УДК 070.4:37.091.33:004.738.5
DOI: 10.26456/vtfilol/2026.3.208

ЦИФРОВЫЕ ГУМАНИТАРНЫЕ МЕДИА: АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ И КОНТЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЕКТА «ARZAMAS» В КОНТЕКСТЕ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

Е. А. Ильина

Тверской государственный университет, г. Тверь

В статье анализируется концепция медиаобразования в цифровой среде на примере проекта «Arzamas», рассматриваются структура платформы, её образовательные стратегии и инновационные подходы к подаче гуманитарного контента, а также оценивается потенциал проекта в формировании медиакомпетенций пользователей.

Ключевые слова: *медиаобразование, цифровые медиа, образовательные платформы, медиаграмотность, мультимедийный контент, онлайн-обучение.*

В эпоху цифровизации медиапространства особую актуальность приобретает вопрос создания качественных образовательных платформ, которые отражают редакционную стратегию, ориентированную на многоформатную подачу гуманитарного знания. Например, медиаобразовательный проект «Arzamas» используя инструменты журналистики и мультимедийного сторителлинга, проект предлагает аудитории разнообразные типы медиаконтента, адаптированные к различным сценариям медиапотребления.

Центральное место в контентной структуре портала «Arzamas» и ключевой формат, в котором наиболее последовательно реализуется редакционная и просветительская концепция проекта – курсы и лекции [2]. По своей структуре курсы представляют собой тематически выстроенные медиапакеты, объединяющие несколько типов контента вокруг одной культурно-исторической или гуманитарной проблемы. Как правило, курс включает цикл видеолекций или аудиолекций, текстовые материалы, иллюстративные подборки, интерактивные элементы и дополнительные справочные блоки, что приближает его к формату мультимедийного журналистского спецпроекта.

Особое значение в курсах имеет авторский фактор. В качестве лекторов и экспертов выступают признанные ученые, исследователи и культурологи, однако их роль выходит за рамки академического рассказчика. При этом редакция проекта сознательно избегает академической сухости,

© Ильина Е. А., 2026

характерной для традиционных образовательных платформ. Даже при высокой научной насыщенности курсов сохраняется ясность и динамичность изложения, что достигается за счет продуманного сценария лекций, выразительного визуального сопровождения и апелляции к актуальному культурному опыту аудитории. Такой подход соответствует журналистской задаче популяризации сложных тем без их упрощения и искажения.

Еще одна форма – это подкасты, которые представляют собой специально подготовленные аудиоматериалы, рассчитанные на слушателей, предпочитающих воспринимать информацию в формате «на ходу».

Таблица 1

Параметр	Содержание параметра
Тип медиапроекта	Научно-просветительское медиа, ориентированное на популяризацию академического знания
Редакционная концепция	Передача научного знания «от первого лица» — через экспертов и исследователей
Целевая аудитория	Аудитория с интересом к науке: студенты, аспиранты, преподаватели, научно ориентированные читатели
Ключевые тематические направления	Естественные науки, гуманитарные науки, социология, философия, междисциплинарные исследования
Основные форматы контента	Видеолекции, интервью, короткие научные объяснения, тексты
Жанровое разнообразие	Интервью с ученым, научный комментарий, объяснительный текст
Нарративность и драматургия	Ограниченная: преобладает фактологическая и объяснительная подача
Роль автора/эксперта	Эксперт — основной источник знания, академический говорящий субъект
Визуальный язык и мультимедийность	Минималистичный визуальный стиль, акцент на видео
Интерактивность	Ограниченная интерактивность, в основном линейное потребление контента
Темп обновления контента	Регулярный, поддерживает постоянный научный информационный поток
Место в медиапространстве	Научно-журналистская платформа популяризации науки

Сравнивая с проектом «Arzamas», может предполагать, что оба ориентированы на схожую аудиторию, заинтересованную в популяриза-

ции науки и гуманитарного знания, однако имеют различные редакционные и журналистские акценты. «Arzamas» выделяется ярко выраженной мультимедийной подачей материала: курсы объединяют видеолекции, текстовые и интерактивные материалы, что обеспечивает целостный сторителлинг и высокую вовлеченность аудитории. Особое преимущество «Arzamas».

