

Copyright © 2019 by Academic Publishing House Researcher s.r.o.



Published in the Slovak Republic
Zhurnal ministerstva narodnogo prosveshcheniya
Has been issued since 2014.
E-ISSN: 2413-7294
2019, 6(2): 77-88

DOI: 10.13187/zhmnp.2019.2.77
www.ejournal18.com

Technology of Using Audiovisual Media Texts about School and University in Media Education: Television Studies

Galina V. Mikhaleva ^{a, *}

^a Rostov State University of Economics, Russian Federation

Abstract

The article deals with the problem of using audiovisual media texts about schools and universities in television and film studies. Analysis of Russian and foreign practical experience in implementing audiovisual media texts shows that the use of media texts for educational purposes allows students to expand their horizons, especially if their environment differs greatly from what they see on the television screen. The author of the article arrives at the following conclusions: 1) media education based on studying television media texts should contribute to promoting active citizenship among school and university students; 2) students should be given an opportunity to analyze various genres of media texts about schools and universities and comprehend the impact that the media have on the public opinion and contemporary social values, gender and socio-cultural stereotypes; 3) students can study the ideological and political role of mass media, interpret and evaluate the effectiveness of television social campaigns aimed at promoting a healthy lifestyle among young people, fighting bullying, intolerance, aggression and other negative manifestations in schools and universities; 4) students should learn to objectively evaluate mass media messages, be critical of different conventions and biases in the media, discredit one-sided media coverage of events; 5) students should be invited to create their own media projects to highlight important social and cultural events, offer more objective versions of events taking into account various documented sources of information.

Keywords: media education, media text, school, university, television, mass media, audiovisual text.

1. Введение

Актуальность проблемы использования аудиовизуальных медиатекстов о школе и вузе в медиаобразовательном процессе связана с тем, что средства массовой коммуникации помогают познакомить учащихся с событиями, которые имеют культурное или политическое значение. Современные масс-медиа, в частности, телевидение используют такие медиа ресурсы (художественные фильмы, новостные и культурно-просветительские программы), которые обладают способностью выражать сложные идеи в относительно короткий временной период. Кроме того, медиа способствуют развитию когнитивной и эмоциональной сфер зрительской аудитории, повышают познавательный интерес, формируют морально-нравственные ценности.

* Corresponding author
E-mail addresses: galinamikhaleva@list.ru (G. Mikhaleva)

Новостные сюжеты могут быть использованы для иллюстрации тем, преподаваемых в классе, в качестве конкретных примеров и реальных событий, происходящих в современном мире. Популярное средство массовой информации – это знакомая и привычная среда для учащихся, которая помогает мотивировать и поддерживать их интерес к обсуждаемым проблемам. Использование средств массовой информации в классе позволяет расширять кругозор и опыт учащихся, особенно, если мир и окружение учащегося резко отличаются от того, что он видит на телевизионном экране.

С другой стороны, будучи мощной индустрией, телевидение также является крупной мишенью для критики. Телевидение – это одновременно и «зеркало», отражающее доминирующие социальные, культурные и моральные ценности в обществе, и канал информации, поддерживающий стереотипные представления и медиаобразы отдельных представителей данного общества. Например, «успешные» телевизионные персонажи зачастую представляются средствами массовой информации как непременно внешне привлекательные, обеспеченные люди стройного телосложения. Иначе говоря, телевидение настойчиво поддерживает миф о том, что все успешные люди должны вписываться в этот стереотип. Когда средства массовой информации «увечивают» подобные медиаобразы и стереотипы, которые не основаны на фактах, у молодежи формируются ложные представления и идеалы. Телевидение часто обвиняют в дезинформации, распространении ложных идеалов и мифов, в причастности к росту агрессии среди подростков и молодежи, к снижению интереса к чтению у молодежи и психологическому манипулированию людьми (Livingstone, Hargrave, 2006). Некоторые также считают, что «телевизор должен включать человека в диалог, в спор, а экран ни в коем случае не может заменить книгу» (Перцев, 2008).

Отсюда в дополнение к многочисленным преимуществам, существует также ряд предостережений, которые должны учитывать преподаватели при использовании средств массовой информации в медиаобразовательном процессе. Кроме того, использование медийной продукции требует полного понимания закона об авторском праве, сопряжено с выполнением большой подготовительной работы со стороны учителя, которая призвана улучшить обучение, а не просто привлечь внимание обучающихся к изучаемому материалу.

Можно по-разному относиться к роли телевидения в современном мире, но, в любом случае, мы согласны с мнением, что «нельзя не признать его огромный потенциал воздействия на аудиторию, особенно на детскую и подростковую» (Левицкая, 2005: 14-15).

2. Материалы и методы

Цель нашего исследования – изучить отечественный и зарубежный практический опыт применения аудиовизуальных медиатекстов в медиаобразовательном процессе на примере телевидения, а также разработать примерную технологию использования отечественных и зарубежных аудиовизуальных медиатекстов (телеигр, телепередач, телепрограмм, документальных и художественных телефильмов, телешоу) о школе и вузе на медиаобразовательных занятиях. При этом под термином «аудиовизуальный текст» мы вслед за А.В. Федоровым понимаем «сообщение (телепередача, видеоклип, фильм и пр.), изложенное в любом виде и жанре, и предназначенное для одновременного зрительного и слухового восприятия аудиторией» (Fedorov, 2017: 6).

