

DOI 10.15826/izv1.2020.26.3.049
УДК 004.738.5:378

Т. А. Глебович
А. Д. Новикова

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ БЛОГИНГ В TELEGRAM-КАНАЛАХ: КОНЦЕПЦИИ И ФОРМЫ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОНТЕНТА

В статье рассматриваются формы работы образовательных каналов на платформе Telegram. Выявляются типологические характеристики каналов, классифицируются их видовое многообразие и образовательные функции. Выявляются способы трансформации образовательного контента в медиапродукт. Анализируется взаимодействие обучающих и медийных целей коммуникаций. Рассматриваются авторские решения в выборе стиля обучающей коммуникации пользователями, а также рецепция традиционных журналистских приемов создания текста в новой образовательной среде.

К л ю ч е в ы е с л о в а: Telegram-канал; контент; образование; формы репрезентации.

Образовательный блогинг в мессенджере Telegram является новой и уникальной формой сосуществования коммуникации и качественного медийного продукта. Образовательная медиасреда представлена на различных интернет-площадках, но платформа Telegram открыла новые возможности для распространения обучающей информации.

Современный человек испытывает потребность в постоянном совершенствовании своих профессиональных знаний и навыков, а также в повышении интеллектуального уровня. Транспрофессионализм стал вызовом современной реальности, он подчиняет себе траекторию личностного роста. В условиях большой конкуренции во всех областях деятельности современный человек нуждается в компактном и содержательно насыщенном получении новых знаний. Названные причины обуславливают необходимость изучения цифровой образовательной среды, которая совмещает в себе форматы медиадетальности и профильный обучающий контент. Все сказанное объясняет **актуальность исследования** медийных форм репрезентации знаний на мессенджер-площадке.

Кроме того, подробный анализ концепций и форм подачи образовательного контента, а также его тематическое многообразие на такой платформе ранее не становились объектами пристального внимания исследователей. Безусловно, Telegram и его медийная специфика пользуются популярностью в научных работах, но акцент в них делается на факте существования образовательных каналов как особого вида медиадетальности. Соответственно, **проблемой исследования** становится выявление типологических характеристик образовательных каналов в мессенджере, а также анализ их практической деятельности.

ГЛЕБОВИЧ Татьяна Александровна — кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати и сетевых изданий Уральского федерального университета (e-mail: tatanova11@gmail.com).

НОВИКОВА Анастасия Денисовна — студент департамента «Факультет журналистики» Уральского федерального университета (e-mail: nasnovikova53@gmail.com).

© Глебович Т. А., Новикова А. Д., 2020

Несмотря на то, что образовательный блогинг¹ не рассматривался в рамках существования на отдельном мессенджер-ресурсе, тема развития образовательного контента в различных формах медиасреды не раз поднималась в работах многих исследователей. Соответственно, **теоретической базой исследования** стали работы нескольких научных направлений.

Первая группа источников рассматривает процесс и тенденции развития образовательных ресурсов в российской Сети. К ним можно отнести работы С. К. Калдыбаева [9], Е. В. Неброского [12], А. Н. Новикова [13], В. А. Трайнева [22] и др.

Ко второй группе относятся источники, рассматривающие концепции образовательного блогинга, его эффективность и формы работы в российской медиасреде. К ним мы отнесем работы Н. Я. Салангиной, О. В. Алексеевой [16], Л. А. Гриневич [8], С. М. Азизовой [2], А. А. Толстых [21] и др.

В третью группу входят источники, где анализируется мессенджер Telegram как новая платформа для функционирования СМИ. Сюда относятся работы И. А. Татур [18], Д. Э. Коноплева [10], Я. В. Солдаткиной [17], А. А. Тимофеева [20] и др.

По мнению исследователей, относительно новая платформа — мессенджер Telegram уникальна в плане взаимодействия с пользователями. В отличие от стандартных мессенджеров (WhatsApp, Viber, ICQ и т. д.), Telegram не только служит для месседж-общения двух коммуникаторов или закрытой группы, но и имеет внутренние каналы распространения информации по типу тематических сообществ в социальных сетях. Telegram-каналы дают возможность блогерам (авторам каналов) и СМИ взаимодействовать напрямую с целевой аудиторией — «подписчиками» канала, исключая для последних возможность потеряться в потоке новостей, как, например, в социальной сети «ВКонтакте». Жанр блога на платформе трансформируется (в микроблог, а после в новую разновидность — Telegram-канал). Для любого блогера или медиа положительную роль играет сокращение пути информации, которая напрямую попадает к читателю, таким образом оперативность доставки любого контента становится значительно выше других онлайн-ресурсов. Для пользователя преимущество заключается в самостоятельной подборке тематических каналов информации без необходимости поиска среди огромного количества источников.