Таблица 2

Параметр	Содержание параметра
Тип медиапроекта	Онлайн-СМИ, образовательный портал, научно-популярное издание, гибридная медиаформа
Тематическая направленность	Основные тематические области (наука, культура, история, искусство, технологии и др.)
Целевая аудитория	Возраст, уровень подготовки аудитории, степень профессиональной ориентации
Жанровое разнообразие	Используемые журналистские жанры (новость, лекция, интервью, лонгрид, подкаст, спецпроект и др.)
Форматы подачи контента	Текст, видео, аудио, мультимедиа, интерактивные форматы
Принципы отбора тем	Актуальность, научная новизна, культурная значимость, образовательная ценность
Работа с источниками	Использование первичных научных источников, экспертов, архивных материалов
Авторская модель	Роль журналиста, ученого, эксперта; степень авторской интерпретации
Нарратив и сторителлинг	Наличие сюжетности, логики повествования, драматургии материала
Визуальный язык	Иллюстрации, графика, инфографика, дизайн как часть смысловой подачи
Мультимедийность	Степень интеграции разных медиаформатов в одном материале
Регулярность обновления	Периодичность выхода материалов, новостная динамика
Образовательная функция	Возможность системного освоения материала (курсы, подборки, навигация)
Уровень популяризации	Соотношение научной строгости и доступности изложения
Место в медиапространстве	Ниша проекта, конкурентные преимущества, узнаваемость

N+1 демонстрирует явные преимущества с точки зрения оперативности, новостной динамики и ориентации на актуальную научную повестку. Проект использует классические для онлайн-СМИ жанры (новостная заметка, объяснительный материал, научный разбор), активно работает с первоисточниками и научными публикациями, что сближает его с научной журналистикой в строгом смысле слова.

«Arzamas», напротив, обладает выраженным преимуществом в области нарративности и структурированности медиаконтента. Курсы, спецпроекты и лонгриды выстроены как цельные журналистские высказывания с продуманной драматургией, визуальным языком и мультимедийным сопровождением. Это позволяет рассматривать проект не только как источник информации, но и как полноценную платформу для формирования устойчивых медиапрактик, связанных с анализом и интерпретацией культурно-исторического материала. Вместе с тем, по сравнению с *N+1*, «Arzamas» менее ориентирован на новостную актуальность и научные открытия «здесь и сейчас», что сужает его присутствие в новостном научном дискурсе.

Проект «Arzamas» демонстрирует успешную модель реализации концепции медиаобразования в цифровой среде. Его уникальность заключается в способности сочетать академическую глубину с доступностью подачи материала, что делает платформу эффективным инструментом формирования медиакомпетенций у широкой аудитории.

Список литературы

1. ПостНаука: научно-популярный портал [текст: электронный] // PostNauka. URL: https://postnauka.org/ (дата обращения: 08.08.2026).
2. Arzamas: образовательный проект [текст: электронный] // Arzamas. URL: https://arzamas.academy/ (дата обращения: 06.08.2026).
3. N+1: научно-популярное издание [текст: электронный] // N+1. URL: https://nplus1.ru/ (дата обращения: 08.08.2026).

DIGITAL HUMANITIES MEDIA: AN ANALISIS OF THE STRUCTURE AND CONTENT OF THE “ARZAMAS” EDUCATIONAL PROJECT IN THE CONTEXT OF MEDIA EDUCATION

E.A. Ilyina

Tver State University, Tver

The article analyzes the concept of media education in the digital environment using the example of the Arzamas project, examines the structure of the plat-

form, its educational strategies and innovative approaches to presenting humanitarian content, and also assesses the project's potential in forming users' media competencies.
Keywords: *media education, digital media, educational platforms, media literacy, multimedia content, online learning.*

Об авторе:

ИЛЬИНА Елизавета Алексеевна – аспирант кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью Тверского государственного университета (170100, Тверь, ул. Желябова, 33), e-mail: ilyina.liza2013@yandex.ru.

About the author:

ILYINA Elizaveta Alekseevna – Postgraduate Student at the Department of Journalism, Advertising and Public Relations, Tver State University (33 Zhelyabova str., Tver, 170100), e-mail: e-mail: ilyina.liza2013@yandex.ru.

Дата поступления рукописи в редакцию: 05.05.2026 г.
Дата подписания в печать: 14.09.2026 г.