Нами используются следующие методы: сбор и анализ информации, касающейся тематики исследования, анализ научной литературы, имеющей отношение к исследованию, теоретический анализ, синтез и обобщение (авторефераты, монографии, научные статьи, учебные пособия, терминологические словари и глоссарии, и т.д.).

Методологической основой нашего исследования послужили концепции и методы анализа медиатекстов, разработанные К. Бээлгэт (Бээлгэт, 1995), А. Силверблэтом (Silverblatt, 2001: 80-81) и У. Эко (Еко, 2005: 209) включая анализ таких ключевых понятий медиаобразования как «медийные агентства», «категории медиа/медиатекстов», «медийные технологии», «языки медиа», «медийные репрезентации» и «медийные аудитории».

3. Обсуждение

Какую же роль телевидение может играть в сфере образования? Во многих странах телевидению уделяется большое внимание в качестве источника информации и средства обучения. Примеры успешного использования телевидения в образовательных целях во

многих странах опровергли бытующую концепцию, согласно которой телевидение, преимущественно, ориентировано на развлечения и исключительно пагубно воздействует на умственное развитие детско-юношеской аудитории.

Традиционно считается, что телевидение может помочь в достижении следующих образовательных целей:

- 1) повышение социального и культурного уровня и качества образования;
- 2) уменьшение зависимости учащихся от вербального обучения и доминирующей роли учителей;
- 3) обеспечение рационального использования времени в обучении;
- 4) стимулирование самообучения и расширение возможностей массового образования.

Телевидение может быть адаптировано к конкретным образовательным условиям. Оно используется в сфере формального и неформального образования. Для поддержки формального образования телевидение обычно выступает в качестве вспомогательного средства обучения. Телевидение может дополнять школьную образовательную программу или принимать форму школьного или университетского вещания. В неформальном образовании телевидение играет более специфическую роль. Образовательные телевизионные программы помогают учителям преподавать тот или иной предмет школьной или университетской программы обучения.

Проблеме использования аудиовизуальных медиатекстов в образовательном процессе в школе и вузе посвящено большое количество отечественных (Усов, 1989; Федоров, 2007; Селевко, 2002; Иванова, 2009; Григорова 2008; Кантор, 2006; Новикова, 2005; Пензин, 2005; Рыжих, 2007; Сальный, 2010; Шак, 2010 и др.) и зарубежных (BFI, 2003; Burton, 1997; Bonface, 2016; Browne, 1999; Fisch & Shalom, 2004; Bazalgette, 2006; Buckingham, 1990; Hobbs, 1998 и др.) научных публикаций. Тематика исследований включает широкий спектр вопросов, связанных со спецификой медиаобразования на материале кино и телевидения: влияние медиатекстов молодежных телепередач на развитие критического мышления старшеклассников; развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов; кинообразование как средство эстетического воспитания и художественного развития школьников; медиаобразование студентов педагогического вуза на материале англоязычных экранных искусств; социальное воспитание средствами массовой информации и коммуникации; создание творческого телевизионного и медиапроекта в сфере дополнительного образования; развитие аудиовизуального восприятия художественных медиатекстов у школьников и студентов.

Что касается использования медиатекстов школьной и вузовской тематики в медиаобразовательном процессе, а также критического анализа медиаобразов школы и вуза, представленных в телевизионных передачах, созданных в нашей стране или за рубежом, то эта тема недостаточно освещена в отечественной и зарубежной научной литературе. Несколько примеров герменевтического анализа телевизионной продукции о школе и вузе можно встретить в работах некоторых российских исследователей (Федоров и др., 2017, 2018; Мурюкина, 2017; Mikhaleva, 2018). Очевидно, что данная тема нуждается в дальнейшем изучении и разработке. При этом многие исследования подтверждают важность телевидения для передачи информации, идей, формирования навыков и ценностей зрительской аудитории.

4. Результаты

Технология работы с аудиовизуальными медиатекстами о школе и вузе на медиаобразовательном занятии

Цель обучения: помочь обучающиеся осознать стереотипы, связанные с репрезентацией образов учителей и учащихся в медиатекстах (телевизионных программах, передачах, фильмах) о школе и/или вузе. Для этого необходимо научить обучающихся:

- понимать, что СМИ «конструируют» реальность;
- анализировать медиаобразы учителей и учеников, представленных в школьных телевизионных программах, выявлять и аргументированно объяснять предвзятость и

предрассудки, связанные с репрезентацией образов учителей и учащихся в медиатекстах (телевизионных программах, передачах, фильмах) о школе и/или вузе;

- понимать условности и стереотипы, которые обычно используются в школьных телевизионных программах для репрезентации учителей и учащихся;
- анализировать представления о социальных, политических и культурных проблемах, формируемые в школьных телевизионных программах/передачах/фильмах;
- анализировать собственное восприятие различных медийных стереотипов;
- создавать собственные медиатексты о школе и/или вузе.

Требования к предъявляемым аудиовизуальным медиатекстам:

1) медиатексты должны иметь воспитательную и развивающую ценность, нравственный потенциал, т.е. способствовать нравственному воспитанию и социализации обучающихся, формированию морально-этических норм и ценностей;

2) медиатексты должны иметь познавательная ценность;

3) медиатексты должны соответствовать возрасту обучающихся, уровню их интеллектуального развития и отвечать их познавательным и эмоциональным интересам.