Образовательные каналы, как и каналы любой другой тематической направленности, функционируют максимально просто: авторы публикуют медиатексты с различной степенью креолизации, гипертекстуальными включениями и внешними атрибутами блогов (авторство, время публикации, заголовки, кнопки

¹ Следует четко обозначить основное теоретическое определение нашей работы. Блогинг вслед за Р. З. Близняк и И. А. Герасимовым мы понимаем «...как вид деятельности, инструмент и социально-коммуникативную технологию. Различия между ними обусловлены не только набором методов и/или техник, применяемых участниками блогосферы, но и, в первую очередь, их целями и задачами. Он может использоваться для выражения мнения по поводу тех или иных тем, событий и субъектов, привлечения к нему (этому мнению) внимания других участников блогосферы, информационного присутствия в пространстве блогосферы, имиджевого позиционирования, а также коммуникационного взаимодействия с аудиторией» [5]. Также заострим внимание на том, что блогинг может быть инструментом привлечения внимания «к собственному журналистскому образу, который тоже является частью творчества» [3].

одобрения — по личному желанию автора), но без возможности публичного комментирования материала. Контент каналов направлен на удовлетворение конкретных запросов аудитории, концептуальные решения авторов обусловлены необходимостью «адресного воздействия» [14].

Названные общие особенности образовательной медиатеятельности в Telegram определяют **цель работы** — представить типологические характеристики образовательных каналов, проанализировать их концепции и формы подачи контента.

Типологические характеристики образовательных каналов в Telegram

Образовательные ресурсы в Telegram по форме подачи материала можно поделить на несколько групп: различного плана информационные, а также обучающие каналы, Telegram-боты и групповые чаты. Проанализируем их по отдельности.

В 2015 г. Telegram создал API для **разработки пользователями собственных ботов**. Функционал ботов довольно разнообразный и уникальный, но мы акцентируем свое внимание на роботах, разработанных специально для удобного взаимодействия с обучающими материалами. Среди ботов также можно выделить несколько подгрупп по признаку функционала: боты-информаторы, боты-помощники, боты-практикумы, чат-боты.

Боты-информаторы созданы для удобной рассылки необходимых образовательных материалов. Среди них есть и боты-поисковики, выполняющие рассылку по заданным пользователем параметрам, и боты, рассылающие материалы с определенной периодичностью. Например, «Flibusta Book — Книги» [29] (@flibustafreebookbot) — это удобный бот-поисковик для книг: пользователь пишет название книги, а бот, основываясь на ключевых словах в запросе, присылает ему подходящие и уже заархивированные варианты книг в разных форматах для быстрого скачивания. Также можно назвать бот @Megachemistribot [26], посвященный поиску данных в области химических наук. Одна из самых необычных его возможностей — отображение специальной клавиатуры с предустановленными вариантами ответа (кастомизированная клавиатура). С ее помощью пользователь выбирает нужную ему категорию (основания, оксиды, кислоты и т. п.) и получает в ответ соответствующие химические реакции. Основной функцией таких ботов является поиск данных по пользовательскому запросу.

Боты-помощники или *боты-ассистенты* выполняют какие-либо однотипные запрограммированные действия: исправляют орфографию в предложениях, форматируют файлы, отслеживают активность социальных сетей, помогают изучать иностранные языки, синтезируют речь различными способами. Чаще всего боты-помощники используются в обучении иностранным языкам: для этого есть боты-переводчики, боты-аудиотрансляторы, боты, исправляющие грамматику, и т. п. Также популярны на площадке Telegram боты-калькуляторы, решающие математические примеры и задачи. Например, @CalcuBot [27], способный решить большинство числовых математических функций. Прописывать функции на языке программирования, конечно, не очень удобно, но функционал бота намного шире, чем у обычного мобильного калькулятора.

Боты-практикумы направлены на отработку пользователем его знаний. С их помощью можно решать головоломки и задачи, зачастую работа имеет формат игры. Тематика заданий может быть довольно широкой или узконаправленной, в зависимости от целей конкретного проекта. Примерами ботов широкой тематики служат боты-викторины, такие как @PandaQuizBot [6]. «Викторина Панды» при помощи кастомизированной клавиатуры дает на выбор два вида игры: с вопросами, не принадлежащими конкретной тематике, или же исключительно тематическими. При выборе команды «тема» появляется новая клавиатура с категорией различных областей науки. Формат игры очень прост — пользователь выбирает тему и отвечает на вопросы. При условии правильного ответа игроку начисляются баллы, и игра продолжается, если же ответ оказался неверным, дается вторая попытка, в случае повторного неверного ответа игра заканчивается. У подобных ботов есть еще вариация просмотра правильных ответов — к вопросам прикрепляется ссылка на сопутствующий канал (чат или даже сайт), где можно увидеть ответы и комментарии к ним. Помимо игровых ботов-практикумов, также распространены тестовые формы отработки знаний. Например, @tandp_ru [19] — это задания для практики немецкого языка. Пользователь выбирает тему при помощи кастомизированной клавиатуры и выполняет определенное количество заданий.

