. Обучающиеся осваивают техническую сторону видео-

¹ Аудиогид – это фонограмма, с помощью которой можно совершать самостоятельные экскурсии по музеям, выставкам, историческим местам и т. д.

(постпродакшн)	производства, выбирают оптимальные программы для обработки видео и звука, собирают рекламную историю по каждому объекту. На данном этапе каждый участник команды должен вовремя и качественно выполнить свою часть работы, иначе база контента не сможет быть засчитана
----------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

В ходе работы в командных группах обучающиеся могли перейти из одной группы в другую. Однако в тех командах, где не было существенных изменений в составе участников, скорость обработки каждого следующего объекта увеличивалась в разы, при этом качество каждого видеоролика повышалось. Обучающиеся снимали более перспективные и стабильные кадры, не было расхождения по звуку, а также монтаж выполнял один человек, что стабилизировало стиль видеовизиток. Поскольку многие объекты расположены в открытом пространстве и их съемки зависят от хорошей погоды, то группы со стабильным функционалом обработали большее количество объектов за указанные два месяца (сентябрь – октябрь). Информация о результатах обработки данных по группам представлена в таблице 3.

Таблица 3

Результаты обработки контента по объектам в разных рабочих группах

Table 3

Results of processing content by objects in different workgroups

Группа	Комментарии	Количество объектов
1	Стабильно работающая группа без внутренних коммуникативных конфликтов	8
2	Стабильно работающая группа, но испытывала трудности с работой в кадре (никто не хотел брать эту роль на себя)	5
3	Стабильно работающая группа, но испытывающая трудности с технической обработкой данных на 3-м этапе	4
4	Группа со стабильным костяком, но со сменой функционала во второй половине команды. Не могли определиться, кто чем будет заниматься	3
5	Нестабильно работающая группа, поскольку в отсутствие лидеров в команде испытывали трудности в самоорганизации и выстраивании деловой коммуникации	2
6	Группа, сформированная из аутсайдеров, которую в итоге пришлось расформировать и добавить участников в более продуктивные команды	1

В итоге командной работы над базой контента каждая команда представила свои материалы в соответствии со структурой технического задания. Самая

стабильная команда смогла обработать большее количество объектов, и с каждым новым объектом она выполняла свою работу более точно.

Реализация проекта по созданию единого образовательного ресурса находится в стадии активного поиска новых партнеров, а также новых баз спортивных, культурно-патриотических и досуговых объектов. На данном этапе апробации алгоритма (последовательности) и содержания проектной деятельности по созданию аудиовизуального продукта по продвижению отдельных социально значимых объектов можно констатировать, что обучающиеся:

- определяют круг задач в рамках поставленной цели и осуществляют выбор оптимальных способов их решения в соответствии с целью проекта;
- осуществляют критический анализ и синтез информации при обработке исходного материала и формировании конечного продукта;
- реализуют социальное взаимодействие через актуализацию собственной роли в команде (участие в рабочей команде объекта);
- получают основы профессионального делового общения с заказчиками по решению вопросов профессиональной коммуникация в режиме быстрой интеграции возникающих новых проблемных задач (выстраивание взаимодействия с участниками PR-отношений);
- разрабатывают стратегии производства и продвижения социально значимого контента в сферах спорта, туризма, гостеприимства и национальной культуры (организация продвижения продукции СМИ);
- осваивают современные программы для видеомонтажа и видеоэффектов, базовые техники видеомонтажа (производственная и профессионально-творческая практика).

Результаты состоявшегося теоретического исследования показывают, что изучение теоретико-методологических основ профессиональной социализации, проектного подхода, цифровых технологий (медиа технологий) в профессиональной подготовке будущих специалистов, их взаимовлияния, возможностей их интеграции являются актуальными и перспективными направлениями научно-практических исследований.

Первичный анализ результатов апробации проектного подхода на основе внедрения технологий видеопроизводства в процессе профессиональной подготовки обучающихся спортивного вуза следует признать успешным в отношении его технологической состоятельности и потенциальным в отношении позитивного влияния на профессиональную социализацию и формирование востребованных профессиональных компетенций будущих специалистов.

Список литературы

1. Киселева О. Н. Проектный подход в образовании: аспекты применения и инструментарий // Основы экономики, управления и права. 2021 № 4 (29). С. 32–34.
2. Давлетшин Р. Ф. Программное средство оптимизации процессов видеопроизводства // Электронные библиотеки. 2024. № 3. С. 45–56.
3. Вайсберг А. В. Модель процесса профессиональной социализации специалиста // Профессиональная ориентация. 2014. № 1. С. 32–42.