Преддемонстрационный этап

Задачи: создать необходимый уровень мотивации у обучающихся; настроить учащихся на критический анализ стереотипов, связанных с изображением учеников и учителей на телевидении и в кино; познакомить их с медийной терминологией.

Виды работы и примерные задания

1. Обсуждение и разбор ключевых терминов (стереотип, репрезентация).

Стереоти́п (от др.-греч. στερεός — объёмный + τύπος — отпечаток) изначально — монолитная печатная форма, копия с типографского набора или клише, используемая для печатных машин. В современной социальной теории и психологии существуют различные определения понятия стереотип. В общем случае, стереотип — неверное, ложное представление о чём-либо (например, об особенностях людей или явлениях) (<https://ru.wikipedia.org>).

В среднем, за короткое время телепрограммы у создателей есть не более двадцати минут, чтобы рассказать основную историю. И в этом смысле стереотипы предоставляют продюсерам удобный и относительно «короткий» способ репрезентации своей истории. С помощью стереотипных персонажей, таких как «мятежный подросток», «авторитарный отец», «студент-ботан», производители могут донести ключевые идеи и поступки героев до широкой аудитории, не используя сложные и длинные повествования.

Репрезентация — способ представления, с помощью которого кто-то или что-то изображается или описывается в средствах массовой информации (Danesi, 2009: 253).

Репрезентация как способ представления социальных групп в средствах массовой информации часто сопровождается использованием стереотипов. Эти стереотипные изображения могут оказывать влияние на отношение зрительской аудитории к ним в реальной жизни.

2. Прогнозирование жанра, места и времени действия, тематики/проблематики/содержания аудиовизуального медиатекста по его названию/постеру/серии кадров из телефильма или ключевым фразам/цитатам из медиатекста.

3. Обсуждение причин, по которым создатели медиатекстов используют стереотипы для репрезентации различных групп людей (преимущества и недостатки использования стереотипных телерепрезентаций).

4. Составление обучающимися списка распространенных телевизионных стереотипов из школьных телевизионных программ/фильмов, которые им нравятся.

5. Обсуждение с учащимися типичных проблем, с которыми сталкиваются телеперсонажи в медиатекстах о школе и вузе, а также с которыми сталкивались сами учащиеся в своей жизни; какие из перечисленных ими телепрограмм наиболее точно отражают реальную школьную жизнь.

6. Составление обучающимися списка юмористических клише о студентах и преподавателях (например, «студент-ботан», «студент-любимчик», «чокнутый профессор», «трудный ребенок», «мятежный подросток», «авторитарный отец» и др.).

Задания для самостоятельной работы

1. В сентябрьском номере журнала *Rolling Stone* 2000 года редакторы в шутку резюмировали, какие медиаобразы подростков создают телевизионные шоу:

- они все выглядят сексуально;
- они обладают кавказской внешностью;
- создается впечатление, что у них нет родителей;
- им не нужно образование;
- они считают школу скучной;
- они живут в мире, который отличается от реальности.

С учетом вышеописанных стереотипов составьте свой собственный список юмористических клише или карикатурных стереотипных представлений о школьниках/студентах и учителях/преподавателях, основанный на телевизионных шоу/программах/фильмах, которые вы смотрите.

2. Сочинение-рассуждение о роли ТВ.

Знаменитый американский журналист Э.Р. Мэрроу однажды сказал: «Телевидение в основном используется, чтобы отвлекать, вводить в заблуждение, развлекать и изолировать нас». В свете данной цитаты, напишите, какую роль, на ваш взгляд, выполняют телепрограммы (или телешоу), описывающие школьную жизнь? Они вас отвлекают? Если да, то от чего и как? Или они обманывают? Кого они обманывают? Какие методы они используют? Если они забавляют, то кого они забавляют, и какие методы они используют? Если они изолируют нас, то от чего они изолируют нас и как они это делают? В своем эссе объясните функции, которые выполняют данные телевизионные программы о школе или вузе, предоставив примеры из телепрограммы, которые подтверждают вашу позицию.

Демонстрационный и последемонстрационный этапы

Задачи: научить учащихся различать разные телевизионные жанры аудиовизуальных медиатекстов; критически анализировать стереотипы, связанные с изображением учеников и учителей на телевидении и в кино.

Виды работы и примерные задания

1. *Жанровый анализ.* Учащиеся просматривают вступительные титры (ролики с титрами) к разным медиатекстам (к кинофильму, телепередаче, телешоу и пр.). Учитель помогает им определить жанр, целевую аудиторию медиатекста, а также прогнозировать его содержание и основную идею с помощью наводящих вопросов:

- Это телефильм (художественный/документальный) или телевизионная передача?
- Это факт или вымысел? По каким признакам можно об этом судить?
- Кому адресован этот медиатекст, на какую зрительскую аудиторию он рассчитан?

Существуют ли признаки определенной целевой аудитории у данного медиатекста?

- Зачем был создан данный медиатекст? Какова его основная идея («послание»)?
- Какие цели преследовали его создатели: развлечь, проинформировать зрителя или представить какую-либо точку зрения?

2. *Анализ стереотипов.* Обучающиеся внимательно изучают главных героев телевизионной программы/шоу/фильма, уделяя внимание особенностям репрезентации героев.

А. Просмотрите телепрограмму/телешоу/телефильм о школе и вузе и ответьте на следующие вопросы:

• Какова главная проблема, с которой сталкивается учащийся/студент? Какова причина конфликта?