Чат-боты работают в режиме онлайн-чата, где робот дает простейшие ответы на запросы пользователя, создавая иллюзию разговора с реальным человеком. Например, бот @AndyRobot [25] задает вопросы пользователю на английском, анализирует полученную информацию и выдает соответствующий ответ, создает эффект беседы с носителем языка и помогает получить разговорную практику. Также данный вид ботов активно используется для игр, а точнее для онлайн-квестов или решения головоломок.

Telegram-боты обладают различным функционалом: помогают искать информацию, правильно работать с ней и практически отрабатывать знания и навыки, именно поэтому они стали хорошими помощниками в сетевом образовании, сокращая множество лишних действий пользователя. Тем не менее основными образовательными ресурсами в Telegram являются информационные каналы, позволяющие получать знания по выбранной теме.

Информационные Telegram-каналы могут быть открытыми, т. е. любой пользователь легко может подписаться на них, или закрытыми — где каждый участник одобрен администратором. Они могут быть авторскими или работать от лица СМИ или организации. Могут быть анонимными и независимыми от других источников. Каналы также имеют свою тематическую классификацию и делятся по способам подачи контента на авторские и корпоративные блоги, каналы-энциклопедии, гипертекстуальные поисковики и каналы-практикумы.

1. Авторские образовательные блоги в Telegram набрали большую популярность у пользователей благодаря практической ориентированности. В одном приложении можно собрать полную подборку интересующих авторов, настроить оповещение о публикациях на их каналах и не тратить время на лишние переходы по ссылкам. Путь к необходимому блогу сокращается до двух нажатий на экран телефона. Ограничением в данном виде блогов можно считать предзаданное

отсутствие обратной связи с автором, но часто владелец блога создает сопутствующие каналы связи. Авторы чаще всего делятся с аудиторией профессиональным опытом, передают личные знания, разбавляя контент персонализированными историями из личной жизни или собственными мнениями и эмоциями. По форме обучающие посты могут быть инструкционными, фактологическими, рекомендательными или преподноситься в форме поучительной истории. Очень часто в материале канала предлагается переход на другие источники информации с предваряющим мнением автора.

2. Каналы-энциклопедии в Telegram выполняют функцию рассылки каких-либо материалов, ограниченных определенной тематической областью. Это может быть рассылка научных фактов, анонсов мероприятий, подборка интересных научных фактов, топ-листы образовательной литературы, краткие советы для отработки какого-либо навыка и т. п. Такие каналы не всегда бывают авторскими, чаще всего их ведет аноним-администратор или они существуют под именем какого-либо СМИ.

Образовательные тематики в таком формате представлены очень объемно: от простейших кулинарных рецептов для новичков до инструкции написания сложных компьютерных кодов для программистов. Канал «Kosmos Time | Наука | Физика», например, ежедневно рассылает своим подписчикам по несколько интересных фактов о космосе [30].

3. Каналы, основанные исключительно на подборе тематических новостей, статей, анонсов в какой-либо научной или образовательной области, можно назвать гипертекстуальными поисковиками, так как каждый пост здесь имеет гиперссылку для перехода на сопутствующие каналы, на каналы-партнеры, на сайты, события, групповые чаты или боты для более углубленного изучения информации. Например, в «Бесплатном образовании» [4] публикуются анонсы бесплатных лекций, курсов и образовательных программ для желающих обучаться самостоятельно. Каждая публикация кратко отражает содержание образовательного продукта и снабжена гиперссылкой. Если сравнивать с привычными онлайн-медиа, то подобного рода каналы можно назвать новостными в сфере образования.

4. Каналы-практикумы схожи по формату с ботами-практикумами, главное их отличие в отсутствии запрограммированного робота. Обучение ведет человек. На таких каналах публикуются разные задания, которые пользователь должен самостоятельно решить. Позже администратор канала присылает развернутое решение той или иной задачи, и пользователь самостоятельно проверяет качество своей работы. Множество подобных каналов создано для программистов: они могут практиковаться в написании кодов, аналитике данных, корректировке программных ошибок. Например, канал «РНР задачи с собеседований» [31] публикует задачи, тесты и теоретические вопросы по РНР (языку программирования, применяемому для разработки веб-приложений). Все задачи проиллюстрированы и выкладываются с вариантами ответов, один из которых является правильным и будет подсвечиваться зеленым после выбора предполагаемого варианта, а также покажется процент ответов других пользователей. Такой формат работы хорошо

подходит для качественной отработки одного конкретного навыка, поэтому он очень популярен среди образовательных сервисов в сети.