4. Остривная Е. А. Профессиональная адаптация студентов-журналистов в организации творческой среды при создании цифровых студенческих СМИ // Язык и коммуникация в контексте культуры. 2022. № 2. С. 391–395.
5. Макарова Л. Я., Трубин А. Е., Нечаев А. М., Токмакова Е. Н. Специфика проектирования цифрового контура технологического стартапа // Современная конкуренция. 2024. Т. 18. № 1 (97). С. 56–68. DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-1-56-68
6. Аверьянов Л. Я. В поисках своей идеи: статьи и очерки. Москва, 2000. 266 с.
7. Кравченко А. И. Профессиональное прикрепление и трудовые династии // Социально-гуманитарные знания. 2023. № 7. С. 5–12.
8. Мудрик А. В. Общение в процессе социализации // Муниципальное образование: инновации и эксперимент. 2024. № 2 (94). С. 47–50. DOI 10.36871/2306_8329_2024_94_2_47
9. Зеер Э. Ф., Лебедева Е. В., Зиннатова М. В. Методологические основания реализации процессного и проектного подходов в профессиональном образовании // Образование и наука. 2016. № 7 (136). С. 44–74.
10. Мансурова С. Е. Коммуникативные проблемы формирования педагогического сообщества в условиях цифровой образовательной среды // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2023. № 207. С. 58–67.
11. Евменов А. Д., Благова И. Ю. Российский рынок цифрового аудиовизуального контента: анализ и прогноз развития // Актуальные проблемы социально-экономического развития общества, пути их решения. Петербургский экономический журнал. 2020. № 2. С. 6–15.
12. Пинчук Е. С. Мировые тенденции и динамика развития медиаотрасли // Вестник РУДН. Серия «Экономика». 2021. Т. 29. № 2. С. 324–337.
13. Шуба В. В. Мобильное кино как феномен социальной коммуникации // 78-я научная конференция студентов и аспирантов Белорусского государственного университета: материалы конференции. Ч. 2. Минск, 2021. С. 149–153.
14. Божедаров Д. А., Ивойлова О. Определение отечественного социокультурного инструментария организации интернет-площадок как подход к импортозамещению в сетевой медиакommunikации // Культура и цивилизация. 2022. Т. 12. № 5-1. С. 591–596.
15. Шестерина А. М. Влияние технологий искусственного интеллекта на видеопроизводство в сфере продвижения сетевого контента // Вестник южно-уральского государственного университета. Серия «Социально-гуманитарные науки». 2022. Т. 22. № 1. С. 108–113.

References

1. Kiseleva O. N. Project approach in education: aspects of application and tools. *Osnovy ekonomici, upravleniya y prava [Fundamentals of economics, management and law]*. 2021. No. 4 (29). P. 32–34. (In Russ.)
2. Davletshin R. F. Software tool for optimizing video production processes. *Electronniye biblioteci [Electronic libraries]*. 2024. No. 3. P. 45–56. (In Russ.)
3. Viseberg A. V. Model of the process of professional socialization of a specialist. *Profesionalnaya orientaciya [Career guidance]*. 2014. No. 1. P. 32–42. (In Russ.)
4. Ostrivnaya E. A. Professional adaptation of student journalists in organizing a creative environment when creating digital student media. *Yazik I communicatsii v kontekste kulturi [Language and communication in the context of culture]*. 2022. No. 2. P. 391–395. (In Russ.)
5. Makarova L. Ya., Trubin A. E., Nechaev A. M., Tokmakova E. N. Specifics of designing the digital circuit of a technology startup. *Sovremennaya konkurenciya [Modern competition]*. 2024. Vol. 18. No. 1 (97). P. 56–68. (In Russ.)
6. Averyanov L. Ya. In search of your idea: articles and essays. Moscow, 2000. 266 p. (In Russ.)
7. Kravchenko A. I. Professional attachment and labor dynasties. *Socialno-gumanitarniye znaniya [Social and humanitarian knowledge]*. 2023. No. 7. P. 5–12. (In Russ.)

8. Mudrick A. V. Communication in the process of socialization. *Munitsipal'noye obrazovaniye: innovatsii i eksperiment [Municipal education: innovation and experiment]*. 2024. No. 2 (94). DOI: 10.36871/2306_8329_2024_94_2_47 (In Russ.)
9. Zeer E. F., Lebedeva E. V., Zinnatova M. V. Methodological grounds for the implementation of process and project approaches in vocational education. *Obrazovaniye i nauka [Education and science]*. 2016. No. 7 (136). P. 44–74. (In Russ.)
10. Mansurova S. E. Communication problems of forming a pedagogical community in a digital educational environment. *Izvestiya Rossiyskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A. I. Gertsena [News of the Russian State Pedagogical University named after. A. I. Herzen]*. 2023. No. 207. P. 58–67. (In Russ.)
11. Evmenov A. D., Blagova I. U. Russian digital audiovisual content market: analysis and development forecast. *Aktual'nyye problemy sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya obshchestva, puti ikh resheniya. Peterburgskiy ekonomicheskoy zhurnal [Current problems of socio-economic development of society, ways to solve them. St. Petersburg Economic Journal]*. 2020. No. 2. P. 6–15. (In Russ.)
12. Pinchuk E. S. Global trends and dynamics of media industry development. *Vestnik RUDN. Seriya: «Ekonomika» [Bulletin of RUDN University. Series «Economics»]*. 2021. Vol. 29. No. 2. P. 324–337. (In Russ.)
13. Shuba V. V. Mobile cinema as a phenomenon of social communication. *78-ya nauchnaya konferentsiya studentov i aspirantov belorusskogo gosudarstvennogo universiteta: materialy konferentsii [78th scientific conference of undergraduate and graduate students of the Belarusian State University: conference materials]*. Minsk, 2021. Part 2. P. 149–153. (In Russ.)
14. Bozshedarov D. A., Ivoilova O. Definition of domestic sociocultural tools for organizing Internet platforms as an approach to import substitution in network media communications. *Kul'tura i tsivilizatsiya [Culture and civilization]*. 2022. Vol. 12. No. 5-1. P. 591–596. (In Russ.)
15. Shesterina A. M. The impact of artificial intelligence technologies on video production in the field of online content promotion. *Vestnik yuzhno-ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya «Sotsial'no-gumanitarnyye nauki» [Bulletin of the South Ural State University. Series «Social sciences and humanities»]*. 2022. Vol. 22. No. 1. P. 108–113. (In Russ.)