• Как решается эта проблема или конфликт?

• Как вы считаете, в реальной жизни подростки таким же способом решают подобные проблемы? Если нет, то почему?

• Что можно сказать о медиаобразах главных героев данного медиатекста? Насколько они реальны?

• Есть ли телеперсонажи, которые изображены позитивно?

• Есть ли телеперсонажи, которые изображены негативно?

• Хотели бы вы быть похожими на телеперсонажей, изображенных в медиатексте? Если нет, то почему?

• Какие особенности поведения телеперсонажей доказывают, что они реальны, а какие кажутся стереотипными или даже карикатурными?

• Насколько естественно телеперсонажи выражают свои эмоции? Их эмоции предсказуемы?

• Как можно описать речевое поведение телеперсонажей: они говорят то, что думают, или же только то, что является политкорректным для данной телепрограммы и ее тематики?

• Как можно охарактеризовать внешний вид телегероев: они выглядят как обычные реальные люди или как актеры/кинозвезды/модели?

• В какой степени поведение телегероев предсказуемо?

Б. Изучите степень реализма конкретной телевизионной программы о современной школе или вузе и напишите короткий рассказ с объяснением, что можно изменить в телепрограмме, чтобы сделать ее более реалистичной, подробно описав изменения, которые вы бы сделали.

3. *Гендерный анализ.* Обучающиеся внимательно изучают главных героев телевизионного шоу/программы/фильма, уделяя особое внимание гендерным характеристикам телеперсонажей.

А. Просмотрите телепрограмму/телешоу/телефильм о школе и вузе и ответьте на следующие вопросы:

• Какое значение имеет гендер главного телегероя для роли, которую он/она играет?

• Смог бы телеперсонаж противоположного пола также (хуже или лучше) сыграть эту роль?

• Как гендерное поведение телеперсонажей усиливает впечатление от медиатекста или, наоборот, отвлекает внимание зрителей?

• Какие гендерные стереотипы поведения телеперсонажей можно наблюдать в данном медиатексте?

• Какие персонажи играют традиционные гендерные роли в данном медиатексте?

Б. Выберите любой персонаж телешоу/телепрограммы о школе/вузе и расскажите/напишите, как изменилась бы телевизионная программа о проблемах современного образования в России (или за рубежом), если бы этот телеперсонаж был противоположного пола.

4. *Анализ телевизионных репрезентаций.* Выберите две телевизионные программы/телефильма о школе или вузе, в которых рассматривается одна и та же проблема, но с разных точек зрения (например, российскую телепрограмму и зарубежную). Сравните способы обсуждения и пути решения проблемы: какие характеристики остаются неизменными независимо от того, какую телепередачу вы рассматриваете, и какие меняются? Помимо размышлений о сходстве и различии, обязательно рассмотрите причины изменений.

5. *Анализ музыки и звуковых эффектов.* Просмотрите телепрограмму/телешоу/телефильм о школе и вузе и ответьте на следующие вопросы:

• Какую роль играет музыка и звуковые эффекты в медиатекстах, которые вы посмотрели?

• Связаны ли определенные звуки с определенными телеперсонажами или темами?

• Соответствуют ли звуки настроению персонажа (или персонажей)?

• Что звуковые эффекты добавляют в программу – они являются неотъемлемой частью медиатекста, или просто создают музыкальный фон?

• Если определенные музыкальные произведения и звуковые эффекты являются неотъемлемой частью медиатекста, то, как они используются?

• Зачем и при каких обстоятельствах добавляются дополнительные или новые звуковые эффекты?

6. *Анализ телевизионного интервью или аналитической программы о школе/вузе.*

А. Просмотрите телевизионный выпуск о проблемах образования в школе/вузе и ответьте на вопросы:

- Кто создает / выпускает данную телепрограмму и зачем?
- Каковы основные характеристики этого типа программы?
- Опишите целевую аудиторию данной программы.
- Какие аналогичные типы телепрограмм вы знаете, и каким образом они соотносятся с образом жизни их целевой аудитории?
- Каким образом расположение и выбор героев телепрограммы и предметов в кадре влияют на ваше ощущение реалистичности изображения и понимание героев?
- Представлены ли в телепрограмме противоположные точки зрения по проблеме? Можно ли прогнозировать итог программы, судя по вступительной части?
- Можно ли утверждать, что конец программы (а также эпизоды перед включением рекламы) специально спланированы режиссером?

Б. Составьте список точек зрения, не охваченных или противоположных мнениям, представленным в данной телепрограмме.

7. Игра «Капсула времени».

Просмотрите несколько телефильмов или телешоу о школе/вузе. Представьте, что телепрограммы о школе/вузе, которые вы посмотрели, – это все, что сохранилось, чтобы рассказать будущим поколениям о нашей жизни и о системе образования. Представьте, что видеозапись этих программ была обнаружена через 1000 лет. Каким-то чудом, нашим потомкам удалось посмотреть эти телефильмы и телепрограммы. Что они подумают о нас и нашем мире? Возьмите на себя роль одного из потомков и напишите отчет, объясняющий, что вы узнали об образовании и жизни ваших предков на основе этих телепрограмм и телефильмов.

Задания для самостоятельной работы

1. Просмотрите современные популярные телепрограммы и телешоу о школе и/или вузе и заполните [Таблицу 1](#) с учетом гендерных стереотипов и условных штампов, характерных для репрезентации телегероев данных программ (указываются внешность, особенности поведения и взаимоотношения, характер, стиль общения и пр.).