Помимо ботов и каналов, платформа Telegram предоставляет возможность пользователям вести **массовые групповые чаты**. Сначала групповые чаты могли включать только до 200 участников [1], но с 2019 г. их количество выросло до 200 тыс. человек. Чаты в Telegram выполняют функцию веб-форумов: администратором выбирается конкретная тематика, по которой пользователи ведут полемику, правда зачастую они также засоряются «лишними» диалогами. В образовательных целях чаты подходят для поиска полезных специалистов, а также других учеников, с которыми можно даже создать команду. Кроме того, чат помогает получить быструю консультацию по интересующему вопросу и влиться в профессиональное сообщество. Чаще всего чаты создаются в дополнение к уже существующему каналу, чтобы образовалась площадка для общения подписчиков и обратной связи.

Тематико-видовые характеристики образовательного контента в Telegram

Тематики образовательного контента, представленного на разнообразных сетевых ресурсах и среди Telegram-каналов, очень многочисленны. Так как каждый специалист своей области стремится к профессиональной самореализации, он создает персональные каналы для реализации своих возможностей и роста популярности в профессиональной деятельности. Значительное количество подобных образовательных ресурсов требует их более точных типологических характеристик. Мы можем выделить несколько основных направлений Telegram-каналов, которые в целом соответствуют классификации образовательных веб-сайтов [10].

1. Каналы учебных организаций. Сюда относятся и учебные учреждения, и компании, которые занимаются дополнительным образованием на коммерческой основе (школы иностранных языков, творческие группы, кулинарные курсы и т. п.), и зарегистрированные образовательные СМИ. Учебные организации заводят свои каналы для того, чтобы создать комфортную для современного человека среду обучения. Хорошим примером служит Telegram-канал департамента «Факультет журналистики» Уральского федерального университета — @journalnurfu. Помимо новостей о факультете, здесь зачастую публикуется полезная в обучении информация: ссылки на образовательные ресурсы, научные базы данных, разнообразные советы. Также студенты факультета создают свои бот-помощники, которые помогают с поиском конспектов и учебников и выполнением домашних работ.

2. Каналы для дистанционного образования. Такие каналы создаются в комплексе проектов, организовывающих полное дистанционное образование. Чаще всего на них публикуются анонсы различных образовательных событий и учебных программ, открытые лекции и занятия, подборки профессиональных статей и книг, вакансии, обзоры мировых трендов в выбранной области, информативные интервью российских и зарубежных экспертов, выступления спикеров тематических

конференций и т. д. Например, канал @edmarketclubbase [28] — база знаний для тех, кто работает или хочет работать на рынке EdTech. Эта компания учит предоставлять образовательные онлайн-услуги, контент генерируется ведущими экспертами, которые публикуют списки полезных ресурсов для онлайн-обучения, идеи и примеры образовательных проектов.

3. Каналы, распространяющие образовательную информацию. Такие ресурсы позволяют быстро получать доступ к научной и методической литературе, получать энциклопедические и профессиональные знания, узнавать о важных событиях в различных областях и т. п. Сюда относятся и виртуальные библиотеки, и журналы и газеты образовательной тематики, и разноплановые авторские блоги, информационные боты-помощники, образовательные групповые чаты и т. д. Данный вид каналов в Telegram представлен наиболее обширно: сюда включаются практически все существующие образовательные тематики.

4. Каналы информационно-справочного характера. В эту группу входят различные боты-поисковики; каналы-энциклопедии; боты-словари; чат-боты; каналы с гипертекстуальным поиском данных; чаты-справочники, т. е. все каналы, боты и чаты, служащие различными, но необъемными базами данных. Также сюда относятся каналы, содержащие информацию о проводимых конференциях, конкурсах, семинарах научного и образовательного направления. Все они призваны отвечать на заданный пользователем конкретный запрос. Например, Telegram-бот «Flibusta Book — Книги» [29] является хорошим примером информационно-справочного сервиса, выполняющего роль литературной базы данных.

5. Инструкционные каналы. Они призваны выдать пользователю готовую инструкцию для решения поставленной им задачи. В таком формате могут существовать авторские блоги, боты-поисковики, каналы-энциклопедии, боты-помощники и чат-боты.

Рост популярности Telegram привел к большому разнообразию тематик среди образовательных каналов. В отличие от социальных сетей, пользователь не теряется среди огромной ленты новостей, где образовательный контент перемешан с развлекательным. Основными особенностями подачи контента в образовательных каналах являются использование кастомизированных клавиатур, акцент на авторском авторитете, трансмедийность, присутствие кнопок одобрения, небольшая степень мультимедийности и максимальная персонализированность.

