МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Филологический факультет

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ И ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЯ

Сборник материалов VII (XXI)
Международной научно-практической конференции
молодых учёных
(16–18 апреля 2020 г.)

Выпуск 21

Томск
Издательский Дом Томского государственного университета
2020

3. Ермоленко Д.В. Портал компании как средство управления информацией // Научный журнал КубГАУ. 2009. № 49 (05). С. 142–155.

4. Голубева А.А., Меркурьева И.С., Шулаков Н.А. Оценка веб-сайтов органов исполнительной власти Санкт-Петербурга // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2005. Вып. 1 (№ 8). С. 161–182.

5. Пожарская Г.И., Андреева С.Л. Исследование конкурентоспособности веб-ресурсов методом нечеткого моделирования // Известия УрГЭУ. 2017. № 3 (71). С. 77–90.

DOI: 10.17223/978-5-94621-901-3-2020-129

ОСОБЕННОСТИ ВЫСШЕГО ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ И ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ПРОЦЕСС

Щербинина А.А.

Томский государственный университет, магистрант

FEATURES OF HIGHER ONLINE EDUCATION AND THE PUBLISHING PROCESS

Shcherbinina A.A.

Tomsk State University, master student

Рассмотрены процессы цифровой трансформации высших учебных заведений в связи с издательской индустрией. Выделены и рассмотрены тенденции высшего онлайн-образования с точки зрения участников издательского процесса: издателя, потребителя и автора.

Ключевые слова: издательское дело, онлайн образование, цифровая трансформация высшего образования.

The article discusses the processes of digital transformation of higher education institutions. The trends of online higher education are highlighted and considered from the point of view of the participants in the publishing process: publisher, consumer and author.

Key words: publishing, online education, digital transformation of higher education.

Научный руководитель: И.А. Айзикова, д-р филол. наук, профессор ТГУ.

Возникновение цифровых академических сетей, создающих аналог университетской среды, размещение в сети ведущими университетами мира бесплатных учебных курсов является не только вызовом традиционным институтам образования в целом, но и мощным источником трансформаций всех обычных, вековых практик, характерных для высшего образования. С издательской точки зрения мы

видим, прежде всего, как на второй план отходят традиционные форматы учебников, книжных хранилищ, научных публикаций и т.д., трансформируются сами это понятия.

Повсеместная глобализация отражается на всех участниках образовательного и тесно связанного с ним издательского процесса – на издателях, читателях, авторах.

В рамках нашего исследования как издающую организацию мы будем рассматривать университет. Он же является и источником авторского корпуса, и основным потребителем издательской продукции, хотя границы корпуса потребителей могут быть гораздо шире, чем студенты.

На данном этапе развития онлайн-образования можно выделить несколько его ключевых особенностей или характеристик [1]:

1. Онлайн-образование предоставляет возможность обучения на протяжении всей жизни.

2. От B2C к B2B.

3. Низкие барьеры входа, много партнерств, нет эксклюзивности.

Нашей задачей становится выявление тенденций и рассмотрение издательских инструментов, которые помогают университету развиваться в цифровой среде. На основании выводов Я.И. Кузьмина, высказанных в рамках открытой дискуссии «Онлайн-обучение: как оно меняет структуру образования и экономику университета» [2], мы можем выделить несколько целей, стоящих перед университетом, достичь которые помогут инструменты онлайн-образования:

- Комплектование библиотечного фонда.
- Планирование и регулирование учебного процесса.
- Предоставление учебного материала.

В соответствии с этими целями можно уже называть определенные инструменты онлайн-обучения: электронные библиотечные системы, системы управления образованием, онлайн-курсы.

Следующий участник процесса коммуникации издательского дискурса – потребитель. В данном случае мы рассматриваем читателя (слушателя) курсов как потребителя издательской продукции в университетской среде.

Потребитель образовательного контента, как и адаптация технологий и концепций предоставления этого контента, так же реагирует на глобальные тенденции цифровизации.

Основные тренды, связанные с потребителями:

1. Персонализация образования.

2. Продюсирование образовательного контента.
3. Новые технологии диагностики и выявления потенциала обучающегося.
4. Микро-обучение.