Таблица 1. Гендерные стереотипы, характерные для репрезентации телегероев в передачах о школе и вузе

Типология	Учитель	Учительница	Ученик/ студент	Ученица/ студентка
«Популярный»				
«Непопулярный»				

2. Сравнительный анализ медиатекстов о школе/вузе: ТВ и пресса.

Обучающимся предлагается сравнить статью из научно-популярного журнала и телевизионный выпуск, например, о проблеме борьбы с буллингом в школе.

Наводящие вопросы:

- Что можно выразить в печатной форме и одновременно невозможно выразить на языке кино или ТВ?
- Что можно выразить с помощью экранных медиа и невозможно выразить средствами печати?
- Какого рода сюжеты / сведения / представления больше подойдут для печатных или экранных медиа?

Творческий этап

Задачи этапа: научить учащихся создавать собственные творческие проекты (мультимедийные презентации, видеоколлажи, «видеожурналы», сценарии и пр.) по тематике образования.

Виды работы и примерные задания

1. *Проект или анонс телепрограммы о школе/вузе.* Класс делится на несколько групп, которые выступают в роли телевизионных продюсеров, создающих телесериал/телепередачу/телеинтервью о проблемах современной школы/вуза. В рекламных целях им необходимо разработать рекламный анонс своего медиапродукта (например, описание эпизода). Это может быть драма или комедия. Они могут использовать стереотипы или попытаться «сломать шаблоны» и предложить реалистичное изображение современных учеников и учителей.

Проект должен содержать:

- информацию о кратком содержании и тематике медиатекста;
- формат программы и целевую аудиторию;
- описание основных персонажей (учеников и учителей), включая их имена, возраст, фотографию, внешность, черты характера, чтобы создать правдоподобные персонажи.

Учащиеся могут написать сценарий для одного из эпизодов (не более пяти минут), который будет представлен в классе. Каждая из групп представляет свою программу одноклассникам. После того, как все группы представят свои материалы, учащиеся должны выбрать ту программу, которую они хотели бы увидеть по телевизору.

2. *Проект «Один день из жизни моей школы/университета».* Перед учащимися ставится учебная задача – написать сценарий для телепередачи или короткометражного документального фильма (5-10 мин) для местного телевидения на тему: «Один день из жизни моей школы» или «Один день из жизни моего университета».

Ключевые вопросы:

- О чем бы вы рассказали, если бы вы смогли посмотреть на свою школу/вуз «глазами незнакомца/иностранца»?
- Что бы вы рассказали об учащихся и учителях, о правилах поведения, о структуре образовательного учреждения, о его традициях и истории, о проблемах и достижениях?
- Какой интересный материал вы бы предложили выпускающему продюсеру?
- В чем заключается особенность презентации документальных фактов в телепередаче?

При наличии объективной возможности лучший проект может быть реализован и обнародован.

3. *Игра «Трансформация».*

Учащиеся «переводят» медиатекст – документальный фильм, телевизионный выпуск новостей, рекламный сюжет, эпизод из художественного фильма о школе/вузе в один из печатных жанров (например, газетную заметку, журнальный очерк, отрывок из романа или короткий рассказ). Или наоборот, – учащиеся «переводят» печатный текст в экранный медиатекст в форме сценария или видеоряда (раскадровки), а затем, если возможно, в видеофильм (короткий отрывок или эпизод / сцену из телефильма).

5. Заключение

Медиаобразование на материале телевидения должно способствовать формированию у школьников активной гражданской позиции. На медиаобразовательных занятиях учащимся следует предлагать разные жанры медиатекстов о школе и вузе для анализа их влияния на формирование общественного мнения и современных социальных ценностей, гендерных и социокультурных стереотипов. Учащиеся также могут исследовать идеологическую и политическую роль масс-медиа, интерпретировать и оценивать эффективность телевизионных социальных кампаний, направленных на пропаганду здорового образа жизни среди молодежи, борьбу с буллингом, нетерпимостью, агрессией и другими негативными проявлениями в школах и вузах.

С другой стороны, школьники должны уметь объективно оценивать медиасообщения, критически относиться к условностям и предвзятым суждениям в масс-медиа, не доверять одностороннему освещению событий.

Кроме того, учащимся следует предлагать создавать собственные творческие проекты (мультимедийные презентации, видеоколлажи, «видеожурналы», сценарии), в которых они могли бы осветить важные социально-политические события, предложить более

объективные версии представленных событий с учетом разных документально подтвержденных источников информации.

6. Благодарности

Статья написана в рамках исследования при финансовой поддержке гранта Российского научного фонда (РНФ). Проект № 17-18-01001 «Школа и вуз в зеркале советских, российских и западных аудиовизуальных медиатекстов», выполняемый в Ростовском государственном экономическом университете.

Литература

Бээлгэт, 1995 – *Бээлгэт К.* Ключевые аспекты медиаобразования. М.: Изд-во Ассоциации деятелей кинообразования, 1995. 51 с.

Григорова, 2008 – *Григорова Д.Е.* Особенности влияния медиатекстов молодежных телепередач на развитие критического мышления старшеклассников: Автореф. дисс. ... канд. пед. наук. Ростов-на-Дону, 2008. 25 с.