Пользователь может создать канал по своей профессиональной деятельности, собрать группу специалистов и любителей или создать робота, помогающего справляться с задачами, а также использовать для размещения материалов уже готовые образовательные ресурсы. Telegram сделал обмен теоретическими знаниями и личным опытом простым и удобным, что хорошо дополняет общую картину получения современного дистанционного образования.

Анализ форм репрезентации контента в образовательных каналах

При всем разнообразии образовательного контента в Telegram мы рассмотрим две тематические области — обучение программированию и журналистике. Наш

выбор обусловлен востребованностью тематических направлений и необходимостью на относительно локальном примере аналитически рассмотреть образовательные концепции и формы работы каналов.

Канал «Экстраполяция IT» (@itextrapolation) создан программистом для обучения своих коллег. Он посвящен области IT-технологий в целом и программированию в частности [24]. Автор Алексей Осипенко — программист, имеющий определенный авторитет в своих кругах. Публикации авторского блога представляют собой практические советы в разных областях программирования, также присутствуют краткие комментарии к материалам из других источников, профильная реклама и немного развлекательного контента (тематического юмора).

Образовательная функция канала — предоставление доступа к системе дополнительных профессиональных знаний, умений, навыков с их последующим применением на практике. Для этого используются три разновидности обучающих материалов: ознакомительные, экспериментально-обучающие и задания для развития практических навыков (прокачки «скилов»).

С точки зрения формы подачи материалы с долей условности можно разделить на мини-лекции, где автор излагает задачи и философию кодинга, и обсуждения практики (практические занятия). Материалы первого типа приближены к научно-популярной статье с минималистичной репрезентацией в самом канале и гиперссылкой на развернутый материал. Теория излагается структурно и просто (первое, второе, третье):

Если классифицировать все причины важности, то их по сути три: 1. Улучшения и изменения системы. ... Чем прямее код соответствует реальным процессам, тем проще вносить изменения, которые могут попросить. 2. Красивый легаси. Задачи всегда ставятся по процессам, а не по коду... 3. Автотесты по процессам. Прямые абстракции проще всего тестировать... [Там же].

Авторские высказывания афористичны, плотны по содержательному наполнению, в их языковом оформлении присутствует профессиональный сленг и разговорная лексика:

Но фишка в том, что запускать проект можно и не фореманом, а гит-хуки использовать свои или вообще глобально-универсально настроить гит как-нибудь. А редакторы кода вообще вещь сугубо интимная и знать о ней другим не положено. Отсюда простые правила... [Там же]².

Зачастую автор относится к деятельности коллег с иронией, шутит над ошибками, но именно ироничный тон формирует у читателя уверенность, что авторский совет верен и ему необходимо следовать.

Программист использует в своих авторских текстах публицистические средства выразительности: риторические вопросы, иносказания, восклицания: «Мол,

² Содержание высказывания следующее: запуск проекта не обязательно должен осуществляться через Foreman (менеджер процессов для веб-приложений), можно для этого написать собственные программные коды.

а тесты где? А тесты твои не тестируют нифига — ты попробуй, код свой удали, и посмотри, проходят? Да, проходят», большое количество разговорной лексики, сниженных речевых оборотов, подчеркнуто бытовых сравнений и толкований:

Сникерс жрут потому, что вкусно. Хочется удовольствия от сникерса, и ты можешь взять его в кредит, пообещав отдать в спортзале...[24].

Присутствует и экспрессия, профессиональная ситуация подается эмоционально, в сознательно сниженной стилистике:

*Интересная штука этот ваш *****код. Одни говорят, типа, *****кодить можно, если «бизнес просит». Другие говорят, что плохой код писать нельзя, а можно только меньше фич делать [Там же].*

Доминирующая позиция автора в текстах подкрепляется значительным объемом терминов и профессиональной лексики: «коммитить» (сохранять), «фреймворки» (программы, которые позволяют создавать и открывать другие программы), «пулл реквест» (запрос на принятие изменений), «репозиторий» (место, где хранятся и поддерживаются какие-либо данные) и т. д.

Рассматриваемые формы подачи материала приближают преподавателя к обучаемым, укладывают часто используемые понятия цифрового образовательного пространства в афористичные (меметичные) определения:

Учим современную бизнес-лексику. Если кому-то говоришь «пшёл вон» и не уточняешь куда конкретно, то ты ментор. А если уточняешь куда ему конкретно идти — ты коуч. А если при этом объясняешь, как быстро и что будет, если он не пойдет — ты тьютор³ [Там же].