Самые главные тренды, на которых строятся остальные и на которые обращает особое внимание глобальный рынок онлайн-образования – это персонализации образования и новые технологии диагностики.

Когда мы говорим об авторах учебного контента, то в первую очередь имеем в виду тех, кто, так или иначе, занимается не только созданием, но и внедрением, последовательным использованием онлайн-курсов.

Анализ отношения авторов к модели онлайн-обучения проводила А.О. Попова в исследовании «Ключевые мотиваторы запуска авторского онлайн-курса: ожидания и первые итоги» [3]. По итогам обзора выделилось три мнения:

1. Некоторые авторы утверждают, что массовые открытые онлайн-курсы (МООК) могут заменить традиционное обучение в университете.

2. Некоторые убеждены в том, что распространение онлайн-курсов способствует вытеснению преподавателей из системы образования.

3. Большинство же исследователей являются сторонниками смешанной, «гибридной» модели с совмещением онлайн (электронного) и офлайн (очного, традиционного) обучения.

Если отталкиваться от того факта, что гибридная модель онлайн-образования на сегодняшний день является наиболее востребованной, то нужно понимать, что подготовка такого образовательного контента требует особого редакторского подхода, так как изучение онлайн-курсов в данном случае представляется дополнением к традиционному обучению.

Таким образом, формирующийся цифровой аналог университетской среды побуждает к адаптации и трансформации ее участников, а, следовательно, информационно-коммуникационных моделей и связей, существующих между ними. В современных условиях одним из важнейших участников названных процессов становится издатель. Уже можно говорить о цифровом учебном книгоиздании для высшей школы как о реализующемся феномене, а соответственно анализировать его характеристики на разных уровнях, отслеживать существующие тенденции, на основании чего можно будет строить прогнозы по развитию данной отрасли издательского дела и формировать методы по ее качественному развитию и взаимодействию с цифровым образованием.

Литература

1. Geoffrey Garrett. The Most Important Trends in Online Education // Wharton Magazine. URL: <https://magazine.wharton.upenn.edu/digital/the-most-important-trends-in-online-education/> (дата обращения: 15.12.2019).

2. Открытая дискуссия «Онлайн-обучение: как оно меняет структуру образования и экономику университета». URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/onlayn-obuchenie-kak-ono-menyayet-strukturu-obrazovaniya-i-ekonomiku-universiteta-otkrytaya-diskussiya-ya-i-kuzminov-m-karnoy/viewer> (дата обращения: 27.11.2019).

3. Попова А.О. Ключевые мотиваторы запуска авторского онлайн-курса: ожидания и первые итоги // Современные информационные технологии и ИТ-образование. 2016. № 3–2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klyucheveye-motivatory-zapuska-avtorskogo-onlayn-kursa-ozhidaniya-i-pervye-itogi> (дата обращения: 29.12.2019).

DOI: 10.17223/978-5-94621-901-3-2020-130

КНИГА-САЙТ П. ОПАНАСЕНКО «КРУИЗ» КАК ПРИМЕР ИНТЕРАКТИВНОГО ИЗДАНИЯ: ОТ КОНЦЕПЦИИ К ПРИНЦИПАМ ВОПЛОЩЕНИЯ

Макаров К.В.

Томский государственный университет, магистрант

BOOK-SITE P. OPANASENKO «CRUISE» AS AN EXAMPLE OF ONLINE EDITION: FROM CONCEPT TO PRINCIPLES OF IMPLEMENTATION

Makarov K.V.

Tomsk State University, master student

В данной статье описывается эксперимент по созданию книги-сайта – интерактивной цифровой версии литературного произведения. Для воплощения данной идеи были выбраны различные мультимедийные и интерактивные элементы и разработан ряд инструментов, что и послужило основой концепции. В работе кратко изложена суть интерактивных электронных книг и поэтапно описан процесс создания самого проекта.

Ключевые слова: книга-сайт, мультимедийность, интерактивность, роман-путешествие.

This article describes an experiment to create a book-site - an interactive digital version of a literary work. To implement this idea, various multimedia and interactive elements were selected and several tools were developed, which served as the basis for the concept. The paper briefly summarizes the essence of interactive electronic books and describes in stages the process of creating the project itself.