Егоров, 1995 – *Егоров В.В.* Терминологический словарь телевидения: основные понятия и комментарии. М.: Изд-во Ин-та повыш. квалиф. работн. телевидения и радиовещания ФСТР, 1995. 70 с.

Иванова, 2009 – *Иванова Л.А.* Технология медиаобразования и аудиовизуальный СМК на уроках французского языка. *Образовательные технологии XXI века* / Под ред. С.И. Гудиной, К.М. Тихомировой, Д.Т. Рудаковой. М.: Изд-во Российской академии образования, 2009. С. 262-265.

Кантор, 2006 – *Кантор А.Р.* Телевизионный и медиапроект как педагогическая модель развития творчества в сфере дополнительного образования. Педагогические системы развития творчества: *Материалы 5-й международной научно-практической конференции.* Екатеринбург, 2006. С. 54-57.

Мурюкина, 2017 – *Мурюкина Е.В.* Герменевтический анализ российских телепередач (1992–2017) на школьную и студенческую тему // *Медиаобразование.* 2017. № 4. С. 148-157.

Новикова, 2004 – *Новикова А.А.* Медиаобразование на занятиях по английскому языку. Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. 52 с.

Пензин, 2005 – *Пензин С.Н.* Анализ фильма. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2005. 31 с.

Перцев, 2008 – *Перцев А.* Чему может научить телевизор? // *Образование. Медиа. Общество.* 2008. № 3. С. 26-28.

Рыжих, 2007 – *Рыжих Н.П.* Медиаобразование студентов педагогического вуза на материале англоязычных экранных искусств. Таганрог: Кучма, 2007. 188 с.

Сальный, 2010 – *Сальный Р.В.* Педагогические условия развития аудиовизуального восприятия художественных медиатекстов у старшеклассников: Автореф. дисс. ... канд. пед. наук. Ростов-на-Дону, 2010. 21 с.

Селевко, 2002 – *Селевко Г.К.* Социальное воспитание средствами массовой информации и коммуникации. *Школьные технологии.* 2002. № 3. С. 109-110.

Усов, 1989 – *Усов Ю.Н.* Кинообразование как средство эстетического воспитания и художественного развития школьников: Дисс. ... д-ра пед. наук. М., 1989. 362 с.

Федоров, 2007 – *Федоров А.В.* Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. 616 с.

Федоров и др., 2017 – *Федоров А.В., Левицкая А.А., Горбаткова О.И.* Школа и вуз в зеркале аудиовизуальных медиатекстов: основные подходы к проблеме исследования // *Медиаобразование.* 2017. № 2. С. 187-206.

Хилько, 2000 – *Хилько Н.Ф.* Аудиовизуальная культура. Словарь. Омск: Изд-во Омск. гос. ун-та, 2000. 149 с.

Шак, 2010 – *Шак Т.Ф.* Музыка в структуре медиатекста (на материале художественного и анимационного кино): Автореф. дисс. ... д-ра искусств. Ростов-на-Дону, 2010. 54 с.

Эко, 2005 – *Эко У.* Роль читателя. Исследования по семиотике текста. СПб: Симпозиум, 2005. 502 с.

Bazalgette, 2006 – *Bazalgette C.* Making Movies Matter – Seven Years On. 2006. [Electronic resource]. URL: <http://www.carybazalgette.net/MMM%207%20yrs%20on.pdf>

BFI, 2003 – BFI (British Film Institute). *Moving Images in the Classroom: A Secondary Teachers' Guide to Using Film and Television*. London: BFI, English and Media Centre, Film Education, 64 p.

BFI, 2003 – BFI (British Film Institute). *Look Again: A Teaching Guide to Using Film and Television with Three-to-Eleven-Year-Olds*. (2003). BFI Primary Education Working Group (2002–2003). London: BFI Education, Department for Education and Skills, 60 p.

Bonface, 2016 – *Bonface M.* *Effects of Television Programs on Lifestyles of University Students: a Case Study of MOI University*. Ed. by Okeya E., 2016. 66 p.

Browne, 1999 – *Browne N.* *Young Children's Literacy Development and the Role of Televisual Texts*. London and New York: Routledge Falmer: Taylor & Francis Group, 1999. 210 p.

Buckingham, 1990 – *Buckingham D.* *Watching Media Learning: Making Sense of Media Education* London: Falmer, 1990. 236 p.

Burton, 1997 – *Burton G.* *More Than Meets the Eye: An Introduction to Media Studies*. London, New York, Sydney: Arnold, 1997. 240 p.

Danesi, 2009 – *Danesi M.* *Dictionary of Media and Communications*. New York: M.E. Sharpe Inc., 2009. 333 p.

Fedorov, 2017 – *Fedorov, A.* *Media and Information Literacy Education Dictionary*. Moscow: ICO "Information for All, 2017. 30 p.

Fisch, 2004 – *Fisch, Shalom M.* *Children's Learning From Educational Television: Sesame Street and Beyond*. London and New York: Routledge: Taylor & Francis, 2004. 267 p.

Hobbs, 1998 – *Hobbs R.* *Teaching with and about Film and Television: Integrating Media Literacy Concepts into Management Education*. *Journal of Management Development*, 1998. Vol. 17, No. 4, pp. 259-272.

Livingstone, Hargrave, 2006 – *Livingstone S., Hargrave A.M.* *Harmful to Children? Drawing Conclusions from Empirical Research on Media Effects. In the Service of Young People? Studies and Reflections on Media in the Digital Age*. Ed. by U. Carlson, C. Feilitzen. Göteborg: Nordicom Göteborg University, 2006, pp. 49-76.