Не менее интересен подход автора к рассуждениям о типичных ошибках мышления и когнитивных ошибках в повседневной жизни и в программировании. Автор создает модель ущербного рассуждения на анекдотических примерах и показывает тупик логической цепочки, которая не подчинена цели разрешения конкретной проблемы. (Авторский текст не содержит законодательно запрещенной информации или обценной лексики, но связан с ситуациями естественных потребностей человека. Из соображений несоответствия научному стилю не цитируется.) Простота и некоторая табуированность делают иллюстрацию ошибки мышления дидактически наглядной и фельетонно иронической. Кроме того, разговорный стиль речи привлекает и удерживает внимание современного пользователя. Подобные тексты легко читаются, позволяют усвоить содержание в процессе восприятия развлекательной формы.

Мультимедийное оформление текстов не играет решающей роли, материалы делятся на абзацы и подаются без иллюстраций, аудио или видео файлов. Активно используются разноплановые гиперссылки — на ранее написанные публикации,

³ Ментор — человек, оценивающий профессиональные способности ученика; коуч — тренер «успеха», помогает развить сильные стороны личности; тьютор — наставник, создающий специализированные образовательные программы и поддерживающий интерес к обучению.

другие источники, словари некоторых терминов и материалы специалистов. Кнопки одобрения под каждым постом (так же, как и контакты в других социальных сетях) осуществляют обратную связь с автором и позволяют «преподавателю» контролировать актуальность публикации.

Программист в данной ситуации становится полноправным журналистом: он собирает, обрабатывает и распространяет информацию, имеет влияние на свою целевую аудиторию, формирует вокруг канала сетевое сообщество. Представляется, что авторы подобных каналов создают новое направление медиадетальности на стыке репрезентации профессиональных знаний, реализации образовательных целей и использования журналистских форм и приемов взаимодействия с аудиторией.

Канал «Мы и Жо» [11], который ведет известный медиааналитик Александр Амзин, — пример предоставления обучающего материала для журналистов. Канал создан в дополнение к одноименному сайту автора. На обоих ресурсах публикуются выдержки из зарубежных исследований, статистика и прогнозы развития цифровых медиа, практические советы и реклама профессионально необходимых сервисов для журналистов. У канала почти 10 тыс. подписчиков, и обновляется он несколько раз в неделю.

Канал представляет собой аналитический блог, контекстом обучающих и дискуссионных ситуаций становятся последние события теории и практики медиадетальности. Авторская точка зрения и оценка предполагают погруженность аудитории в содержание той или иной ситуации. А. Амзин, объясняя нетерпимость инвесторов к слову «медиа» экономическими причинами, иллюстрирует ситуацию: «Например, в списке стартапов CB Insights BiteDance (Toutiao, TikTok) оценивается в \$75 млрд и названа стартапом, занимающимся искусственным интеллектом» [Там же], и дает экспертную оценку с определенным подтекстом: «Это, конечно, правда, но не вся» [Там же]. Следующий пример: «Epic Games, чей Fortnite стал невероятным виртуальным миром и платформой медианалиса, относятся просто к играм» [Там же], завершается однозначным выводом-рекомендацией, также требующим понимания подтекстовой информации: «Все это, конечно, и медиа тоже. Но об этом лучше молчать» [Там же].

В материале стороннего ресурса, предназначенном для анализа, автор выделяет удачное решение журналиста:

«Резиновые пули сами себя не выстреливают», — пишет журналистка Кейтлин Шнайдер в своей рассылке. Она затрагивает одну из важнейших проблем репортажа и новостной журналистики — проблему атрибуции действия.

Далее предлагает алгоритм формирования качественного материала: «Полноценное журналистское сообщение всегда состоит из субъекта, действия и объекта...», объясняет, почему важно использовать имена участников и активный залог. Гиперссылка перенаправляет читателя на публикацию сайта [Там же], где в полном объеме представлен мастер-класс по гражданской позиции и ответственности журналиста, а также способам явного выражения этой позиции средствами русского языка. Трансмедийная кооперация канала, сайта и сторонних источников

позволяет читателю использовать различные способы получения информации (просмотр, чтение), проводить критический анализ выводов автора на основании собственного анализа текстов-источников.

В целом канал предлагает знания о правилах создания актуального и читаемого текста, а также о состоянии международного медиапроизводства. Эта информация помогает авторам ориентироваться в вызовах медиасреды, отрабатывать практические навыки, обновлять профессиональные знания.

Канал «Паша и его прокрастинация» [15], набравший около 35 тыс. подписчиков, также является авторским блогом, но в его основе заложено иное концептуальное решение: образовательная цель направлена исключительно на отработку навыков написания текстов. По определению автора, основной темой канала является текстовый этикет. Несколько раз в день Павел Федоров, бывший редактор «Нетологии», публикует рекомендации для журналистов, редакторов и копирайтеров, а также дает краткие выдержки из статей, рассылки, курсов и книг по писательскому ремеслу, анонсирует тематические публикации в сети.