Mikhaleva, 2018 – *Mikhaleva G.* *Hermeneutic Analysis of Television Programmes of English-Speaking Countries about School and University*. *Media Education*, 2018. 58(4): 109-118.

References

Bazalgette, 2006 – *Bazalgette, C.* (2006). *Making Movies Matter – Seven Years On*. [Electronic resource]. URL: <http://www.carybazalgette.net/MMM%207%20yrs%20on.pdf>

Bezelget, 1995 – *Bezelget, K.* (1995). *Klyuchevye aspekty mediaobrazovaniya* [Key aspects of media education]. M.: Izd-vo Assotsiatsii deyatelei kinoobrazovaniya, 51 p. [in Russian]

BFI, 2003 – BFI (British Film Institute). *Look Again: A Teaching Guide to Using Film and Television with Three-to-Eleven-Year-Olds*. (2003). BFI Primary Education Working Group (2002–2003). London: BFI Education, Department for Education and Skills, 60 p.

BFI, 2003 – BFI (British Film Institute). *Moving Images in the Classroom: A Secondary Teachers' Guide to Using Film and Television*. London: BFI, English and Media Centre, Film Education, 64 p.

Bonface, 2016 – *Bonface, M.* (2016). *Effects of Television Programs on Lifestyles of University Students: a Case Study of MOI University*. Ed. by Okeya E., 66 p.

Browne, 1999 – *Browne, N.* (1999). *Young Children's Literacy Development and the Role of Televisual Texts*. London and New York: Routledge Falmer: Taylor & Francis Group, 210 p.

Buckingham, 1990 – *Buckingham, D.* (1990). *Watching Media Learning: Making Sense of Media Education* London: Falmer, 236 p.

Burton, 1997 – *Burton, G.* (1997). *More Than Meets the Eye: An Introduction to Media Studies*. London, New York, Sydney: Arnold, 240 p.

Danesi, 2009 – *Danesi, M.* (2009). *Dictionary of Media and Communications*. New York: M.E. Sharpe Inc., 333 p.

Egorov, 1995 – *Egorov, V.V.* (1995). *Terminologicheskii slovar' televideniya: osnovnye ponyatiya i kommentarii* [Television Terminology Dictionary: Basic concepts and comments]. M.: Izd-vo In-ta povysh. kvalif. rabotn. televideniya i radioveshchaniya FSTR, 70 p. [in Russian]

Eko, 2005 – *Eko, U.* (2005). *Rol' chitatelya. Issledovaniya po semiotike teksta* [The role of the reader. Studies on text semiotics]. SPb: Simpozium, 502 p. [in Russian]

Fedorov i dr., 2017 – Fedorov, A.V., Levitskaya, A.A., Gorbatkova, O.I. (2017). Shkola i vuz v zerkale audiovizual'nykh mediatekstov: osnovnye podkhody k probleme issledovaniya [School and university in the mirror of the audiovisual media texts: main approaches to the research problem]. *Mediaobrazovanie*. № 2. Pp. 187-206. [in Russian]

Fedorov, 2007 – Fedorov, A.V. (2007). Razvitie mediakompetentnosti i kriticheskogo myshleniya studentov pedagogicheskogo vuza [Development of media competence and critical thinking of the students of the pedagogical university]. M.: Izd-vo MOO VPP YuNESKO «Informatsiya dlya vsekh», 616 p. [in Russian]

Fedorov, 2017 – Fedorov, A. (2017). Media and Information Literacy Education Dictionary. Moscow: ICO “Information for All, 30 p.

Fisch, 2004 – Fisch, Shalom M. (2004). Children’s Learning From Educational Television: Sesame Street and Beyond. London and New York: Routledge: Taylor & Francis, 267 p.

Grigorova, 2008 – Grigorova, D.E. (2008). Osobennosti vliyaniya mediatekstov molodezhnykh teleperedach na razvitie kriticheskogo myshleniya starsheklassnikov [Features of the influence of the media texts of the youth TV programs on the development of the critical thinking of the high school students]: Avtoref. diss. ... kand. ped. nauk. Rostov-na-Donu, 25 p. [in Russian]

Hobbs, 1998 – Hobbs, R. (1998). Teaching with and about Film and Television: Integrating Media Literacy Concepts into Management Education. *Journal of Management Development*, Vol. 17, No. 4, pp. 259-272.

Ivanova, 2009 – Ivanova, L.A. (2009). Tekhnologiya mediaobrazovaniya i audiovizual'nyi SMK na urokakh frantsuzskogo yazyka. Obrazovatel'nye tekhnologii XXI veka [Media education technology and audiovisual media at French language lessons]. Pod red. C.I. Gudilinoi, K.M. Tikhomirovoi, D.T. Rudakovoi. M.: Izd-vo Rossiiskoi akademii obrazovaniya, pp. 262-265. [in Russian]

Kantor, 2006 – Kantor, A.R. (2006). Televizionnyi i mediaproekt kak pedagogicheskaya model' razvitiya tvorchestva v sfere dopolnitelnogo obrazovaniya [Television and media project as a pedagogical model of creativity development in the field of additional education]. *Pedagogicheskie sistemy razvitiya tvorchestva: Materialy 5-i mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii*. Ekaterinburg, pp. 54-57. [in Russian]

Khil'ko, 2000 – Khil'ko, N.F. (2000). Audiovizual'naya kul'tura. Slovar' [Audiovisual culture. Dictionary]. Omsk: Izd-vo Omsk. gos. un-ta, 149 p. [in Russian]

Livingstone, Hargrave, 2006 – Livingstone, S., Hargrave, A.M. (2006). Harmful to Children? Drawing Conclusions from Empirical Research on Media Effects. In the Service of Young People? Studies and Reflections on Media in the Digital Age. Ed. by U. Carlson, C. Feilitzen. Göteborg: Nordicom Göteborg University: 49-76.