Во всех материалах присутствует авторский стиль подачи контента: оттенок непринужденности, неофициальности, подчеркнутой простоты и разговорности:

*Но случается, что искомое село находится в заднице мира, человек — не спикер федерального уровня, а фамилия у него не самая распространенная; Способ почти всегда срабатывал. Ну, а если не срабатывал, то видимо всем ***** — можно произносить по-всякому [Там же].*

Зачастую используются просторечия, а иногда и ненормативная лексика. Подобный стиль упрощает восприятие, делает образовательные тексты ненавязчивыми и привлекательными для аудитории, формирует «ставший частью творчества» [3] авторский образ. Автор почти всегда ироничен по отношению к описываемым событиям или персонажам, что создает в текстах содержательный контраст и эмоциональное напряжение, доказывает читателю справедливость выводов. Простота языкового оформления также помогает сформировать доверительные и долгосрочные отношения с читателем.

Мультимедийные средства представлены на данном канале в малом количестве: автор редко добавляет иллюстрации или видеоматериалы, но активно пользуется эмоджи для выделения абзацев, кнопками одобрения и интерактивными опросами. Опросы здесь служат элементом практической отработки пользовательских знаний. Например, автор задает вопрос о корректности представленного им текста: «*Есть текст. Какую информацию из него мы можем узнать?*» [15]. При выборе вариантов ответа правильным является самый ироничный: «*Да ничего мы из этого текста не узнаем, какой-то набор слов*» [Там же]. Таким образом автор заставляет аудиторию самостоятельно задуматься о распространенных недостатках сетевых публикаций и качестве собственной работы. Также опросы и кнопки одобрения являются формой обратной связи: они позволяют отслеживать активность читателей, выявлять запросы и предпочтения. Для личного общения с автором в шапке профиля есть контакты для связи.

Рассмотренные каналы помогают начинающим и профессиональным журналистам расширять границы своих профессиональных знаний: приобретать полезные навыки, упрощающие работу в медиа различных типов, находить качественные и полезные источники информации, использовать удобные сервисы, ускоряющие работу над материалами, видеть в тексте недочеты и исправлять их, привлекать и удерживать внимание, находить дополнительные способы самообучения. Таким образом, подобные каналы способны реализовать множество образовательных функций, обеспечить журналистам комфортную среду для самообразования и профессионального роста.

Выводы

В процессе работы была сформирована классификация образовательных Telegram-каналов по форме подачи материалов и тематическим различиям. Были определены особенности авторской подачи материалов и способов коммуникации в исследуемом сегменте платформы. Значимой особенностью обучающих каналов стало минимальное использование средств мультимедиа при противоположной тенденции на других сетевых ресурсах. Пользователи площадки Telegram отдают предпочтение информативному, содержательно наполненному тексту без удерживающих внимание элементов креолизации, удобному и простому интерфейсу, позволяющему создавать индивидуальные подборки тематического контента.

Концепция образовательного канала и форма подачи обучающего материала чаще всего зависят от коммуникативных целей и личностных характеристик автора, а также типологической принадлежности и тематической направленности образовательного канала. Общей концептуальной характеристикой (для всех каналов) становится использование автором личного профессионального опыта, наличие выраженной позиции, открытость, искренность, в некоторых случаях парадоксальность суждений, а также умение писать лаконично и информативно, использовать стилистические ресурсы различных сфер коммуникации. По названным причинам среди образовательных Telegram-источников наиболее популярен формат авторского блога.

В целом платформа мессенджера является эффективной средой для самообразования с возможностями как приобретения обширных знаний в какой-либо области, так и проработки профессиональных навыков. Тематическое многообразие обучающих каналов позволяет потенциальному «студенту» выбирать для изучения сразу несколько сфер деятельности: например, совершенствовать английский язык, практиковаться в программировании и изучать финансовые стратегии. Особая медийная среда образовательного Telegram-блогинга, зависящая от персонализированной коммуникации, позволяет не только приобретать опыт, но и делиться им с другими, избегая бессодержательного общения (так называемого «флуда»).

Важно отметить, что образовательный потенциал рассматриваемого мессенджера еще не раскрыл себя полностью. Представленные выше концептуальные решения и формы репрезентации контента, направленные на удобное

и комфортное саморазвитие, возможно, приведут к глобальной модернизации сетевых образовательных ресурсов.