Mikhaleva, 2018 – Mikhaleva, G. (2018). Hermeneutic Analysis of Television Programmes of English-Speaking Countries about School and University. *Media Education*, 58(4): 109-118.

Muryukina, 2004 – Muryukina, E.V. (2004). Germevnticheskii analiz rossiiskikh teleperedach (1992-2017) na shkol'nuyu i studencheskuyu temu [Hermeneutical analysis of Russian TV programs (1992-2017) on school and student theme]. *Mediaobrazovanie*. № 4. Pp. 148-157. [in Russian]

Novikova, 2004 – Novikova, A.A. (2004). Mediaobrazovanie na zanyatiyakh po angliiskomu yazyku [Media education at English language classes]. Taganrog: Izd-vo Kuchma, 52 p. [in Russian]

Penzin, 2005 – Penzin, C.N. (2005). Analiz fil'ma [Film analysis]. Voronezh: Izd-vo VGU, 31 p. [in Russian]

Pertsev, 2008 – Pertsev, A. (2008). Chemu mozhet nauchit' televizor? [What can a TV set teach you?]. *Obrazovanie. Media. Obshchestvo*. № 3. Pp. 26-28. [in Russian]

Ryzhikh, 2007 – Ryzhikh, N.P. (2007). Mediaobrazovanie studentov pedagogicheskogo vuza na materiale angloyazychnykh ekrannykh iskusstv [Media education of students of pedagogical university on the material of English-speaking screen arts]. Taganrog: Kuchma, 188 p. [in Russian]

Sal'nyi, 2010 – Sal'nyi, R.V. (2010). Pedagogicheskie usloviya razvitiya audiovizual'nogo vospriyatiya khudozhestvennykh mediatekstov u starsheklassnikov [Pedagogical conditions for the development of the audiovisual perception of the artistic media texts in high school students]: Avtoref. diss. ... kand. ped. nauk. Rostov-na-Donu, 21 p. [in Russian]

Selevko, 2002 – Selevko, G.K. (2002). Sotsial'noe vospitanie sredstvami massovoi informatsii i kommunikatsii [Social education by mass media and communication]. *Shkol'nye tekhnologii*. № 3. Pp. 109-110. [in Russian]

Shak, 2010 – Shak, T.F. (2010). Muzyka v strukture mediateksta (na materiale khudozhestvennogo i animatsionnogo kino) [Music in the structure of media text (on the material of feature and animated films)]: Avtoref. diss. ... d-ra iskusstv. Rostov-na-Donu, 54 p. [in Russian]

Usov, 1989 – Usov, Yu.N. (1989). Kinoobrazovanie kak sredstvo esteticheskogo vospitaniya i khudozhestvennogo razvitiya shkol'nikov [Film education as a means of aesthetic education and artistic development of schoolchildren]: Diss. ... d-ra ped. nauk. M., 362 p. [in Russian]

Технология использования аудиовизуальных медиатекстов о школе и вузе в медиаобразовательном процессе: на примере телевидения

Галина Викторовна Михалева ^{a, *}

^a Ростовский государственный экономический университет, Российская Федерация

Аннотация. В статье рассматривается проблема использования аудиовизуальных медиатекстов о школе и вузе в медиаобразовательном процессе на примере телевидения. Анализ отечественного и зарубежного практического опыта применения аудиовизуальных медиатекстов показывает, что использование средств массовой информации в учебных целях позволяет расширить кругозор учащихся, особенно, если окружение учащегося резко отличается от того, что он видит на телевизионном экране. Автор статьи приходит к следующим выводам: 1) медиаобразование на материале телевидения должно способствовать формированию у школьников активной гражданской позиции; 2) на медиаобразовательных занятиях учащимся следует предлагать разные жанры медиатекстов о школе и вузе для анализа их влияния на формирование общественного мнения и современных социальных ценностей, гендерных и социокультурных стереотипов; 3) учащиеся могут изучать идеологическую и политическую роль масс-медиа, интерпретировать и оценивать эффективность телевизионных социальных кампаний, направленных на пропаганду здорового образа жизни среди молодежи, борьбу с буллингом, нетерпимостью, агрессией и другими негативными проявлениями в школах и вузах; 4) школьники должны учиться объективно оценивать медиасообщения, критически относиться к условностям и предвзятым суждениям в масс-медиа, не доверять одностороннему освещению событий; 5) учащимся следует предлагать создавать собственные творческие проекты, в которых они могли бы осветить важные социальные и культурные события, предложить более объективные версии событий с учетом разных документально подтвержденных источников информации.

Ключевые слова: медиаобразование, медиатекст, школа, вуз, телевидение, масс-медиа, аудиовизуальный текст, телевизионная программа, стереотип, репрезентация.

* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: galinamikhaleva@list.ru (Г.В. Михалева)