1. Администрация Telegram // Мессенджер Telegram. URL: <https://telegram.org/blog/admin-revolution> (дата обращения: 03.06.2020).
2. Азизова С. М. Анализ эффективности использования блога при обучении иностранному языку в вузе // Человек и образование. 2018. № 4. С. 91–95.
3. Амиров В. М. Военная журналистика и блоги: новое поле презентации // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. № 2(32). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/voennaya-zhurnalistika-i-blogi-novoe-pole-prezentatsii> (дата обращения: 05.06.2020).
4. Бесплатное образование // @free_edu [Электронный ресурс]. URL: https://t.me/free_edu (дата обращения: 06.06.2020)
5. Близняк Р. З., Герасимов И. А. Блогинг как технология социальной и политической коммуникации: уточнение понятия и характеристика эвристических возможностей // Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. 2017. № 40. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/blogging-kak-tehnologiya-sotsialnoy-i-politicheskoy-kommunikatsii-utocnenie-ponyatiya-i-harakteristika-evristicheskikh-vozmozhnostey> (дата обращения: 01.06.2020).
6. Викторина от Панды // @PandaQuizBot. URL: <https://t.me/PandaQuizBot> (дата обращения: 29.05.2020)
7. Грибан О. Н., Грибан И. В. Образовательные веб-сайты как средство профессиональной самореализации педагога // Педагогическое образование в России. 2015. № 3. С. 268.
8. Гриневич Л. А. Методика оценки эффективности деятельностного подхода с использованием образовательного блога в учебном процессе // Культура и образование : науч.-информ. журн. вузов культуры и искусств. 2018. № 4. С. 75–89.
9. Калдыбаев С. К. Электронные образовательные ресурсы: роль и назначение // Международный журнал экспериментального образования. 2016. № 11–2. С. 159–161.
10. Коноплев Д. Э. Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 3. С. 198–201.
11. Мы и Жо // @themediа. URL: <https://t.me/themediа> (дата обращения: 16.05.2020).
12. Неброский Е. В. Развитие открытых образовательных ресурсов в условиях глобализации // Ценности и смыслы. 2017. № 6. С. 50–59.
13. Новиков А. Н. Технология обучения с использованием электронных образовательных ресурсов // Современные проблемы науки и образования. 2018. № 2. С. 84.
14. Олешко В. Ф., Олешко Е. В. Особенности профессиональной культуры журналиста цифровой эпохи // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. № 2(32). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-professionalnoy-kultury-zhurnalista-tsifrovoy-epohi> (дата обращения: 01.05.2020).
15. Паша и его прокрастинация // @abbsol. URL: <https://t.me/abbsol> (дата обращения: 03.06.2020).
16. Салангина Н. Я. Использование блогов для работы со студентами педагогических вузов и учителями // Вестн. РУДН. Сер. : Информатизация образования. 2014. № 1. С. 121–127.
17. Солдаткина Я. В. Проблемы сегментации контента в СМИ и новые возможности мобильных мессенджеров // Вестн. РУДН. Сер. : Литературоведение, журналистика. 2018. № 3. С. 323–331.
18. Татур И. А., Кознова Н. Н. Особенности присутствия СМИ в «Telegram» // E-Scio. 2019. № 11. С. 101–108.
19. Тесты по немецкому языку // @testdeutsch_bot. URL: https://t.me/testdeutsch_bot (дата обращения: 03.06.2020).
20. Тимофеев А. А. Журналистика в цифровой век: от утрат к новым приобретениям // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2018. № 5. С. 137–144.

21. Толстых А. А. Виды и особенности использования образовательных блогов. // Территория науки. 2017. № 6. С. 163–171.
22. Трайнев В. А. Электронно-образовательные ресурсы в развитии информационного общества (обобщение и практика). М., 2018. 256 с.
23. Уроки истории с Тamarой Эйдельман // @eidelman. URL: <https://t.me/eidelman> (дата обращения: 01.06.2020).
24. Экстраполяция IT // @itextrapolation. URL: <https://t.me/itextrapolation> (дата обращения: 13.05.2020).
25. Andy English Bot // @AndyRobot. URL: <https://t.me/AndyRobot> (дата обращения: 06.06.2020).
26. Chemistrybot // @Megachemistribot. URL: <https://t.me/Megachemistribot> (дата обращения: 06.06.2020).
27. Console calculator // @CalcuBot. URL: <https://t.me/CalcuBot> (дата обращения: 14.06.2020)
28. EdMarket Club // @edmarketclubbase. URL: <https://t.me/edmarketclubbase> (дата обращения: 03.06.2020).
29. Flibusta Book — Книги // @flibustafreebookbot. URL: <https://t.me/flibustafreebookbot> (дата обращения: 06.06.2020).
30. Kosmos Time | Наука | Физика // @kosmostime. URL: <https://t.me/kosmostime> (дата обращения: 06.06.2020).
31. PHP задачи с собеседований // @phpquiz. URL: <https://t.me/phpquiz> (дата обращения: 09.06.2020).
32. Python Books // @pythonbooks. URL: <https://t.me/pythonbooks> (дата обращения: 16.05.2020).

Статья поступила в редакцию 23.01.2020 г.